



ifpi

representing the
recording industry
worldwide



「
**Panorama
de la
consommation
de musique
dans le monde
2019**」



Sommaire



- P04** Méthodologie & Introduction
- P06** La consommation de musique en 2019

“La richesse des catalogues mis à disposition et la commodité de l’usage sont les deux attraits majeurs des services de streaming ”

- P08** Le streaming, un usage populaire dans le monde entier



- P10** Des matériels d’écoute qui varient avec l’âge

“Dans le monde entier, la radio reste une composante majeure de l’écoute de musique”

- P18** La radio

23%

des internautes consomment de la musique en stream ripping, à partir de sites illicites.

- P20** Les usages illicites

“Les réseaux sociaux jouent un rôle majeur dans la relation que le public entretient avec la musique”

- P22** Focus sur la Chine

54%

des internautes se disent amateurs ou passionnés de musique.

P12 Le profil des passionnés de musique

“Le Top 10 des genres musicaux de l’année reflète la diversité du paysage musical international”

P14 Les genres musicaux préférés dans le monde

“L’achat de musique étroitement lié à la classe d’âge ”

P16 L’achat de musique à l’échelle mondiale



P24 Focus sur l’Inde

25.6 heures

Durée hebdomadaire d’écoute de musique au Mexique

P26 Focus sur le Mexique

“Les talents locaux plébiscités par le public.”

P28 Focus sur la Corée du Sud

Methodologie & Introduction

Methodologie

L'IFPI a réalisé en avril-mai 2019 une étude à l'échelle mondiale sur les modes d'accès et de consommation de la musique, légaux ou non.

L'étude de terrain a été menée auprès d'un panel d'internautes représentatifs de la population âgée de 16 à 64 ans dans les pays suivants : Argentine, Australie, Brésil, Canada, France, Allemagne, Italie, Japon, Mexique, Pays-Bas, Nouvelle-Zélande, Pologne, Russie, Afrique du Sud, Corée du Sud, Espagne, Suède, Royaume-Uni et États-Unis. L'étude a également été conduite en Chine et en Inde, mais les résultats émanant de ces deux pays ne sont pas pris en compte dans le rapport global. Les vingt et un territoires étudiés représentent 92,6% du marché mondial de la musique enregistrée en 2018. (Source : Global Music Report 2019 de l'Ifpi)

Au total, 34 000 internautes ont participé à ce sondage, avec un nombre supérieur de répondants pour les principaux marchés. Pour chaque des territoires, un échantillon représentatif de 1000 à 2000 répondants a été sélectionné selon la méthode des quotas, tenant compte de la taille de la population des internautes et de la structure démographique, sur la base des recensements nationaux les plus récents. Cette méthode garantit une fiabilité des résultats de 95%, avec une marge d'erreur limitée à +/- 3%. La mise en forme de l'étude et l'analyse des données ont été réalisées par l'IFPI, le terrain a été mis en œuvre par AudienceNet.

© IFPI 2019. Tous droits réservés.



Introduction

Comment les fans consomment-ils la musique enregistrée à travers le monde?



Si la musique a toujours occupé une place particulière dans nos vies, ce que nous montre le rapport cette année, c'est l'engagement croissant du public dans son rapport à la musique. En fait, la plupart des gens se définissent comme amateurs ou passionnés de musique. A l'heure où des médias de plus en plus nombreux rivalisent pour capter l'attention des auditeurs, non seulement ceux-ci choisissent de consacrer de plus en plus de temps à l'écoute de musique, mais ils le font de façons de plus en plus variées et diverses.

Les fans les plus impliqués cherchent à écouter, partager et interagir avec la musique dans leur vie quotidienne, que ce soit à travers les nouvelles technologies, les réseaux sociaux, les

“Ce rapport fait part d'un état des lieux très dynamique de l'accès et de la consommation de musique dans toute sa richesse et toute sa diversité à l'échelle mondiale ; un résultat auquel les maisons de disques s'emploient chaque jour sans relâche.”

concerts ou de toute autre manière possible. Cette édition propose aussi un focus sur certains des marchés les plus dynamiques de la musique: la Chine, l'Inde, le Mexique ou la Corée du Sud. L'analyse des modes de consommation à l'échelle nationale montre l'attachement du public

aux productions locales, qui non seulement accompagnent les vies mais forment les cultures. Cette étude fait également la démonstration de la popularité croissante du streaming, qui grâce à une grande simplicité et facilité d'accès à d'immenses catalogues, séduit désormais toutes les générations de consommateurs de musique.

Le lien étroit et constant entre les artistes et les labels est le socle sur lequel repose cet univers toujours plus grand, plus excitant, des passionnés de musique. En investissant chaque année plus de 8 milliards de US dollars en “Artistes & Répertoires” et en marketing, les maisons de disques ont tissé des réseaux et noué des partenariats pour parvenir à mettre à disposition plus de 50 millions de titres sur des centaines de services de musique numérique dans le monde. En étroite collaboration avec les artistes, elles les aident à toucher des fans dans le monde entier.

Ce rapport met par ailleurs en lumière les modes illicites de mise à disposition de musique et les violations du droit d'auteur qui restent encore aujourd'hui une menace réelle pour l'écosystème de la musique. Des pratiques comme le stream ripping sont toujours très répandues, sans rien rapporter à ceux qui créent et investissent dans la musique, compromettant ainsi la croissance des nouveaux modèles économiques de notre industrie.

FRANCES MOORE
CHIEF EXECUTIVE de l'IFPI

La consommation de musique en 2019

On écoute de plus en plus de musique à travers le monde, sous des formes de plus en plus variées. A partir d'une enquête menée par l'IFPI en 2019 dans les 19 principaux marchés de la musique enregistrée, ce rapport présente un état des lieux des modes de consommation de musique.

Le streaming, un usage populaire dans le monde entier



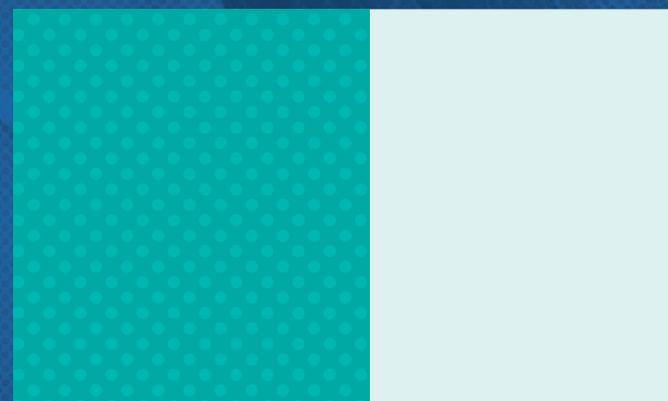
89%

85% en France

des personnes interrogées écoutent de la musique en streaming à la demande

Montée en puissance des populations plus âgées parmi les usagers des services de streaming

Plus fort taux de progression dans la pratique du streaming constaté chez les 35-64 ans



54%

des 34-64 ans ont utilisé un service de streaming au cours du mois écoulé

(+8 versus 2018)

42% en France / +4 versus 2018

La durée hebdomadaire d'écoute de musique augmente

18H

14H en France

par semaine, soit plus que les 17.8 heures de moyenne en 2018

Une durée d'écoute quotidienne supérieure à 2.6H

En France 2H par jour

Soit l'équivalent de

52

titres de 3 minutes



Forte implication du public dans sa relation à la musique



54%

des personnes interrogées se définissent comme des passionnés de musique

Les usages illicites restent une menace

23%

des personnes interrogées utilisent des services illicites de stream ripping



Le streaming est un usage populaire dans le monde entier

L'adoption de la musique en streaming

89%

■ 85% en France ■

des personnes interrogées écoutent de la musique en streaming à la demande

4H

■ 2,8H en France ■

C'est le temps moyen passé chaque semaine à écouter de la musique en streaming audio

64%

■ 51% en France ■

ont consommé de la musique via un service de streaming audio au cours du mois écoulé

52%

■ 40% en France ■

des 16-24 ans ont utilisé un abonnement streaming payant au cours du mois écoulé (taux le plus élevé de toutes les classes d'âge)

63%

■ 52% en France ■

des 16-24 ans ont utilisé un service de streaming audio au cours des dernières 24 heures

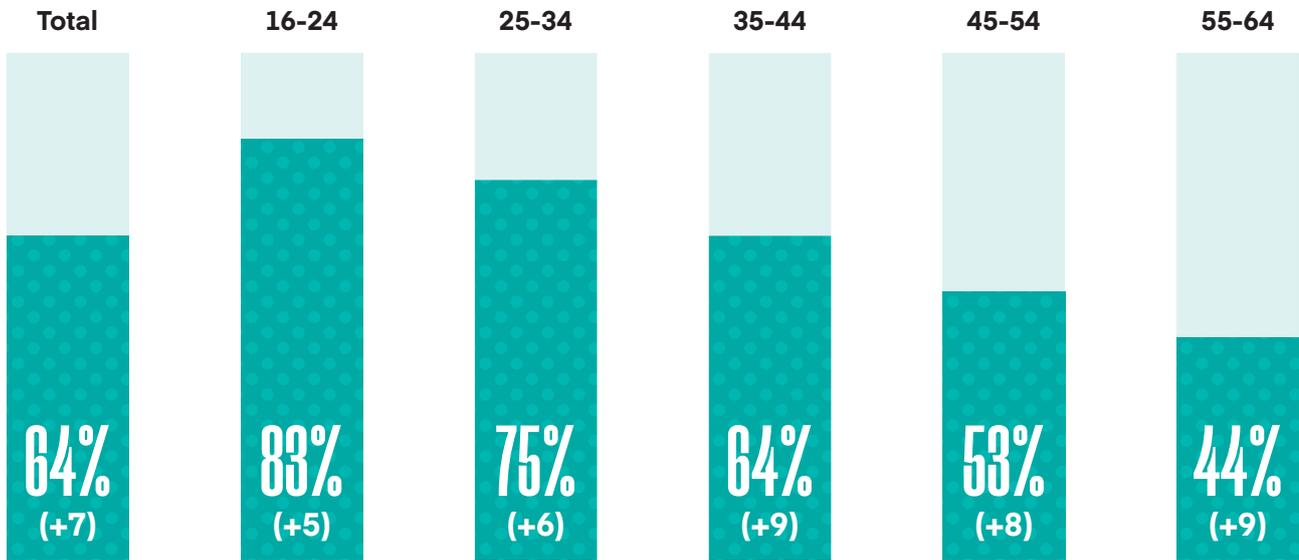
3.5 H

■ 2,5H en France ■

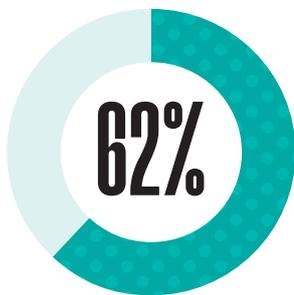
c'est en moyenne le temps passé à écouter de la musique en streaming vidéo chaque semaine

En 2019, l'engagement des consommateurs dans la pratique du streaming à la demande est élevé, qu'il s'agisse des abonnements payants ou du streaming financé par la publicité et ce, quelles que soient les classes d'âge. Pour le streaming audio, c'est la mise à disposition d'un large catalogue et la commodité de l'usage qui sont les deux raisons les plus citées par les utilisateurs de services de streaming.

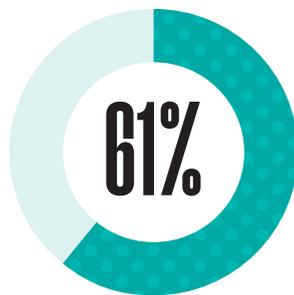
La progression dans l'adoption du streaming audio est la plus élevée chez les plus de 55 ans +9 points dans le monde versus 2018 et +13 points en France



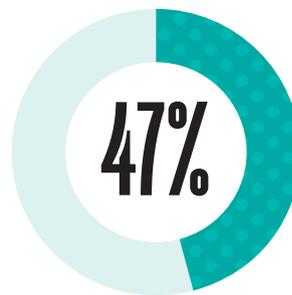
Les principales raisons d'utilisation du streaming



"Un accès immédiat à des millions de titres."



"Ecouter ce que je veux, quand je veux."



"C'est la façon la plus pratique d'écouter la musique."



Le streaming vidéo à la demande



47%

Part du streaming vidéo dans la consommation globale de streaming à la demande

37%
Part du streaming audio payant

15%
Part du streaming financé par la publicité



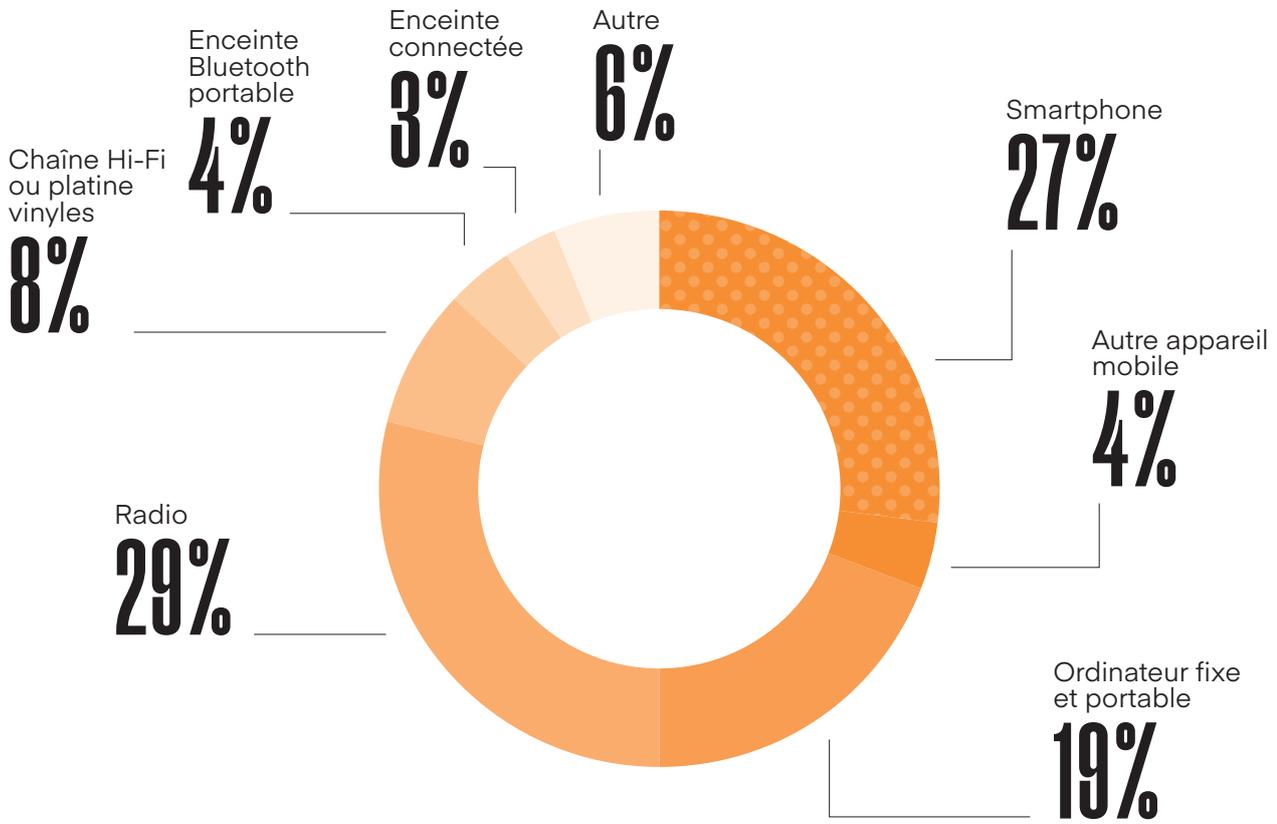
des personnes interrogées ont utilisé YouTube au cours du mois écoulé pour écouter de la musique.

L'utilisation des appareils d'écoute de musique varie en fonction des classes d'âge



Adoption rapide des smartphones par les utilisateurs les plus jeunes

Part des appareils dans le temps d'écoute de musique



Personnes ayant utilisé de enceintes connectées au cours des 3 derniers mois



L'adoption rapide des smartphones par les plus jeunes pour l'écoute de musique

27%

Part globale de l'écoute de musique sur un smartphone

44%

du temps passé par les 16-24 ans à écouter de la musique est effectué sur un smartphone

68%

des 16-24 ans choisissent le smartphone quand on leur demande « si vous n'aviez qu'un seul appareil pour écouter de la musique... »

Portrait des passionnés de musique

Profil des passionnés de musique



Ils écoutent 50% de plus de musique chaque semaine

75%

Ils écoutent 75% de plus de musique à la demande (notamment sur les services de streaming)



Ils écoutent deux fois plus de musique sur les services de streaming

X2

Ils sont presque deux fois plus nombreux à envisager l'usage du streaming audio pour écouter de la musique



Il sont deux fois plus nombreux à avoir l'intention de souscrire un abonnement streaming payant



Ils écoutent deux fois plus de musique sur CD ou vinyles



Ils sont plus de deux fois plus nombreux à envisager un usage quotidien de Tiktok et Snapchat



Ils vont trois fois plus aux concerts

Aux quatre coins du monde, les consommateurs les plus passionnés explorent de nouvelles façons d'écouter leurs artistes préférés.

L'attachement à la musique est universel



54%

plus de la moitié des personnes interrogées disent aimer ou être passionnées de musique



63%

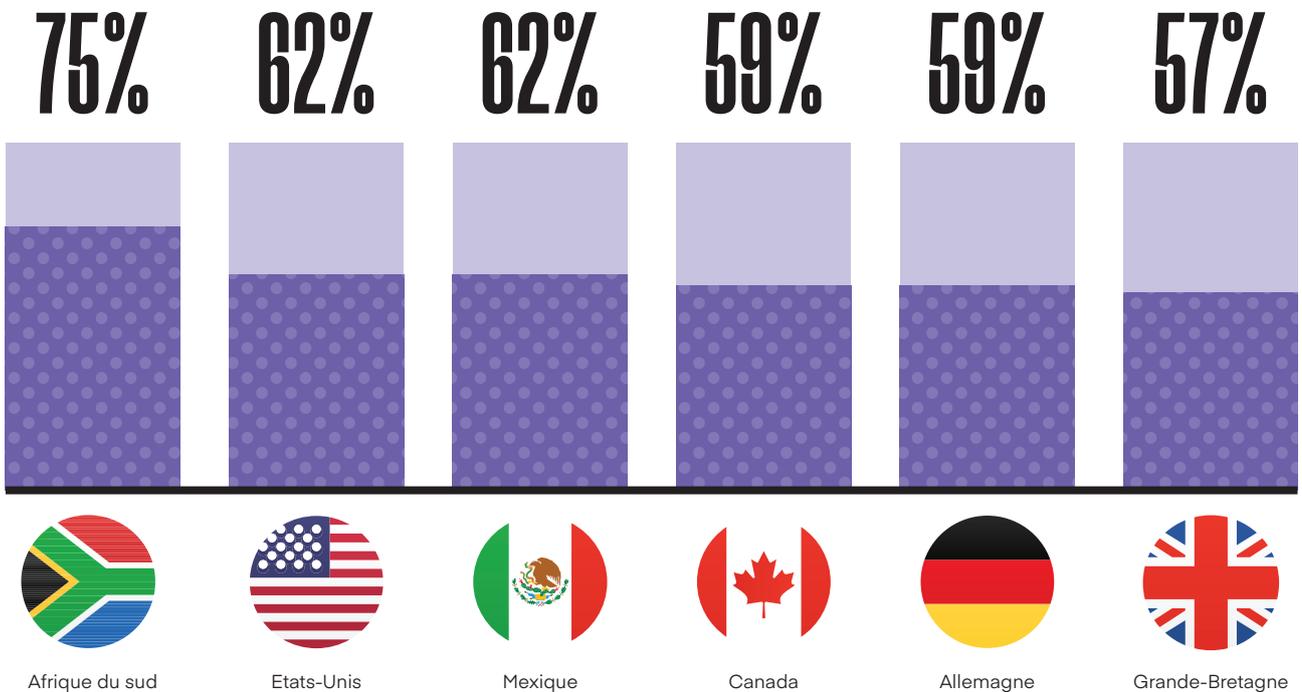
l'attachement à la musique est plus répandu chez les 16-24 ans



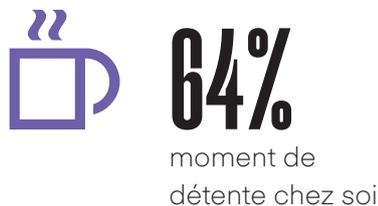
2.5%

Une part infime de la population indique que la musique n'a pas d'importance

Pays ayant un taux élevé de consommateurs qui se définissent comme passionnés de musique



Top 3 des circonstances d'écoute :



Les genres musicaux préférés dans le monde

Top 10 des genres musicaux préférés dans le monde

#01 | Pop

#02 | Rock

#03 | 3. Les « Golds »
(Chansons à succès)

#04 | Hip-Hop/Rap

#05 | Dance/Electro

#06 | Rock indé/Alternatif

#07 | K-Pop

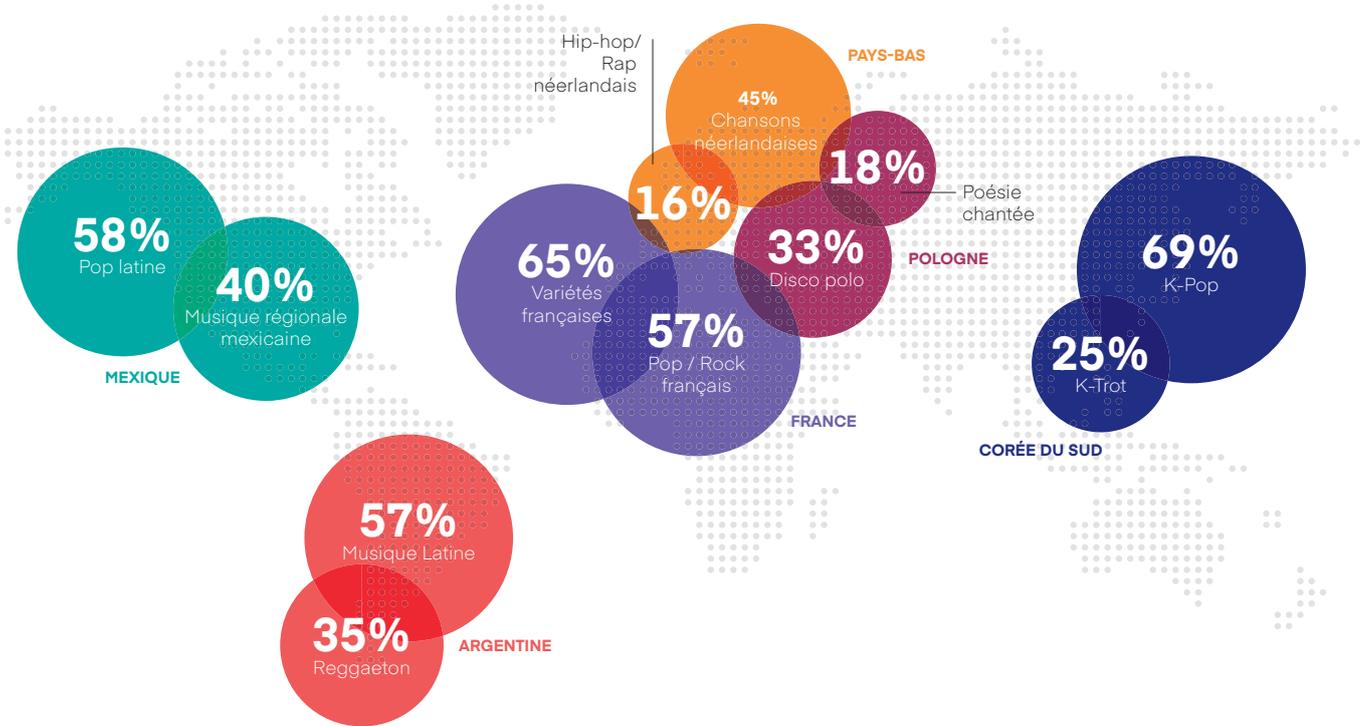
#08 | Métal

#09 | R&B

#10 | Classique

Le Top 10 des genres musicaux de l'année reflète la diversité du paysage musical international, avec de belles performances des répertoires locaux dans de nombreux pays.

Le public continue de plébisciter les productions et répertoires locaux



Quelle type de musique écoutez-vous le plus régulièrement?

Hip-Hop et rap, populaires auprès des jeunes du monde entier

X4

Les 16-24 ans sont quatre fois plus nombreux que les autres classes d'âge à désigner le Hip hop / rap comme leur genre musical préféré

1 sur 5

En Afrique du Sud (27%), Russie (23%), Pologne (24%), Allemagne (21%), plus d'un jeune sur cinq âgé de 16 à 24 ans déclare le hip hop/ rap comme son genre musical favori

26%

En France, plus d'un quart des 16-24 ans déclare le Hip hop/ rap français comme son genre musical préféré.

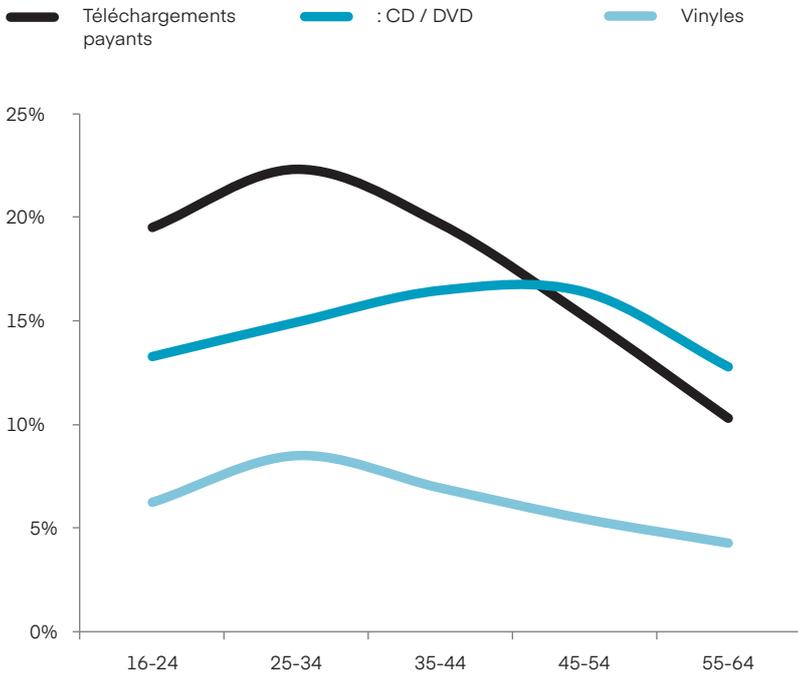


Les achats de musique à travers le monde



Aperçu des comportements des consommateurs en matière
d'achat de supports physiques et de téléchargements

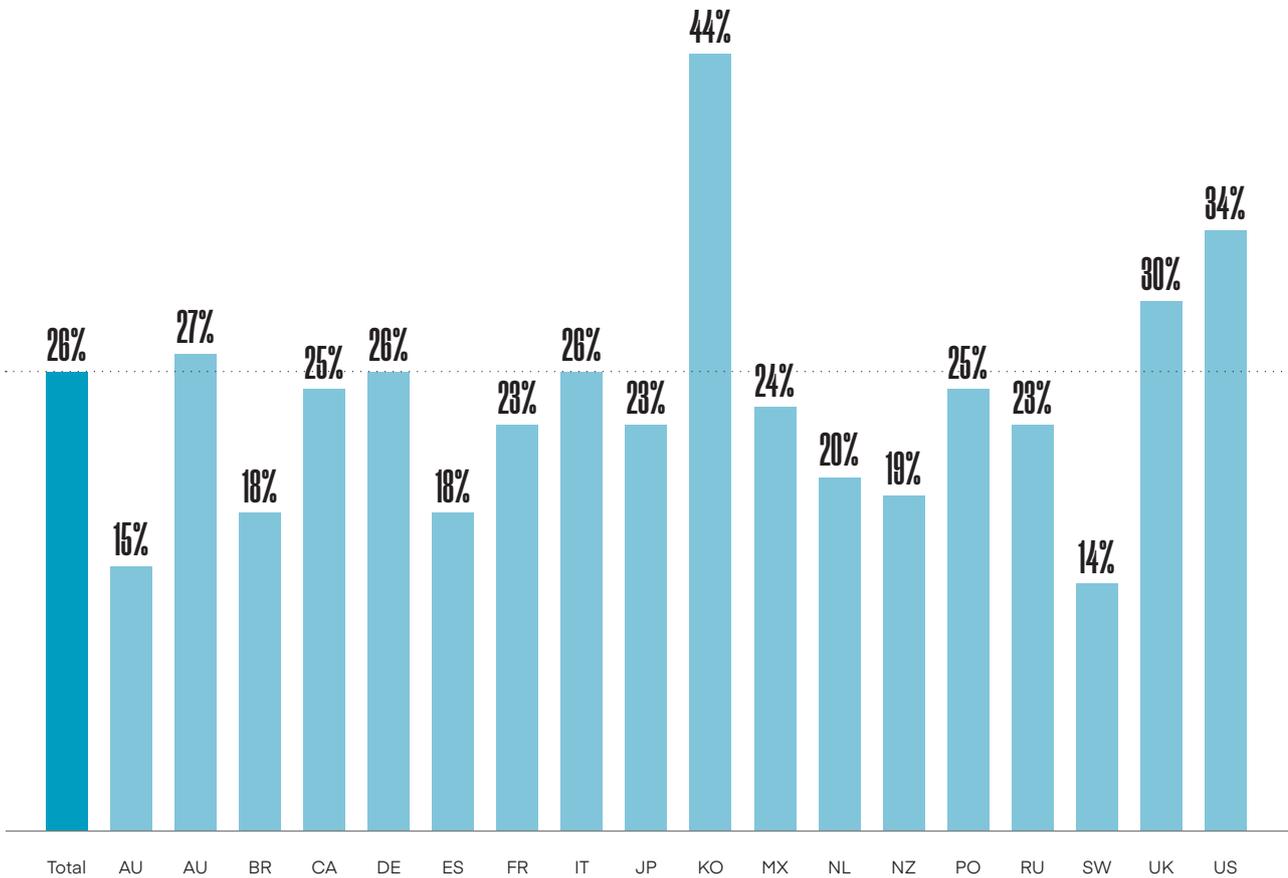
Les achats de musique varient sensiblement en fonction de l'âge *



*achats réalisés au cours du mois écoulé



Les achats de musique selon les pays*



* Achats de musique effectués au cours du mois écoulé (CD, Vinyles, téléchargements)

L'écoute de la radio



Dans le monde entier, la radio reste une
composante majeure de l'écoute de musique



Avec quels appareils écoute-t-on la radio?



51%

utilisent un smartphone



45%

utilisent un poste de radio



10%

utilisent une enceinte connectée ou à commande vocale

Pays où la radio est le plus populaire

(Part de la population qui écoute de la musique à la radio)

#01 | 🇵🇱 Pologne 95%

#02 | 🇮🇹 Italie 94%

#03 | 🇺🇸 USA 93%

#04 | 🇳🇱 Pays-Bas 92%

#05 | 🇩🇪 Allemagne 91%

🇫🇷 France 89%



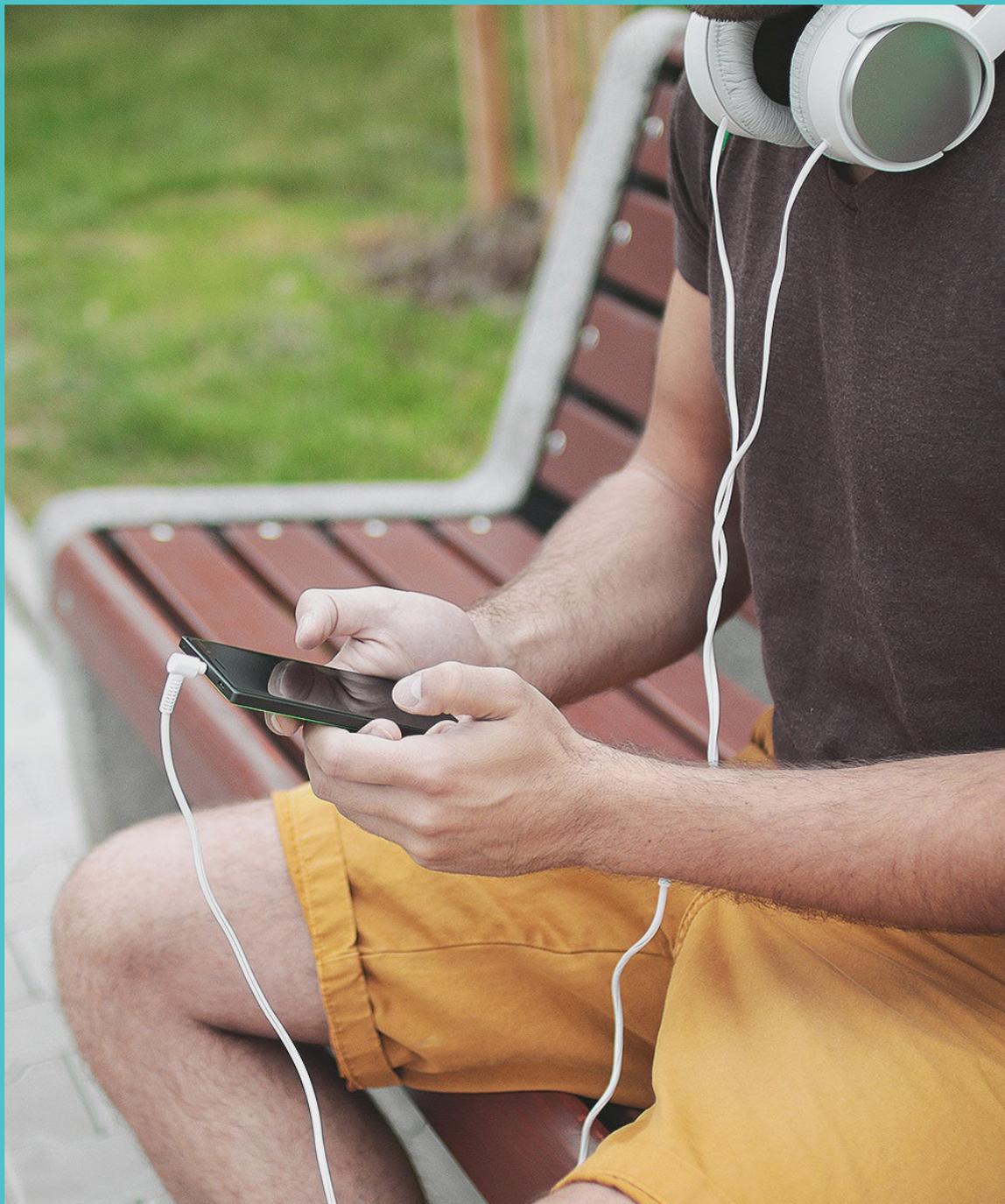
5.4H

Consacrées chaque semaine à l'écoute de musique à la radio

4.8H en France

Tous type de diffusions radio. Hors fonction "radio" des services de streaming.

Le piratage de la musique



L'utilisation de moyens illicites pour écouter ou télécharger de la musique – en violation du droit d'auteur – reste une vraie menace pour l'écosystème de la musique.

Les modes de consommation illicites de musique

27%

des consommateurs ont utilisé des moyens illicites pour écouter ou acquérir de la musique

38%

des 16-24 ans



23%

22% en France

des consommateurs ont pratiqué du stream ripping pour obtenir de la musique au cours du mois écoulé

34%

des 16-24 ans

43%
en France

Le stream ripping est une pratique illicite qui consiste à créer un fichier téléchargeable à partir d'un contenu disponible en streaming. C'est aujourd'hui la forme prédominante de piratage de la musique en ligne



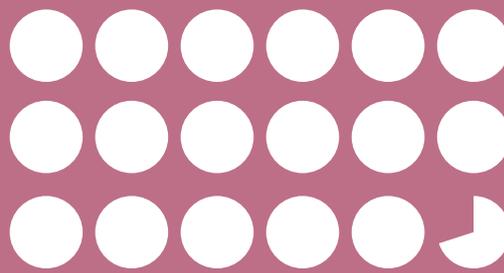
62%

de ceux qui accèdent à des contenus par des moyens illégaux choisiraient le streaming à la demande pour trouver et écouter de la musique s'il n'était plus possible de s'adonner au piratage.



Temps consacré chaque semaine à l'écoute de musique

17.7 H



chine

Focus



Quel appareil pour écouter la musique?

96%

utilisent un smartphone pour écouter la musique



Quand écoute-t-on le plus souvent de la musique?

Les réseaux sociaux jouent un rôle important dans la relation que le public entretient avec la musique



62%

Pendant un moment de détente à la maison



44%

En voiture



24%

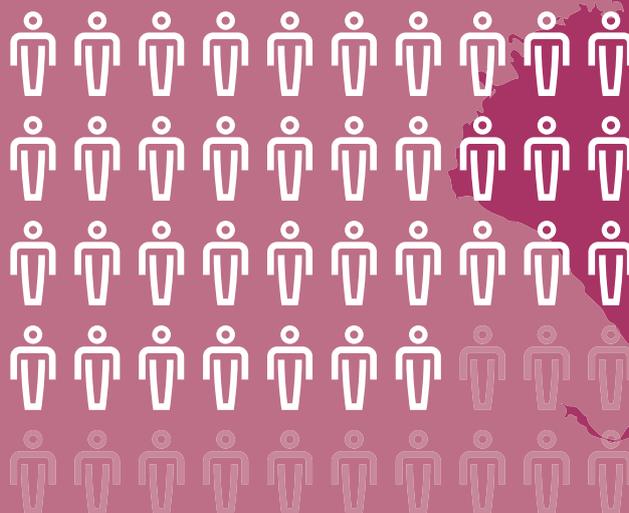
Au Karoké



Genres musicaux favoris du public chinois

- #01 | Pop
- #02 | Gold/Standards
- #03 | C-Pop
- #04 | Musiques de films
- #05 | Folk
- #06 | Classique / Opéra
- #07 | Rock
- #08 | Dance / Electronic
- #09 | Chansons d'auteurs
- #10 | Opéra traditionnel chinois

Utilisation des réseaux sociaux



74%

des personnes interrogées utilisent les sites ou applications des réseaux sociaux pour écouter de la musique ou regarder les vidéomusiques*

**au cours des dernières 24 heures*



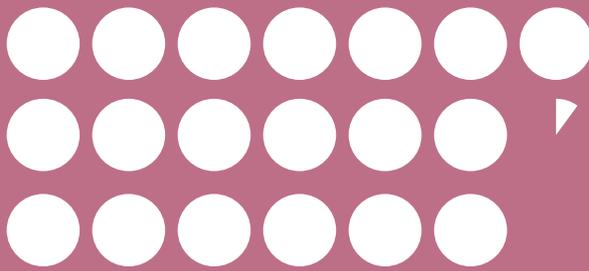
Focus



Inde

Temps consacré chaque semaine à l'écoute de musique

19.1 H



Quel appareil pour écouter la musique?
(au cours des 3 derniers mois)

97%

use smartphones to
listen to music



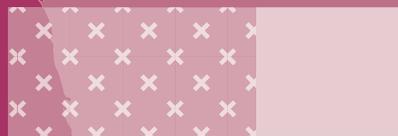
Quand écoute-t-on le plus souvent de la musique?

La production
musicale locale
en tête des genres
musicaux favoris



75%

Pendant
un moment
de détente
à la maison



62%

En
voiture



45%

En
soirées



Genres musicaux favoris du public indien

- #01 | Nouveautés / Musique Bollywood

- #02 | 2. Vieux succès / Musique Bollywood (Kishore, Rafi etc)

- #03 | Autres répertoires régionaux (Telugu, Tamil, Marathi, Bhojpuri)

- #04 | Punjabi

- #05 | Pop

- #06 | Hip-Hop / Rap

- #07 | Golds/ standards

- #08 | Musiques traditionnelles religieuses

- #09 | Musique classique indienne

- #10 | Musiques de films

Utilisation des réseaux sociaux



62%

des personnes interrogées utilisent les sites ou applications des réseaux sociaux pour écouter de la musique ou regarder les vidéomusiques*

*Au cours des dernières 24 heures



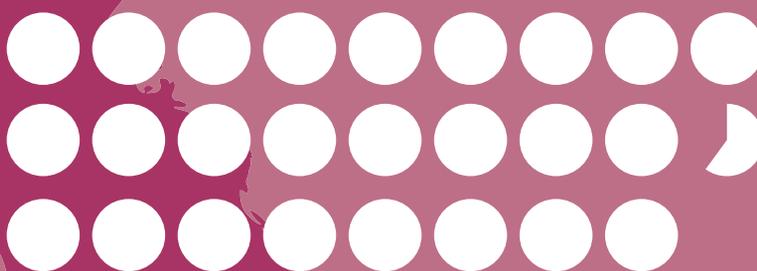
Focus



Mexique

Temps consacré chaque semaine à l'écoute de musique

25.6 H



Quel appareil pour écouter la musique?
(au cours des 3 derniers mois)

95%

utilisent un
smartphone pour
écouter la musique



Quand écoute-t-on le plus souvent de la musique?



52%

Pendant
mes
déplacements



45%

En faisant
du sport



44%

Au bar ou
en club

La production
musicale locale
en tête des genres
musicaux favoris



Genres musicaux favoris du public mexicain

- #01 | Rock

- #02 | Pop

- #03 | Pop latine

- #04 | Chanson traditionnelle mexicaine

- #05 | Golds/ standards

- #06 | Dance / Electro

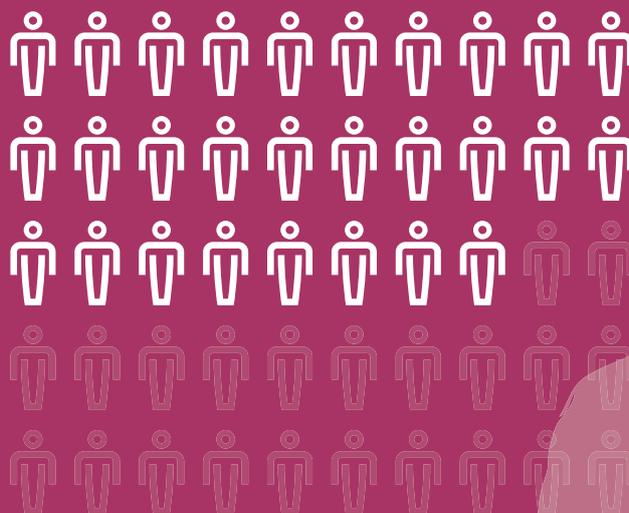
- #07 | Musiques latines

- #08 | Reggaeton

- #09 | Rock indé/ alternatif

- #10 | Métal

Utilisation des réseaux sociaux



56%

des personnes interrogées utilisent les sites ou applications des réseaux sociaux pour écouter de la musique ou regarder les vidéomusiques*

**Au cours des dernières 24 heures*



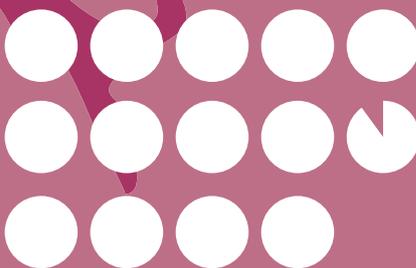
Focus



Corée du sud

Temps consacré chaque semaine à l'écoute de musique

13.9 H



Quel appareil pour écouter la musique?
(au cours des 3 derniers mois)



90%

utilisent un smartphone pour écouter la musique



43%

de l'écoute de musique est effectuée à partir d'un smartphone

Quand écoute-t-on le plus souvent de la musique?



62%

Pendant un moment de détente à la maison



52%

En voiture



36%

Pendant les déplacements entre la maison et le travail/ le collègue - la fac

Les talents locaux



Genres musicaux favoris du public coréen

#01 | K-Pop

#02 | Pop

#03 | K-Trot

#04 | Musique classique et opéra

#05 | R & B

#06 | Musiques de film

#07 | Rock

#08 | Dance / Electro

#09 | Musiques chrétiennes / Gospel

#10 | Hip-Hop / Rap



A propos de l'IFPI



L'IFPI, fédération internationale de l'édition phonographique représente l'industrie de la musique enregistrée dans le monde. Elle compte environ 1300 membres, des majors compagnies aux petits labels indépendants, dans près de 60 pays. L'IFPI dispose de groupes nationaux dans 56 pays.

Sa mission est de promouvoir la musique enregistrée, de défendre les droits et les intérêts économiques des producteurs de musique à travers le monde.





Insight and Analysis

Insight@ifpi.org

+44 (0)20 7878 7900

IFPI.org

