

Musique - les ventes numériques égales aux ventes physiques



Publié le 14 avril 2015 à 08h18

Selon le *Financial Times*, Apple achèterait non seulement les gros casques stéréo colorés de la marque Dr. Dre, mais aussi le service de musique en streaming (sans téléchargement) que Beats Electronics a lancé récemment, Beats Music.
PHOTO BLOOMBERG

Alimentées par le succès de l'écoute de musique en ligne, les ventes de musique numérique ont égalé pour la première fois les ventes physiques en 2014, selon les chiffres publiés mardi par la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI).

L'IFPI, dont le siège est à Londres, a décrit l'essor de la musique (*streaming*) en continu comme une bonne nouvelle pour l'industrie de la musique, qui a toutefois vu ses ventes globales reculer l'an dernier de 0,4% à 14,965 milliards de dollars (environ 14 milliards d'euros).

«Pour la première fois de l'histoire, les revenus de la musique enregistrée proviennent à parts égales des ventes numériques (46%) et des ventes physiques (46%)», constate l'IFPI. Le reste provenant des droits de radiodiffusion, de publicité ou de films notamment.

Frances Moore, directrice générale de l'IFPI, estime que le numérique va dépasser le physique dans les deux prochaines années.

«Nous constatons que la musique en continu domine vraiment le marché numérique et nous pouvons imaginer qu'un jour le numérique constituera la majorité des ventes de musique», a-t-elle déclaré à l'AFP. Un phénomène lié aux innovations technologiques et au développement des téléphones intelligents.

Les abonnements à la musique en continu -qui permettent une écoute illimitée- ne constituent encore qu'une portion relativement modeste de l'industrie, mais leurs revenus ont progressé de 39% en 2014, à 1,57 milliard de dollars, selon l'IFPI.

Selon l'organisation, 41 millions de personnes dans le monde sont abonnées à des services de musique en continu comme le suédois Spotify ou le français Deezer.

Signe de la croissance de ce marché, le producteur de hip-hop Jay Z vient de lancer sa propre plateforme de musique en continu, avec des vedettes comme Madonna ou le groupe Daft Punk.

D'un point de vue régional, l'usage du numérique est très contrasté.

Aux États-Unis, premier marché musical mondial, il représente les trois quarts des revenus de l'industrie, avec 3,4 milliards de dollars.

Au Japon, où le marché musical est à la peine ces dernières années (-5,5% en 2014), le chiffre d'affaires du numérique a progressé pour la première fois depuis cinq ans (+4,9%). En Corée du Sud, qui avec les pays nordiques, est très enthousiaste concernant la musique en continu, les ventes de musique ont enregistré une hausse de 19,2%, la plus importante au niveau mondial.

En Europe, l'Allemagne, qui reste attachée aux CD, a vu ses ventes globales progresser de 1,9% tandis que la France (-3,4%) et la Grande-Bretagne (-2,8%) sont en recul.

L'IFPI continue par ailleurs de militer pour obtenir que des sites comme YouTube s'acquittent des droits de licence, au même titre que les services de musique en continu.

Le statut de fournisseur de services internet YouTube, propriété du géant Google, lui permet de bénéficier d'un régime d'exemption des droits d'auteur. Or plus de la moitié des usagers du net ont accédé à la musique au travers les vidéos de sites comme YouTube ou Dailymotion au cours des six derniers mois.

La règle «fausse complètement» le marché, a dénoncé Frances Moore qui a souligné que l'industrie allait continuer d'insister auprès de Bruxelles pour la changer.

<http://techno.lapresse.ca/nouvelles/internet/201504/14/01-4860815-musique-les-ventes-numeriques-egales-aux-ventes-physiques.php>