

Téléchargement. Bilan de Printemps L'offre de la musique digitale en France.

Téléchargement.

Bilan de printemps

Début mai 2007, quel bilan pour le marché français du téléchargement? Quelle est sa place dans le monde? Et en Europe? La chute des ventes du marché physique de la musique enregistrée ne cesse de se confirmer: baisse de 25% pour le premier trimestre 2007. Une question se précise aujourd'hui avec de plus en plus d'évidence: comment relancer le marché de la musique? Internet sera-t-il cet Eldorado tant de fois annoncé? N'ayant pas anticipé la décroissance actuelle, les majors et l'ensemble de la filière professionnelle misent tout à présent sur le développement de la musique numérique (+5,8% de croissance pour la même période). Le téléchargement permettra-t-il demain de redynamiser un marché en berne? Et dans combien de temps? Tout est là.

Structuration de l'offre

Les ventes du marché numérique devraient s'accélérer à mesure que l'offre des plateformes actuelles se structurera. Les catalogues s'étoffent, la barrière des DRM étant à présent résolue, les prix s'indexant à la baisse, les offres commerciales et promotionnelles se diversifiant, les perspectives de croissance du téléchargement connaîtront dans les mois qui viennent un développement non négligeable.

Présentant quelques 5 millions de titres en ligne (vers le marché américain), iTunes le premier opérateur de musique numérique reste l'e-catalogue le plus important. Derrière iTunes, quel est le classement des trois autres plateformes hexagonales en présence? Virgin-mega.fr (2 millions de

titres), Fnac Music (1,5 millions), MusicMe (815.000). Les plateformes veillent à étoffer leur catalogue avec les « agrégateurs », intermédiaires, porteurs de nombreux titres en provenances des éditeurs indépendants. D'autant que ces derniers, étant de moins en moins bien représentés dans les réseaux de distribution traditionnels (magasins) se concentrent prioritairement sur leur existence sur le Net.

Facilité technique : la question de l'interopérabilité

La fin des verrous DRM et l'option de téléchargement au format mp3 ont de toute évidence faciliter les conditions du téléchargement légal. Tout le milieu est conscient de la justesse de Steve Jobs affirmant son hostilité aux DRM et son soutien au principe souverain de l'interopérabilité (possibilité pour l'internaute téléchargeur d'écouter le titre acheté sur le baladeur de son choix).

Fin 2006, Virgin Mega avait bousculé les habitudes d'un marché « frileux » (plus que verrouillé) en testant 3 titres sans DRM, suivis à la mi-janvier 2007, de la mise en ligne de quelques 200.000 titres sans verrous. Un coup de maître qui s'est avéré exemplaire et pilote. Fnac Music a suivi mettant en ligne 170 000, (aujourd'hui 300 000) sans DRM. Les ventes ont suivi. Le leader n'est pas resté muet. iTunes reprenait la main, dans la foulée, en obtenant d'EMI, l'ensemble de son catalogue sans DRM! Courant mai 2007, Virgin Mega annonce offrir la même offre sans DRM qu'Apple/iTunes.

MusicMe se distingue en raison de son principe d'abonnement forfaitaire (comme l'offre SFR Music, leader de la musique sur mobile, il s'agit d'une offre en location): la plateforme reste fidèle aux DRM. Elle propose une offre de téléchargement illimitée contre le paiement d'un montant forfaitaire. Au terme de l'abonnement contracté, l'ensemble des titres téléchargés disparaissent du disque dur. Il s'agit bien d'une location, dont la rupture signifie pour l'internaute qu'il perd tous les titres choisis. Dans cette formule, le mélomane n'est pas propriétaire des fichiers musicaux téléchargés.

Cette fonctionnalité nécessite des verrous technologiques. L'avenir montrera si cette option verrouillée et forfaitaire se maintiendra. MusicMe indique cependant qu'une vingtaine de balladeurs restent compatibles avec son offre forfaitée.

Les chiffres d'un marché en croissance

En tête du palmarès, iTunes (iTunes music store est la plateforme d'Apple) affirme détenir le leadership: 2,5 milliards de titres téléchargés depuis 2003 dans le monde, un chiffre d'affaires progressant de +35% par an... des records auxquels il convient d'inclure le trafic généré par ses offres connexes: vidéo on line (1,3 millions de films achetés). Présent en France depuis la mi 2004, iTunes représenterait 50% du marché hexagonal (près de 80% du marché international). Suit Virgin Mega qui fidélisent quelques 2 millions de visiteurs par mois, a généré 7 millions de titres vendus en 2006, (5 millions en 2005) soit une part de marché de 22%. La filiale de Virgin et Lagardère, lancée en France quelques semaines avant iTunes en 2004, s'est imposée immédiatement, devenant le numéro 2 en France. La Fnac Music, lancée en septembre 2004, est passée derrière Virgin malgré une ambition clairement affichée dès sa création, talonner iTunes et devenir le challenger hexagonal. Défi manqué pour l'heure : 5,5 millions de titres téléchargés en 2006. MusicMe reste plus « confidentiel » avec 3.000 abonnés mensuels (20 000 espérés à fin 2007).

Prix cassés

Le modèle fixé par iTunes (0,99 euro le titre, 9,90 euros l'album) a vécu. L'offre concurrentielle joue en faveur d'une baisse sensible des prix. Elle a favorisé, en particulier, des offres plus attractives. La fidélisation est encouragée et récompensée: pour 20 euros dépensés sur Virgin Mega, le téléchargeur se voit crédité d'un avoir d'1 euro pour ses achats suivants. Certaines offres conjuguent titre + clip

vidéo contre un coût attractif. Fnac Music n'est pas en reste et propose même des coups « bonnes affaires » (happy hours): pendant certains créneaux horaires, le second album est soumis à 6,99 euros si le premier a été acheté au prix fort de 9,99 euros. Mieux, certaines opérations permettent d'acquérir un quatrième album à 0,99 euros, si les trois précédents ont été achetés à prix normal (9,99 euros). iTunes permet aux mélomanes déjà propriétaires d'un titre, d'acheter tout l'album, déduction faite du/des titre(s) déjà possédés. La possession d'un titre permet de conduire directement vers l'achat de l'album intégral.

Evolution 2005/2006

La structuration progressive des plateformes de musique digitale ou numérique a permis l'augmentation du téléchargement légal qui représente 10% des revenus de l'industrie musicale (5,5% en 2005). Ce doublement de la croissance est déjà exceptionnelle. Et rien ne semble empêcher que cet indice de croissance se reproduise sur 2007.

Les mois qui viennent seront décisifs car les offres légales seront pleinement opérationnelles, complètes, faciles et souhaitons-le de plus en plus lisibles.

A l'échelle mondiale, l'Europe représente 20% du marché de la musique numérique contre 25% pour les marchés asiatiques (très consommateurs de musique sur mobile). Le Royaume-Uni reste le leader européen avec près de 53 millions de titres téléchargés, un marché 8 fois plus développé qu'en France. Nous avons donc du chemin à parcourir: la numérique français ne peut que gagner des points et progresser. Ses perspectives s'annoncent florissantes.

Dossier réalisé par David Tonnelier, Delphine Raph, Lucas Irom sous la direction d'Anthony Goret