

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

PLATEFORMES NUMÉRIQUES GLOBALES, LES ACTEURS GAGNANTS DU GRAND CONFINEMENT ? LE CAS DE L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

**Par Dr. Antonios Vlassis (Center for International Relations Studies-CEFIR,
Université de Liège)**


Rapport d'analyse, Juin 2020

Le grand confinement dû à la pandémie mondiale de la COVID-19 a un impact majeur sur le fonctionnement des marchés culturels, les flux mondiaux de contenu culturel numérique, ainsi que l'action culturelle publique. À la suite du numéro de mai mettant en lumière la place des plateformes numériques dans les écosystèmes audiovisuels, le numéro de juin entend analyser les effets du grand confinement sur les stratégies des plateformes numériques dans l'industrie de la musique.

Nous constatons que la pandémie mondiale pourrait consolider une tendance sous-jacente dans l'industrie mondiale de la musique, basée sur le streaming comme format de revenu dominant. Le numéro de mai cherchait ainsi à explorer si le grand confinement pourrait renforcer les ressources matérielles et symboliques de certaines plateformes et leur donner un avantage économique et technologique pour asseoir leur position prépondérante dans le commerce mondial des contenus culturels numériques. Pour sa part, le présent numéro analyse si certaines plateformes numériques globales, telles que Spotify, Apple Music, YouTube Music, sont les acteurs gagnants du grand confinement, devenant des acteurs irremplaçables pour les professionnels de la culture et les autorités publiques.

Musique en streaming et COVID-19 : une perturbation éphémère ?

Il est clair que la pandémie mondiale de la COVID-19 représente un facteur perturbateur pour l'industrie musicale et les plateformes en ligne impliquées.



Même si le grand confinement pourrait signifier que les gens restent chez eux en écoutant de la musique en streaming, au début de l'adoption des mesures de confinement, les plateformes en ligne ont connu une baisse en matière d'utilisateurs de services quotidiens et de consommation de musique en streaming. Durant les premières semaines de mars 2020, le nombre total de flux à la demande aux États-Unis a chuté plus de 10 %. Le streaming a diminué pendant trois semaines consécutives : d'abord de 2%, puis de 8,8 %, puis de 3,2%. Les données incluent les flux de tous les principaux fournisseurs de streaming, y compris Spotify, Apple Music et Pandora.

Par ailleurs, les utilisateurs actifs mensuels (UAM) de Pandora, plateforme de streaming musical active qu'aux États-Unis, se sont élevés à 60,9 millions au premier trimestre 2020, contre 66 millions l'année précédente. De même, en Italie, quand le Premier ministre a annoncé un confinement national le 9 mars, il y a eu une baisse de 23% en streaming des 200 chansons les plus écoutées sur Spotify le 17 mars par rapport au 3 mars.

Il y a deux raisons principales expliquant cette tendance : en premier lieu, une partie importante du streaming a lieu pendant des déplacements et, en raison du grand confinement, les consommateurs consacrent leur temps d'écoute à d'autres activités ; en deuxième lieu, la majorité des magasins, cafés et restaurants qui diffusent souvent de la musique en streaming ont été fermés pendant la période du confinement. Selon la plateforme suédoise de streaming musical Spotify, « fin février, dans des marchés durement touchés comme l'Italie et l'Espagne, nous avons constaté une baisse notable des utilisateurs actifs et de la consommation quotidienne ».

Spotify, un acteur omniprésent ...

Malgré les inquiétudes initiales exprimées par le service de streaming le plus puissant du monde, Spotify a atteint 130 millions d'abonnés payants au premier trimestre (T1) de 2020. Il a gagné 6 millions d'abonnés au T1 de 2020, en hausse de 31% et supérieur aux prévisions initiales. Ce chiffre important est fortement lié à Spotify Kids, une application autonome conçue pour des enfants de trois ans et plus. Spotify Kids a été lancé dans huit autres marchés au cours du premier trimestre - Australie, Royaume-Uni, Mexique, Brésil, Argentine en février et mi-mars, et aux États-Unis, au Canada et en France vers la fin du trimestre.




En outre, le nombre total d'UAM de Spotify a augmenté de 31% pour atteindre 286 millions. Le T1 de 2020 a été le troisième trimestre consécutif de croissance supérieure à 30%. Les régions de l'Amérique latine et du reste du monde continuent de connaître la croissance la plus rapide, ces segments progressant respectivement de 36% et 65%. Elles représentent 39% du nombre total de UAM. Aujourd'hui, Spotify est disponible dans 79 pays à travers le monde : 51 pays en Europe et dans les Amériques et 28 pays en Afrique et en Asie-Pacifique. Cependant, Spotify n'est pas disponible en Chine, en Russie et dans plusieurs pays des Caraïbes et de l'Afrique subsaharienne.

Par ailleurs, en avril 2020, Spotify a introduit une nouvelle fonction permettant aux artistes de recevoir de l'argent de la part des fans ou de faire un don à un organisme de charité. Le 25 mars, Spotify a également lancé le projet Spotify COVID-19 Music Relief. Dans ce cadre, Spotify s'est associé à des organisations, qui offrent un soulagement financier à la communauté musicale et créative à travers le monde. La contribution totale de Spotify est de 10 millions USD. À noter également qu'en mars 2020, une pétition en ligne a été mise en place par le musicien Evan Greer demandant à Spotify de tripler ses redevances à la suite de la forte perte de revenus des créateurs due à la pandémie de COVID-19.

... face aux rivaux globaux et régionaux

De son côté, Apple ne rend pas régulièrement public le nombre d'abonnements d'Apple Music. Selon les estimations, Apple Music comptait environ 65 à 70 millions d'abonnés fin 2019, contre environ 20 millions pour YouTube Premium et Music. En plus, en avril 2020, Apple a rendu Apple Music disponible dans 52 pays supplémentaires - notamment en Afrique, en Amérique latine et dans les Caraïbes, offrant un essai du service gratuit pendant six mois.

Apple Music, déjà disponible dans 13 pays africains, dont le Nigeria, le Ghana, le Kenya et l'Afrique du Sud, sera désormais accessible dans 17 pays africains supplémentaires. Il est clair que « malgré les limites en matière d'accès à Internet et de coûts, il est de plus en plus évident que davantage d'utilisateurs à travers le continent africain adoptent les services numériques ».



Cependant, jusqu'à présent, l'Afrique a reçu peu d'attention de la part de Spotify, qui n'est disponible que dans cinq pays: l'Afrique du Sud, la Tunisie, le Maroc, l'Algérie et l'Égypte. Pour sa part, Boomplay, une plateforme de streaming basée à Lagos (Nigeria) et financée par des entrepreneurs chinois, est aujourd'hui l'un des plus grands services de musique en streaming en Afrique, comptant plus de 60 millions d'utilisateurs.

Apple Music, visant à augmenter ses revenus à l'échelle mondiale, est disponible dans 167 pays et régions du monde, tandis que YouTube Music est disponible dans 78 pays. Par ailleurs, alors que durant la période du confinement, il n'y a pas de données concrètes sur YouTube Music, selon les résultats du T1 de 2020 de la société Alphabet, « les revenus d'Alphabet, grâce à Search, YouTube et Cloud ont grimpé à 41,2 milliards USD, en hausse de 13% par rapport à l'année dernière ». Il est révélateur qu'au cours du T1 de 2020, les revenus publicitaires de YouTube sont passés de 3,02 milliards USD à 4,03 milliards USD, en hausse de 25% par rapport au même trimestre de l'année dernière. En plus, les autres revenus de Google - qui comprennent le hardware, le Play Store et les revenus non-publicitaires de YouTube (tels que les abonnements de YouTube Music) - s'élèvent à 4,44 milliards USD, contre 3,62 milliards USD l'année dernière. Il est clair que YouTube représente plus de 10 % des revenus globaux d'Alphabet, ce qui révèle à quel point la plateforme vidéo est devenue indispensable pour Google. En 2019, sur une base annuelle, YouTube, plateforme numérique appartenant à Google depuis 2006, a généré 15,15 milliards USD.

Streaming, un format de revenus dominant

Selon le Global Music Report annuel, publié par la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), en 2019 les revenus globaux du marché de la musique enregistrée ont augmenté de 8,2% pour atteindre 20,2 milliards USD. 2019 représente la cinquième année consécutive de croissance, poussée par une hausse forte et régulière des services de streaming payants. En 2019, les revenus de streaming - le format de revenus dominant au monde - ont augmenté de 22,9% à 11,4 milliards USD, contre 0,3 milliard USD en 2008 (voir tableau 1). Pour la première fois, les revenus de streaming représentent plus de la moitié (56,1%) des revenus mondiaux de la musique enregistrée. En revanche, hors streaming, les revenus numériques, tels que les revenus de téléchargement, ont connu une baisse de 15,3% à 1,5 milliard USD en 2019 ; les revenus physiques ont également diminué à l'échelle mondiale (-5,3%) à 4,4 milliards USD et représentent désormais environ un cinquième de l'ensemble du marché (21,6%).

Par ailleurs, les revenus mondiaux de la musique enregistrée proviennent des droits de représentation - utilisation de la musique enregistrée par les radiodiffuseurs et les lieux publics -, qui ont enregistré une baisse de 3,6% en 2019, mais aussi de la synchronisation - à savoir, les revenus issus de l'utilisation de la musique dans la publicité, les films, les jeux et la télévision -, qui a connu une croissance de 5,8 %. Parmi les différentes régions, l'Amérique latine et les Caraïbes, poussées par de forts gains dans le numérique, ont enregistré le taux de croissance le plus élevé, en hausse de 18,9%, suivies par les États-Unis et le Canada en hausse de 10,4% en 2019. À noter également que les États-Unis et le Canada restent la région qui affiche les revenus de musique enregistrée les plus élevés, représentant 39,1 % du marché mondial.

Il est clair qu'en raison de la pandémie mondiale de la COVID-19, les revenus issus des ventes physiques et des lieux publics pourraient enregistrer une baisse majeure en 2020. Il est révélateur que pendant la semaine du 13 au 19 mars, les ventes d'albums physiques aux États-Unis ont chuté de 27,6%. Enfin, il convient de rappeler que le Global Music Report n'inclut que les revenus de musique enregistrée. La musique live représente également une part importante des revenus de l'industrie mondiale de la musique, provenant principalement de la vente de billets pour des concerts et des parrainages. En 2018, les revenus mondiaux de la musique live se sont élevés à plus de 25 milliards USD. En raison de la pandémie mondiale de COVID-19, en 2020 le secteur de la musique verra une chute brutale des revenus de la musique live.

Revenus (en USD) / Année	1999	2002	2008	2012	2013	2015	2017	2019
Revenus physiques totaux	25.2	21.9	11.8	7.5	6.7	5.7	5.2	4.4
Streaming total	-	-	0.3	1.0	1.4	2.8	6.5	11.4
Téléchargement and autres revenus numériques	-	-	3.4	4.4	4.3	3.7	2.6	1.5
Droits de représentation	-	0.7	1.2	1.6	1.8	1.9	2.3	2.6
Revenus de synchronisation	-	-	-	0.2	0.3	0.4	0.4	0.5
Revenus totaux en USD	25.2	23.4	16.7	14.7	14.4	14.5	17.0	20.2

Tableau 1: Revenus du marché de musique enregistrée, 1999-2019.



COVID-19, plateformes globales en ligne et mesures publiques

Fin avril 2020, le ministre polonais des Finances a annoncé que la Pologne compte introduire un prélèvement de 1,5% sur les revenus des plateformes de vidéo à la demande, telles que Netflix, Apple TV Plus et Amazon Prime Video. Les revenus générés par la nouvelle taxe seront directement versés à l'Institut polonais du film. Une évaluation gouvernementale a révélé que la taxe pourrait générer jusqu'à 3,3 millions d'euros d'ici la fin de 2020. Dans sa déclaration, le gouvernement a souligné qu'une redevance similaire est actuellement payée, entre autres, par les télédiffuseurs, les exploitants de cinéma et les distributeurs.

Par ailleurs, le gouvernement chilien a approuvé cette année l'initiative de facturer aux plateformes étrangères en ligne une TVA de 19% (taxe sur la valeur ajoutée), à compter du 1er juin. Dans la même veine, le gouvernement mexicain a également approuvé la mise en place de la TVA de 16% sur les plateformes en ligne. À la suite de ces mesures, depuis le 1er juin, Netflix a augmenté la valeur d'abonnement mensuel au Chili et au Mexique.

Sources :

- Antonios Vlassis, "European Union and online platforms in global audiovisual politics and economy: Once Upon a Time in America? International Communication Gazette, 2020, [Lien](#).
- Spotify report Q1-2020, April 29, [Lien](#).
- Alphabet report Q1-2020, April 28, [Lien](#).
- Pandora-SiriusXM report Q1-2020, April 28, [Lien](#).
- International Federation of the Phonographic Industry, 2020 Global Music Report, May 04, [Lien](#).
- The Future of Music Streaming: How COVID-19 has amplified emerging forms of music consumption, The Forbes, May 16, [Lien](#).
- Apple is expanding the availability of its music streaming service across Africa, Quartz Africa, April 21, [Lien](#).
- YouTube Premium and Music Now Have More Than 20M Subscribers, Billboard, April 2, [Lien](#).
- There are the musicians being listened to more (and less) during the pandemic, Quartz, April 11, [Lien](#).
- This is how COVID-19 is affecting the music industry, World Economic Forum, May 27, [Lien](#).

DIRECTION

Gilbert Gagné, chercheur au CEIM et directeur du Groupe de recherche sur l'intégration continentale (GRIC).

RÉDACTION

Antonios Vlassis, maître de conférences et chercheur, Center for International Relations Studies (CEFIR)-Université de Liège, membre au CEIM.

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM)

UQAM, 400, rue Sainte-Catherine Est, Pavillon Hubert-Aquin, bureau A-1560, Montréal (Québec) H2L 2C5 CANADA. Téléphone : 514 987-3000, poste 3910 / Courriel: ceim@uqam.ca / Site web: www.ceim.uqam.ca

Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle (FICDC)

33 rue Milton, bureau 500, Montréal (Québec), H2X 1V1, CANADA. Téléphone : 514 277-27666 / Courriel : coalition@cdc-ccd.org / Site web : www.ficdc.org

Les opinions exprimées et les arguments avancés dans cette note analytique demeurent sous l'entière responsabilité du rédacteur ainsi que du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation et n'engagent en rien ni ne reflètent ceux de la Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle.



FICDC
FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES COALITIONS
POUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE