

# Le streaming fait vendre plus de musique

**Musique** Une étude britannique le démontre, chiffres à l'appui.

**L**es bonnes nouvelles concernant l'industrie du disque se sont faites rares depuis le début des années 2000. Le développement d'Internet et des connexions haut débit a eu un impact gigantesque et durable sur les ventes de disques, sans parler de la concurrence redoutable qui s'est instaurée avec l'arrivée de nouveaux modèles de commercialisation tels qu'iTunes. En dehors de quelques soubresauts – le retour du vinyle, mais ça reste très marginal, ou des phénomènes comme Adele – on ne peut pas dire que ce soit l'ambiance des grands soirs dans le secteur depuis bien longtemps.

Alors, quand une étude suggère que l'écoute de musique en ligne est de nature à encourager les ventes de vinyles, de CD et de musique téléchargée légalement, on s'y intéresse pour tenter de comprendre. Parce qu'a priori, on ne voit pas très bien pourquoi le consommateur qui utilise une plateforme de streaming, que ce soit à titre gratuit ou en payant un abonnement, irait ensuite acheter des CD... puisqu'il a tout sous la main où il veut, quand il veut. L'idée la plus couramment reçue étant

d'ailleurs que l'écoute de musique en ligne condamne à plus ou moins brève échéance tous les autres formats.

## Les téléchargements illégaux

C'est pourtant le contraire que suggère un rapport récemment publié par la fédération britannique de l'industrie du disque (BPI) et l'association regroupant ceux qui vendent du divertissement (ERA).

Selon cette étude, 37 % des abonnés à une plateforme de streaming ont augmenté leurs achats de musique téléchargée. Les fichiers digitaux ont de loin la préférence des consommateurs puisqu'ils ne sont que

19 % à dire que le streaming les a conduits à acheter plus de vinyles et à peine 13 % pour les CD.

C'est un fait, l'écoute de musique en ligne a fait baisser, du moins partiellement, les téléchargements illégaux. Elle est aussi en passe – si ce n'est déjà fait ? – de se substituer à la radio pour promouvoir la musique. En effet, 69 % des personnes interrogées dans l'étude indiquent qu'elles pourraient acheter encore plus de musique sous d'autres formats si les plateformes de streaming leur permettent de découvrir de nouveaux artistes.

## Des découvertes

Cet enjeu de la découverte, la plupart des opérateurs l'ont bien compris. A de rares exceptions près, les plateformes de streaming s'accompagnent toutes de radios.

C'est le cas d'Apple Music dont le lancement fin juin a donné lieu

en même temps à celui de Beats 1. Animée par des DJ's de renom et quelques stars parmi lesquelles Elton John ou D' Dre, cette radio intimement liée à Apple Music propose des programmes spécialisés dans les dernières tendances musicales, sans oublier de multiples canaux thématiques. Et elle se targue d'avoir embauché la crème des programmeurs pour être un défricheur de nouveaux talents et de produits. Vous aurez compris la manœuvre : programmer des listes de diffusion (playlist) permettant aux auditeurs de découvrir de nouveaux horizons musicaux pour qu'ils aillent ensuite faire leurs emplettes sur iTunes. Tout bénéfice pour Apple évidemment, mais aussi, en partie, pour l'industrie du disque et les artistes.

Une autre étude menée cette fois par des chercheurs français de l'Institut M@souin, en Bretagne, indique que l'écoute de musique en ligne a également un impact positif sur la fréquentation des salles de concerts. Une vertu qu'on n'aurait pas immédiatement prêtée au streaming.

Charles Van Dievort

# 37

## POUR CENT

C'est le nombre d'abonnés à une plateforme de streaming qui ont augmenté leurs achats de musique téléchargée.