

Le streaming dope le marché de la musique de 7%

Le marché de la musique n'a pas fini sa révolution numérique. Grâce à l'écoute forfaitaire en ligne, 2017 devrait voir pour la première fois le digital supplanter les supports physiques.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Après un premier rebond en 2015 (+ 5%), le marché belge de la musique a à nouveau cru de 7% à près de 118 millions d'euros en 2016. C'est ce qui ressort des chiffres annuels de la Belgian Entertainment Association (BEA) compilés par le bureau d'études GfK.

On est encore loin des 180 millions d'euros d'il y a une bonne dizaine d'années, mais le renouveau est là, grâce essentiellement au streaming, l'écoute de la musique en ligne via paiement forfaitaire (Spotify, Deezer, Apple Music...). Ses ventes ont crû de plus de 64% à 39,5 millions d'euros et de 160% en deux ans.

Trois milliards de morceaux

Au total, les Belges ont écouté l'an dernier 3 milliards de morceaux en streaming contre 2 milliards un an plus tôt. «Le streaming permet d'attirer des consommateurs qui avant ne payaient pas», assure Olivier Maeterlinck, directeur général de la BEA.

Résultat: le streaming pèse aujourd'hui un tiers des ventes de musique en Belgique. Une percée foudroyante quand on sait qu'il n'est apparu chez nous qu'en 2012. Sur le seul marché du digital, il dépasse largement le téléchargement légal qui, victime de son prix élevé, a reculé de 16% à 15,2 millions d'euros. Deux ans plus tôt, il était encore devant. La banalisation du smartphone n'est évidemment pas étrangère à ce ras de marée qui, à en croire Olivier Maeterlinck, est

loin d'être terminé. «Le pic de la musique payante en streaming est loin d'être atteint et, comparé à d'autres pays, comme chez nos voisins des Pays-Bas ou en Suède, il existe encore un grand potentiel de croissance en Belgique.»

Revers de la médaille, le boom du streaming profite encore très peu aux artistes qui touchent des rémunérations dérisoires sur l'écoute de chaque morceau (lire ci-contre).

La mode du vinyl

Dans une moindre mesure, le marché a aussi été poussé par la renaissance du vinyl, qui a encore progressé de 36% à 270.000 unités soit un chiffre d'affaires de 5,92 millions d'euros. Un succès dû à l'influence des DJ et à la «collectionniste» de certains amateurs de musique, le disque étant devenu un objet à conserver. «Ce qui est amusant c'est qu'il est acheté par des jeunes qui ne l'ont jamais connu auparavant», observe Olivier Maeterlinck. Les fabricants l'ont bien compris et les magasins de hi-fi sont de mieux en mieux achalandés en platines.

2017, année charnière

Le CD poursuit quant à lui son déclin. Il s'est à nouveau vendu 10% d'albums en moins, soit 4,42 millions d'exemplaires pour un chiffre d'affaires de 55,5 millions alors que contrairement aux autres années, le réseau de vente ne s'est pas rétréci. Les autres supports comme le DVD ou le single «physique» sont devenus anecdotiques.

Le support physique représente encore près de 54% des ventes. Mais plus pour longtemps. D'après Olivier Maeterlinck, tout porte à croire qu'il sera supplanté d'ici la fin de l'année par le digital. La Belgique basculerait ainsi dans le club des pays, comme la Suède ou

les Pays-Bas, où le digital est majoritaire.

CONCURRENCE DÉLOYALE

LA SABAM DÉNONCE YOUTUBE

Pour le CEO de la Sabam, Christophe Depreter, YouTube asphyxie les plateformes musicales comme Spotify et Deezer. Pourquoi? Parce que la plateforme de vidéo ne rétribue ni les auteurs, ni la Sabam, de la même façon.

«YouTube prétend avoir un rôle passif car elle ne met pas elle-même en ligne le contenu. Pourtant, elle référence, elle indexe, elle fait du business avec ça et touche de l'argent. C'est bien un rôle actif», indique-t-il.

Le streaming musical est donc sous pression. De plus, il ne perçoit de l'argent que de deux manières, peu rentables pour le moment. Soit via les écoutes gratuites, avec revenus publicitaires assez faibles. Soit grâce aux abonnements. Mais là aussi, les revenus ne sont pas très élevés, prévient Christophe Depreter:

«Généralement, l'abonné 'stream' énormément. Le revenu par morceau est alors faible. Lorsqu'il n'y aura plus la concurrence déloyale de YouTube, je suis certain que les bénéfices de Spotify et Deezer s'envoleront.»

Lire l'interview complète sur www.lecho.be

