



Ipsos Connect



Les consommateurs de  
musique aujourd'hui  
Panorama 2016

# Introduction

L'IFPI a mandaté Ipsos pour réaliser une étude globale sur les pratiques des consommateurs de musique aujourd'hui.

Ce rapport est le fruit d'une étude menée auprès d'internautes âgés majoritairement de 16 à 64 ans, dans 13 marchés majeurs de la musique enregistrée (USA, Canada, Grande-Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie,

Japon, Corée du Sud, Brésil et Mexique).

Ces pays représentent 84% du marché mondial de la musique enregistrée (source IFPI).

Cette étude est fondée sur des bases similaires à des enquêtes conduites précédemment par Ipsos, permettant ainsi d'établir des modèles de croissance et des tendances d'évolution.



# Infos clés

71% des internautes âgés de 16 à 64 ans consomment de la musique légale en ligne. Les services de streaming audio payants voient leur popularité augmenter, tout spécialement auprès des moins de 25 ans. 1/3 des 16-24 ans utilisent désormais un service de streaming payant.

Le smartphone s'impose comme l'appareil le plus utilisé pour l'écoute de musique devant l'ordinateur, surtout dans les pays en développement. Les utilisateurs de services de streaming audio payants sont particulièrement enclins à écouter la musique via leur smartphone.

## **YouTube est le service musical le plus utilisé :**

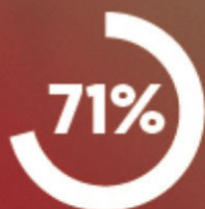
82% de ses utilisateurs s'en servent pour leur consommation de musique. Ils sont plus nombreux à le faire pour écouter de la musique qu'ils connaissent déjà que pour y découvrir de nouveaux contenus.

Les jeunes consommateurs sont très attachés à la musique ; 82% des 13-15 ans écoutent de la musique légale et la majorité d'entre eux déclare vouloir la payer.

La violation du droit d'auteur reste un problème majeur : plus d'1/3 (35%) des internautes consomment de la musique de façon illicite. La nature de ces infractions évolue, avec la moitié des 16-24 ans (49%) qui pratique le stream ripping à partir de sites comme YouTube.

# La consommation de musique en 2016

## L'ACCÈS À LA MUSIQUE



accèdent à des contenus musicaux légaux

## LE STREAMING AUDIO



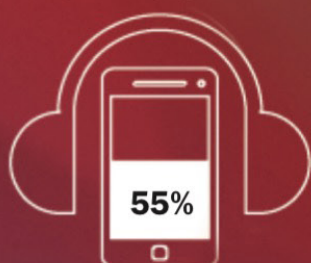
streamement

## LE STREAMING PAYANT



Croissance significative des consommateurs payant pour la musique en streaming

## L'UTILISATION DES SMARTPHONES

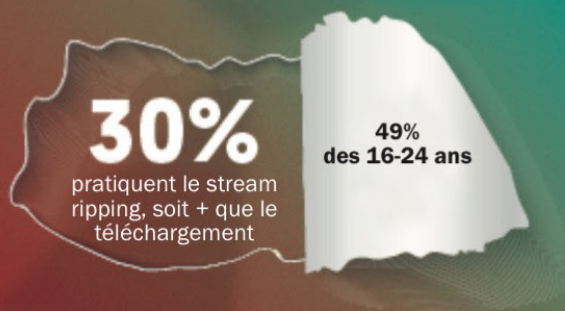


Le smartphone devant l'ordinateur fixe pour l'écoute de musique chez les utilisateurs de streaming payant.

En hausse de **10%** en 2015 + : +10% par / 2015

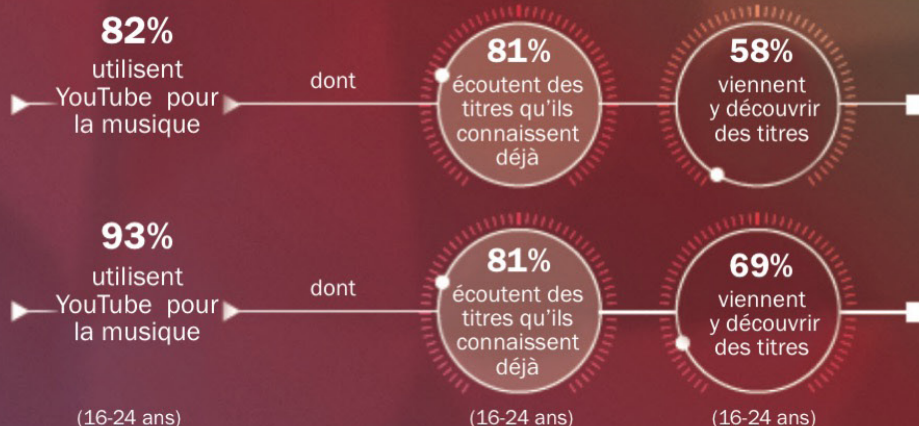
## LE STREAM RIPPING

Une tendance illicite en progression



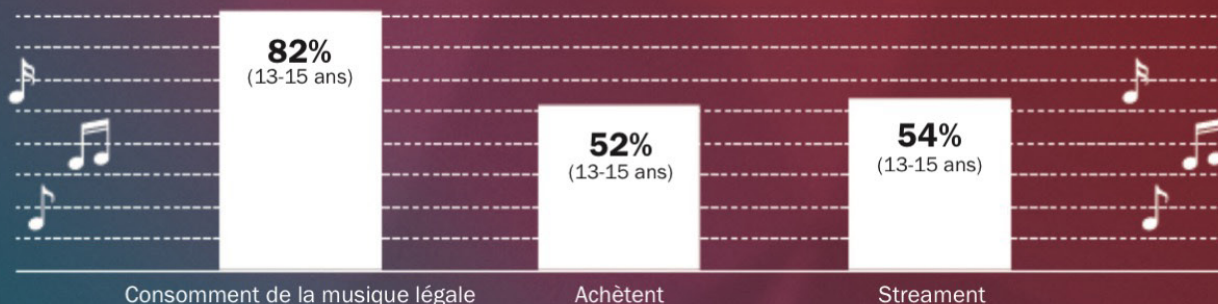
## YOUTUBE

premier service de musique



## LES JEUNES CONSOMMATEURS

La jeune génération est particulièrement attachée à la musique légale





# LA CONSOMMATION DE MUSIQUE

Les plateformes numériques ont permis d'élargir les offres proposées aux consommateurs, et d'accroître le nombre d'utilisateurs payants des services de streaming audio. 7 internautes sur 10 (71%) consomment désormais de la musique légale à la demande, et ils sont nombreux à avoir développé des pratiques « hybrides », utilisant différents mode d'accès. La moitié (48%) des internautes paient pour leur musique, sous une forme ou une autre.

71%

des internautes sont des consommateurs actifs de musique légale\*

82%

des utilisateurs payants de streaming achètent aussi de la musique sous une autre forme

48%

des internautes paient pour leur musique sous une forme ou une autre



Achat

(physique/téléchargement)



Streaming audio

payant

\*Consommation de musique légale hors radio

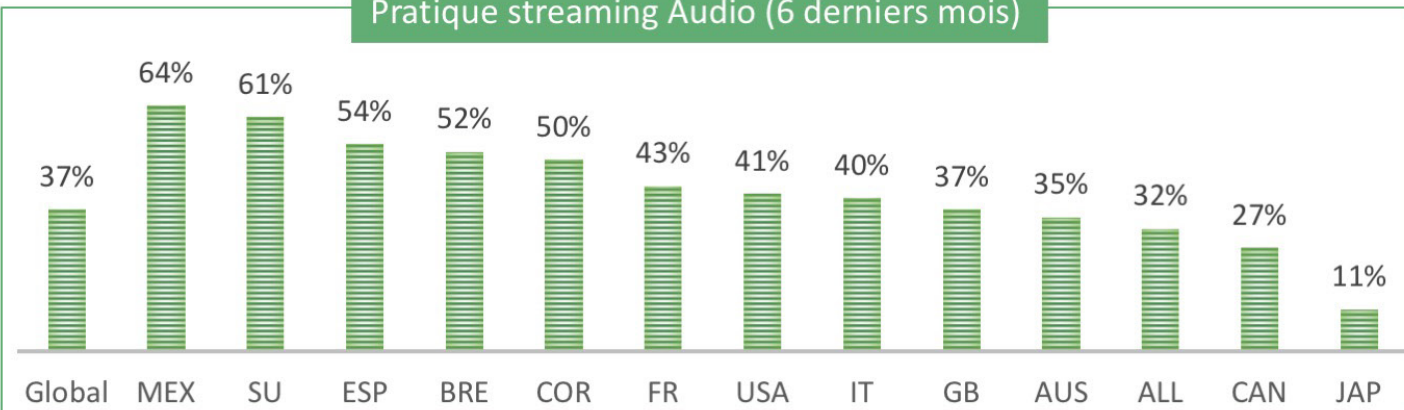
Basé sur l'ensemble des 12.610 internautes du panel dans 13 pays (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

Les services de streaming audio deviennent de plus en plus populaires. Dans le monde, près de 4 internautes sur 10 (37%) utilisent un service de streaming audio.

La moitié ou plus des internautes utilisent un service de streaming audio au Mexique, en Suède, en Espagne, au Brésil et en Corée du Sud.



Pratique streaming Audio (6 derniers mois)



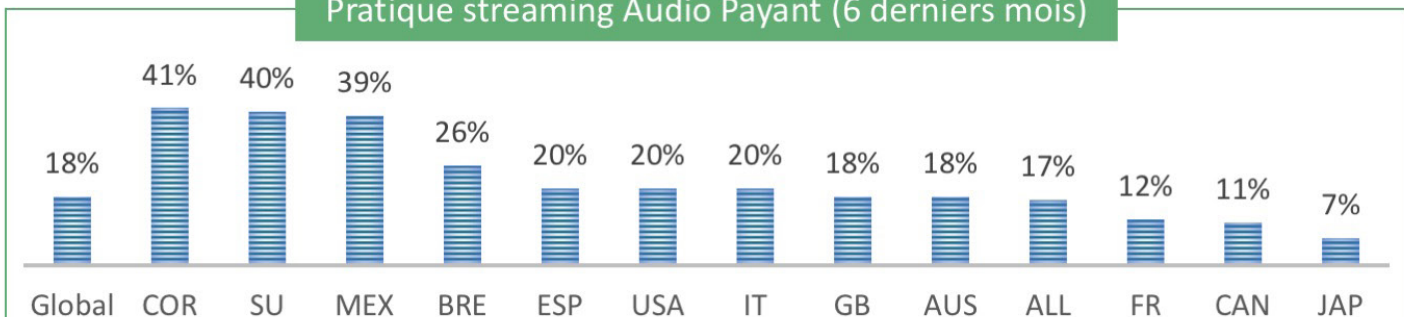
Le streaming audio payant est en progression, tout particulièrement chez les jeunes consommateurs : 1/3 des 16-24 ans paient désormais pour bénéficier des avantages de l'offre premium d'un service de streaming audio.

En 2016, **18%** des internautes ont payé pour l'utilisation d'un service de streaming, contre **15%** en 2015.

Dans le monde, 1/3 (**32%**) des 16-24 ans utilisent des services de streaming audio payants, soit une hausse de 39% en un an.

Le streaming payant est l'usage le plus populaire en Corée du Sud, en Suède et au Mexique : dans ces trois pays, près de **4 internautes sur 10** paient pour un service de streaming audio.

Pratique streaming Audio Payant (6 derniers mois)



Basé sur l'ensemble des 12.610 internautes du panel dans 13 pays (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

Le streaming Audio est apprécié tant pour sa facilité d'usage que pour l'étendue des contenus accessibles qu'il offre. C'est un usage qui rassure aussi le consommateur quant à la fiabilité et à la légalité des contenus proposés par les plateformes.

Les services de streaming Audio ont attiré un nombre croissant d'adeptes ces dernières années, et ce pour plusieurs raisons.

La première d'entre elles est la simplicité d'utilisation, suivie par l'étendue des catalogues disponibles et l'opportunité de découvrir de nouvelles musiques.

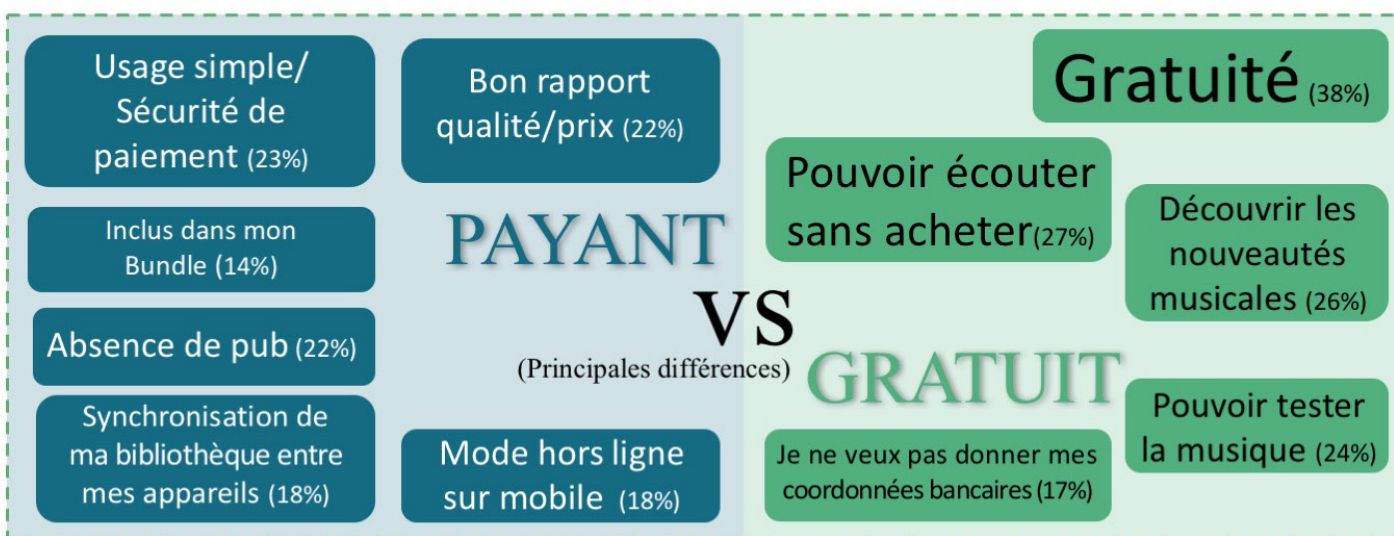
Les Playlists constituent aussi une importante source d'intérêt pour le consommateur : qu'il s'agisse de créer les siennes propres ou d'utiliser les playlists éditoriales proposées par les plateformes.

La sécurité offerte par les services de streaming tant sur le plan de la légalité des contenus que sur celui de la sûreté des moyens de paiement est également une qualité prisée par les internautes.

La possibilité d'écouter la musique hors connexion, notamment sur mobile, et l'absence de publicité sont des atouts-clés pour les utilisateurs. Quant au streaming financé par la publicité, il séduit précisément parce qu'il offre un accès gratuit à une offre considérable de musique au consommateur.



**Plus de 8 streamers audio sur 10 (82%)** achètent aussi de la musique, en supports physiques ou en téléchargement.



Basé sur les utilisateurs de streaming gratuit (6.016 internautes) et les utilisateurs de services payants (3.849 internautes) dans 13 pays (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)



# MUSIQUE ET TELEPHONES PORTABLES

Le smartphone est en passe de devenir l'appareil le plus utilisé pour l'écoute de musique, surtout dans les pays en développement. C'est déjà le cas chez les utilisateurs de services de streaming audio payants .

## 55%

Soit 10% de plus  
qu'en 2015 (50%)

... des internautes écoutent  
leur musique sur  
un smartphone



Les pays où la consommation  
de musique sur smartphone  
a le plus progressé :



USA

+ 29% d'utilisateurs



Japon

+ 26% d'utilisateurs



France

+ 12% d'utilisateurs

Plus de  
**2 internautes sur 3**

se servent de leur portable  
pour écouter de la  
musique dans certains pays



Mexique



Corée  
du Sud



Brésil



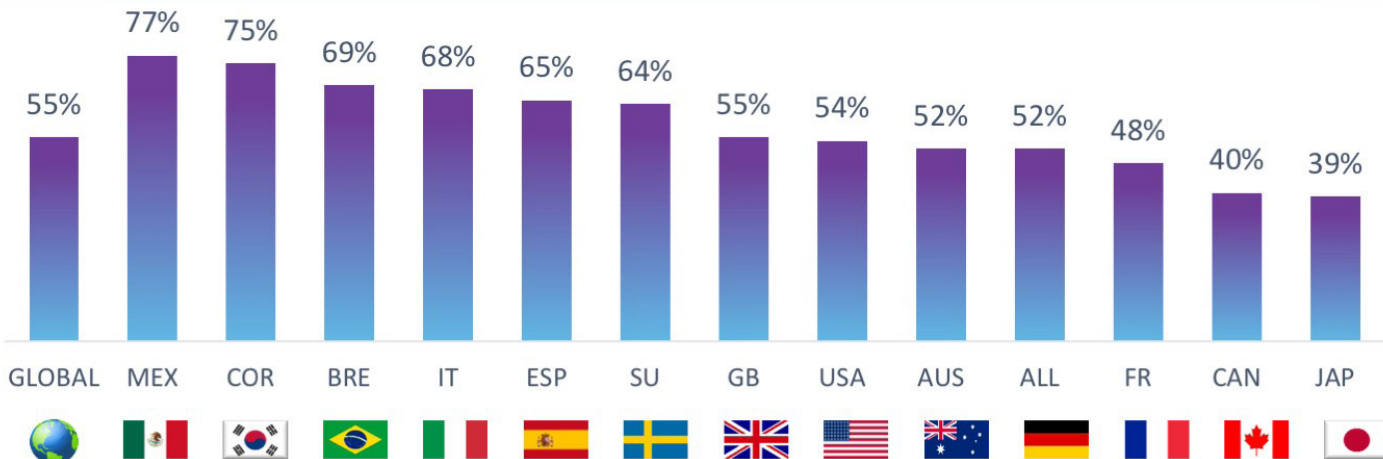
Italie

Basé sur l'ensemble des 12.610 internautes du panel dans 13 pays (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)



Les smartphones deviennent progressivement le support d'écoute favori de musique légale sur les services de streaming, spécialement pour les utilisateurs de services payants.

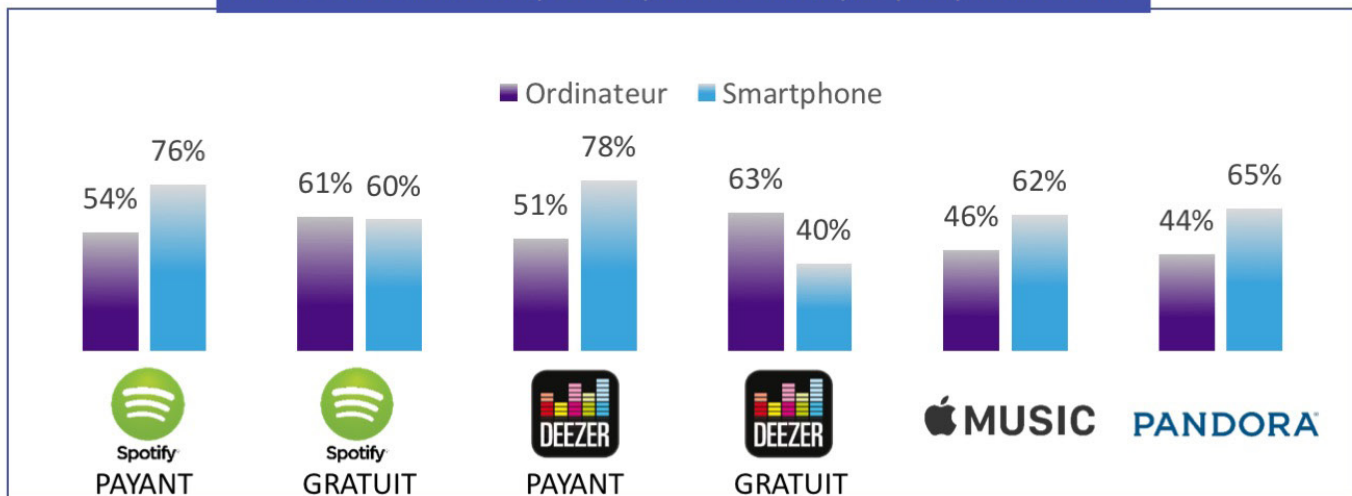
### Utilisation du smartphone pour l'écoute de musique par pays (6 derniers mois)



Le nombre d'internautes utilisant leur ordinateur pour la musique a baissé en 2016 (66%) par rapport à l'an dernier (69%), alors qu'ils ont été plus nombreux à écouter de la musique sur leur smartphones : 55% au lieu de 50% en 2015.

Cette pratique est encore plus répandue chez les utilisateurs de services de streaming payants, signe que l'accès à la musique hors connexion est une fonctionnalité prescriptive pour les abonnements au offres de streaming payante.

### Utilisation du smartphone pour la musique par plateforme



Basé sur l'ensemble des 12.610 internautes du panel dans 13 pays (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)  
Base varie selon le service



# LES SERVICES DE STREAMING VIDEO

Avec plus d'1 Milliard d'utilisateurs\*, YouTube est le service le plus utilisé au monde pour la consommation de musique numérique. 82% des utilisateurs de YouTube viennent y consommer de la musique, un chiffre qui s'élève à 93% chez les 16 – 24 ans.



Des utilisateurs de YouTube  
s'en servent pour la musique

...dont



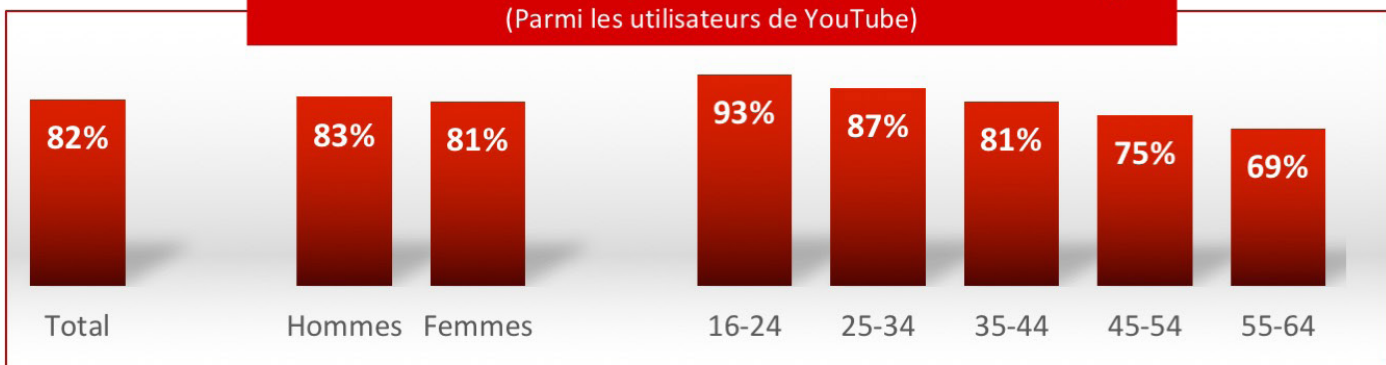
pour écouter des titres  
qu'ils connaissent déjà

\*Source : YouTube statistics <https://www.youtube.com/yt/press/en-GB/statistics.html>

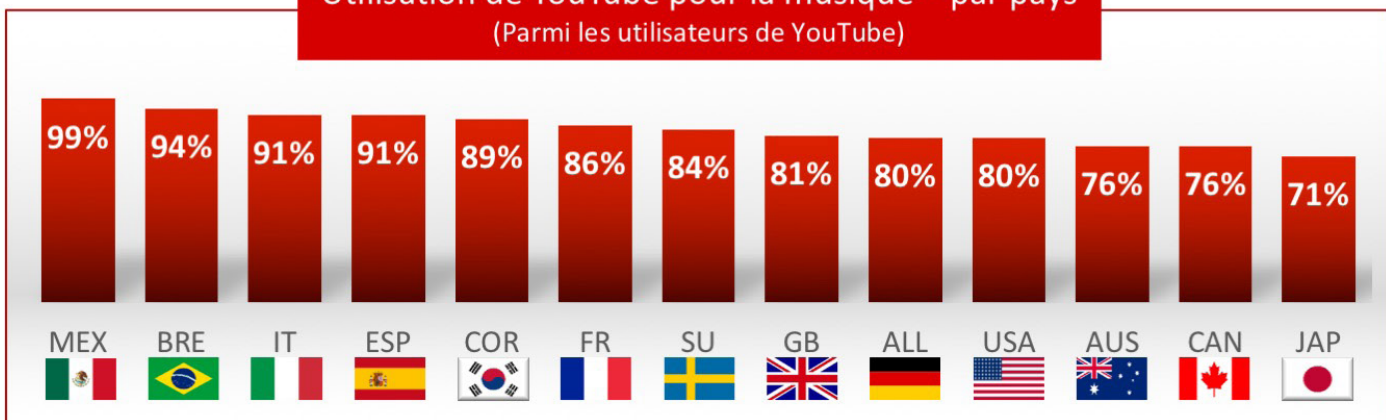
Base : les utilisateurs de YouTube au cours des 6 derniers mois (10.552), utilisateurs ayant écouté/regardé de la musique au cours des 6 derniers mois (8.409) dans les 13 pays de l'étude (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

L'importance de YouTube comme service musical est capitale : chez les 16-24 ans, plus de 9 utilisateurs sur 10 (93%) viennent y consommer de la musique.

### Utilisation de YouTube pour la musique – par classe d'âge (Parmi les utilisateurs de YouTube)



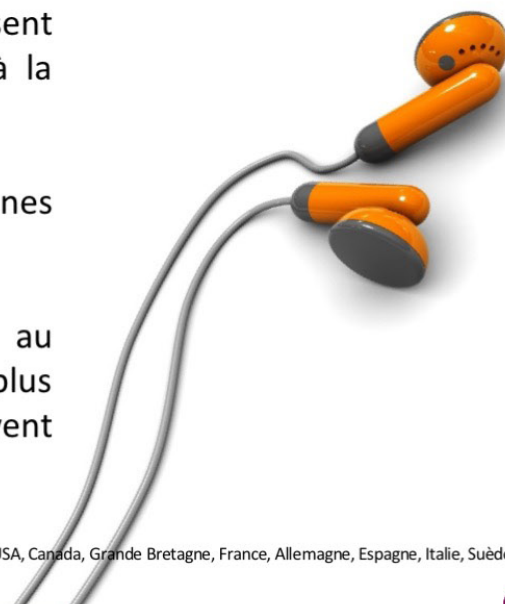
### Utilisation de YouTube pour la musique – par pays (Parmi les utilisateurs de YouTube)



Globalement, 82% de ceux qui utilisent YouTube le font pour des activités liées à la musique.

Un score qui atteint 93% chez les plus jeunes (16-24 ans) et 87% chez les 25-34 ans.

Cette pratique est plus développée au Mexique, Brésil, en Italie et en Espagne où plus de 90% des utilisateurs YouTube s'en servent pour la musique.



Base : les utilisateurs de YouTube au cours des 6 derniers mois (10.552), dans les 13 pays de l'étude (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

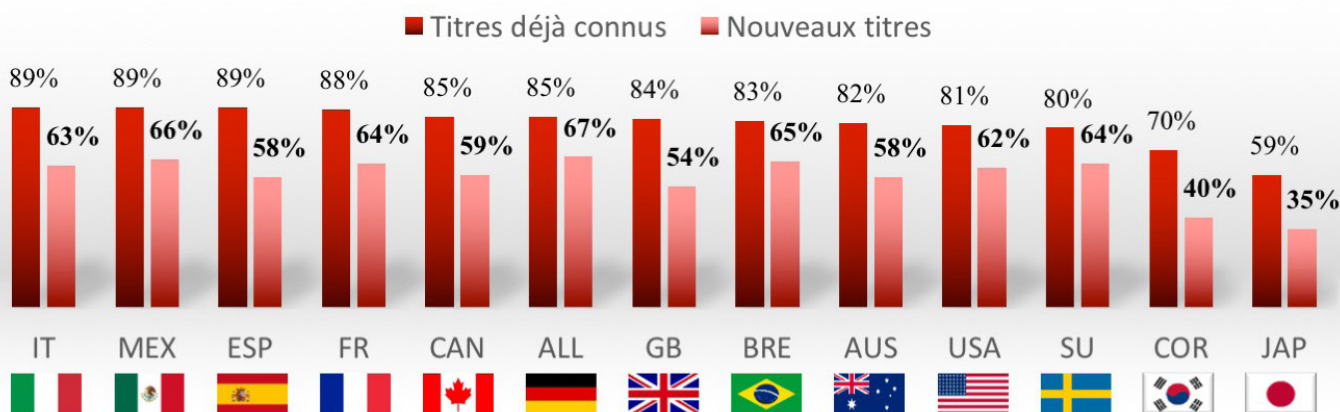
YouTube est plus utilisé pour la consommation de musique à la demande que comme source de découverte :

81% de ses utilisateurs y écoutent de la musique qu'ils connaissent déjà quand 58% s'en servent pour y découvrir de nouveaux titres.



... des utilisateurs de musique sur YouTube y écoutent celle qu'ils connaissent déjà

### Consommation de musique - connue vs découverte (6 derniers mois)



YouTube est plus communément utilisé pour écouter des musiques que l'on connaît déjà, que pour y découvrir de nouveaux titres.

Dans 11 pays sur 13 (tout le panel hors Japon et Corée du Sud), **8 utilisateurs YouTube sur 10** y consomment de la musique qu'ils connaissent déjà.

Compte-tenu du nombre considérable d'utilisateurs qui écoutent des musiques qu'ils connaissent déjà, il est probable qu'une grande part des **58%** de ceux qui viennent y faire des découvertes, resteront sur YouTube pour continuer à les écouter.



Base : utilisateurs ayant écouté/regardé de la musique sur YouTube au cours des 6 derniers mois (8.409), dans les 13 pays de l'étude (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

Le streaming vidéo gratuit est essentiellement utilisé comme une alternative à la musique payante. La moitié (49%) des streamers vidéo sont motivés avant tout par la gratuité de cette pratique, et seuls 1/4 (27%) d'entre eux déclarent qu'il s'agit pour eux de « tester avant d'acheter ».



Les adeptes des services vidéo gratuits comme YouTube utilisent cette offre comme une alternative au fait de payer la musique qu'ils consomment. **49%** d'entre eux le font « parce que c'est gratuit ». Seulement **27%** déclarent qu'il s'agit pour eux de « tester avant d'acheter ». Si YouTube faisait payer l'accès aux contenus musicaux, de nouveaux consommateurs payants viendraient alimenter le marché.

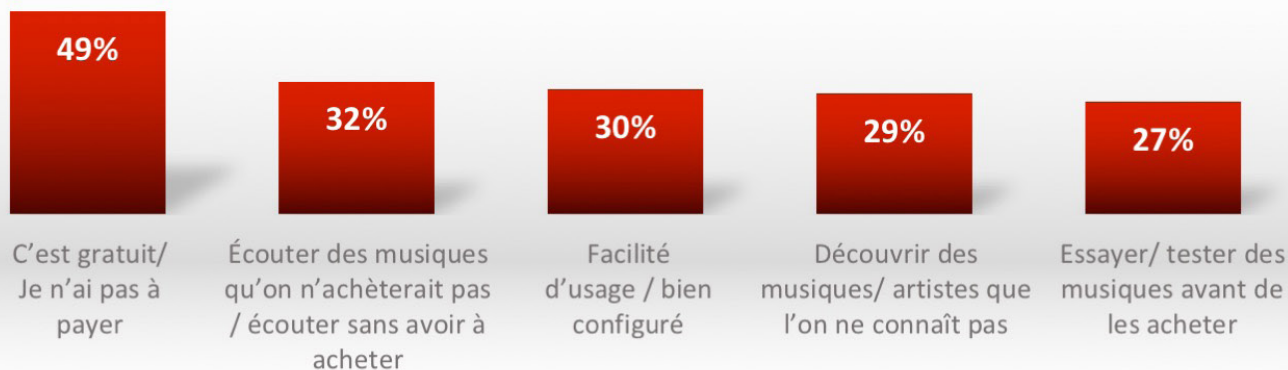
Actuellement, **13%** des utilisateurs de musique sur YouTube qui consomment **uniquement** de la musique gratuite déclare **être prêts**

à payer si YouTube rendait la musique payante. Ils paieraient soit YouTube, soit un autre service.

Sachant que YouTube compte plus d'un milliard d'utilisateurs, cela représente un potentiel très significatif de nouveaux consommateurs payants.



### Principales motivations pour la pratique du streaming vidéo gratuit



Base : tous les utilisateurs de sites vidéo gratuits (8.212), dans les 13 pays de l'étude (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)



# LES CONTENUS MUSICAUX ILLICITES

La violation du droit d'auteur reste un problème majeur. Plus d'1/3 des internautes (35%) consomment de la musique de façon illicite. La nature de ces infractions a évolué, avec le développement du stream ripping qui dépasse aujourd'hui les autres formes de téléchargement.

**35%**

des internautes utilisent  
des services illicites

**30%**

des internautes  
utilisent des services  
de stream ripping

...jusqu'à...

**49%**

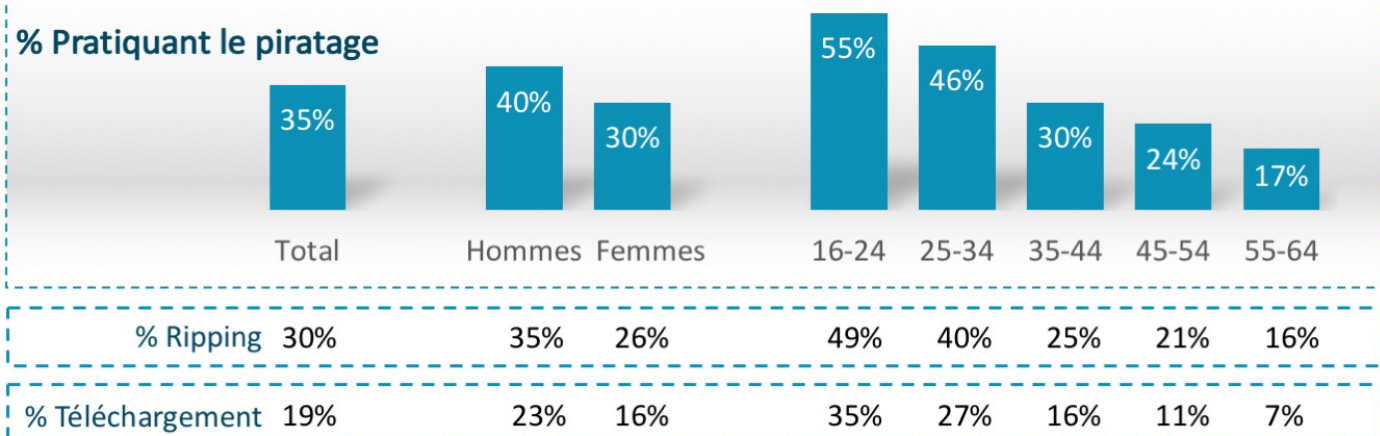
des 16-24 ans

Basé sur l'ensemble des 12.610 internautes du panel dans 13 pays (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

Plus d'un tiers (35%) des internautes consomment la musique de façon illicite. Les nouveaux usages de consommation de musique ont influencé les comportements de piratage : aujourd'hui, le stream ripping est devenu la pratique la plus répandue, dépassant les autres formes de téléchargement.

### Ampleur des comportements illicites par classe d'âge (6 derniers mois)

#### % Pratiquant le piratage



35% des internautes ont consommé de la musique de façon illicite au cours des 6 derniers mois. C'est chez les jeunes que cette pratique est la plus répandue.

Avec le développement des services de streaming, les pratiques contrevenantes sont passées de la technique traditionnelle de téléchargement à celle du stream ripping, qui est devenu la méthode la plus courante.

### Le rôle des moteurs de recherche

# 66%

des internautes en quête de musique gratuite sur Google, recherchent des contenus illicites

Les moteurs de recherche dirigent encore un très grand nombre d'internautes vers des sites de musique illicites. 1/4 (23%) des internautes utilisent Google pour trouver de la musique « gratuite », et 2/3 d'entre eux (66%) déclarent ouvertement chercher des contenus pirates.

Ce taux est plus particulièrement élevé au Mexique, au Brésil et aux USA, où près de 3/4 de ceux qui recherchent de la musique gratuite sur Google veulent accéder à des sites illicites.

Base : sur l'ensemble des 12.610 internautes, ceux qui recherchent de la musique gratuite sur Google (3.262) dans les 13 pays de l'étude (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

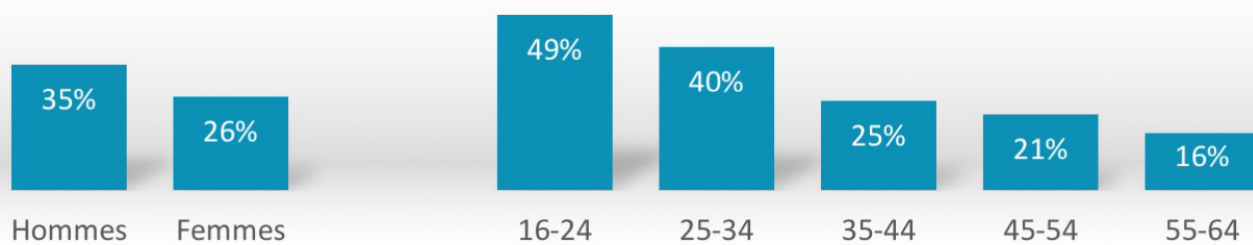
Le stream ripping est la forme de piratage qui se développe le plus vite, devançant désormais le téléchargement.  
3 internautes sur 10 (30%) se livrent au stream ripping, ce chiffre s'élevant à presque la moitié (49%) chez les 16-24 ans.

30%  
pratiquent le  
stream ripping

...jusqu'à...

49%  
chez les 16-24 ans

Pratique du stream ripping par classe d'âge ( 6 derniers mois)



30% des internautes ont pratiqué le stream ripping au cours des 6 derniers mois (27% à partir d'un ordinateur, 19% sur mobile).

C'est une progression très significative par rapport aux 27% de 2015. Le stream ripping est particulièrement répandu chez les 16-24 ans (49% en 2016 vs 41% en 2015).







# LES JEUNES CONSOMMATEURS DE MUSIQUE

Les 13-15 ans ont grandi dans un monde où l'offre légale de musique numérique était largement accessible et ils se déclarent très attachés à la musique. 82% d'entre eux la consomment de façon légale. La majorité de ces jeunes consommateurs se disent consentants à payer la musique.

Les 13-15 ans autant engagés que les 16-24 ans – classe d'âge qui consomme le plus de musique légale. La prochaine génération de consommateurs montre ainsi des signes positifs quant à son attachement à la musique.



## 13-15 ans

69%

Streaming vidéo  
gratuit

52%

Achats  
(physique ou  
téléchargement)

54%

50%  
gratuit

dont

26%  
payant



## 16-24 ans

75%

55%

62%

55%  
gratuit

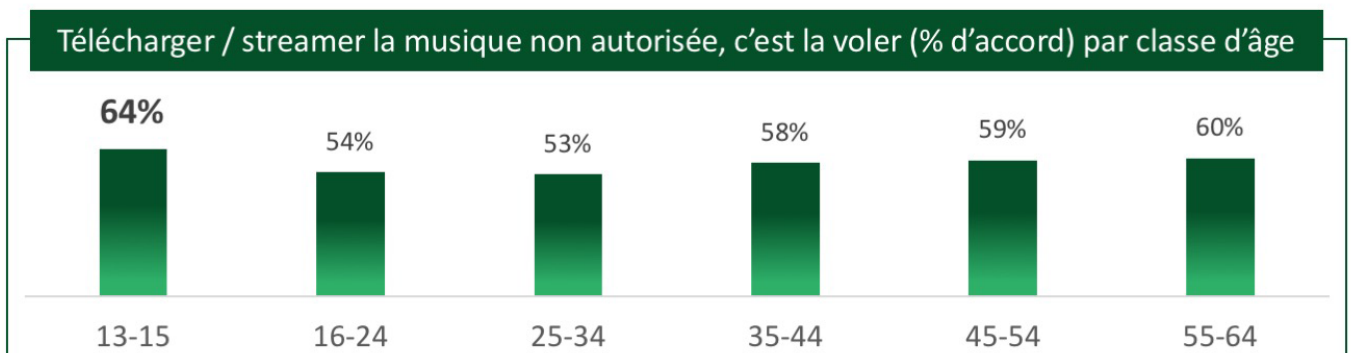
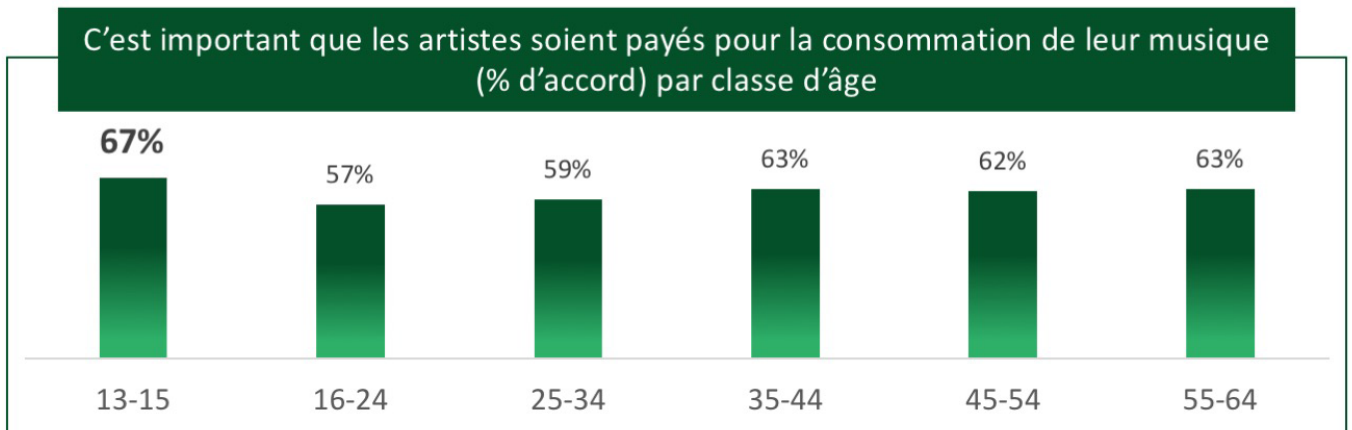
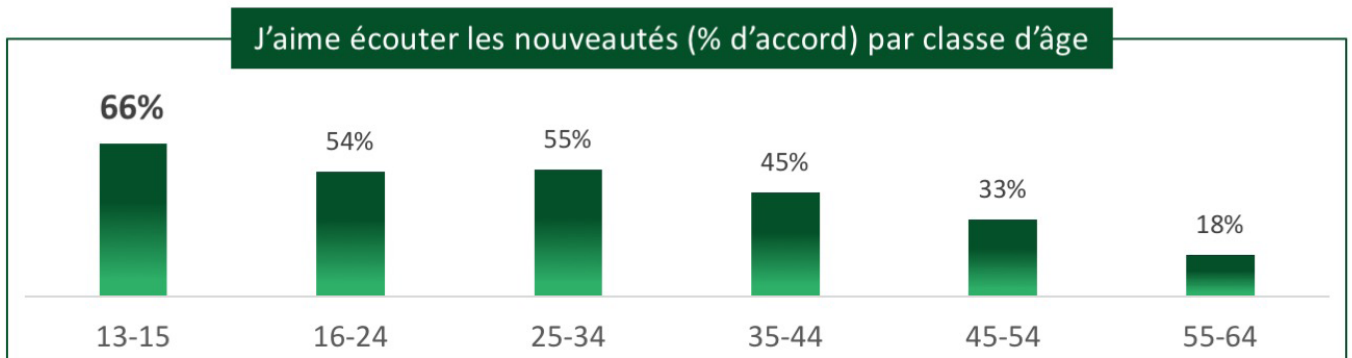
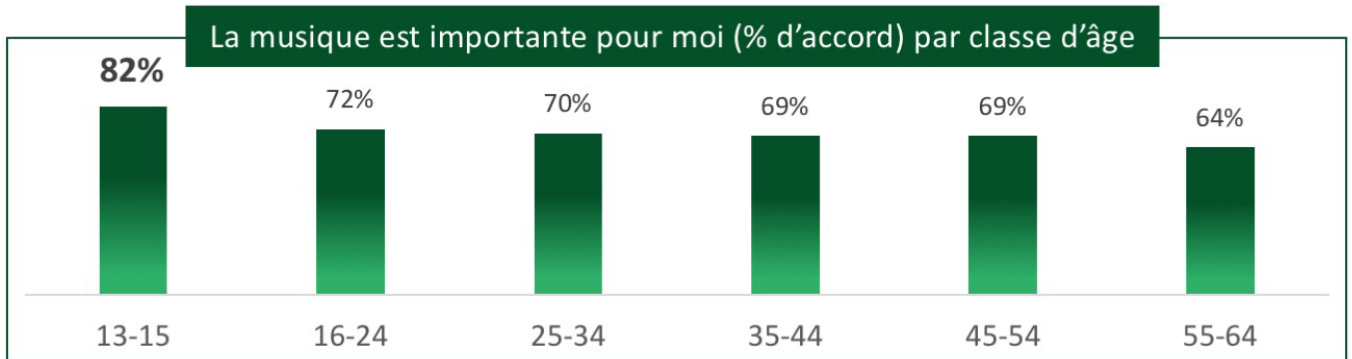
dont

33%  
payant

Le degré d'engagement des 13-15 ans auprès des principales plateformes de musique numérique est élevé. Leur niveau de connaissance et de pratique est pratiquement équivalent à celui des 16-24 ans.

Base : tous les 13-15 ans (1.287), tous les 16-24 ans (2.431) dans les 13 pays de l'étude (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)

Les 13-15 ans ne sont pas seulement attachés à la musique – particulièrement aux nouveautés – ils croient fermement que les artistes doivent être rémunérés pour leur travail, et que les voler est injuste.



Basé sur l'ensemble des 12.610 internautes du panel dans 13 pays (USA, Canada, Grande Bretagne, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Australie, Japon, Corée du Sud, Brésil, Mexique)



# ANNEXE

## Méthodologie

Ces données sont issues d'une enquête auprès de 900 internautes par pays, âgés de 16 à 64 ans (16-50 ans au Mexique) dans les 13 principaux marchés de la musique enregistrée dans le monde. (USA 906, Canada 900, GB 900, France 900, Allemagne 900, Espagne 900, Italie 902, Suède 900, Australie 902, Japon 902, Corée du Sud 901, Brésil 900, Mexique 897).

L'objectif de cette étude, conduite en avril et mai 2016, était de déterminer les pratiques des consommateurs, leurs points de vue sur les services de musique légale et illicite. Les internautes de 13-15 ans ont également été interrogés, même si les principaux résultats sont fondés sur les réponses des 16 ans et +.

Les données globales sont la synthèse des résultats issus des 13 pays, rapportés au poids de la population d'internautes (16-64 ans) pour chacun (16-50 ans au Mexique).

## Notes sur l'enquête

Le stream ripping est considéré comme illégal sous réserve des législations nationales et des exceptions éventuellement applicables.

Le taux moyen de pénétration d'Internet dans les pays étudiés est d'environ 80% de la population nationale, excepté pour l'Italie (autour de 60%), du Brésil et du Mexique (environ 50%). Dans les pays ayant un taux de pénétration d'Internet plus bas, on considère généralement que les enquêtes en ligne sont moins représentatives des comportements des internautes, les répondants étant des adeptes précoces des services numériques. Cela se traduit dans les résultats de l'étude, où l'on peut constater des taux plus élevés d'utilisation des différents services de musique numérique que dans les autres pays.

De plus, le profil par âge des participants au sondage étant plus jeune au Mexique (16-50 ans) que dans les autres pays (16-64 ans), on obtient des résultats plus élevés pour l'usage de services numériques au Mexique, les jeunes étant de plus grands utilisateurs de ceux-ci que le reste de la population. Enfin, les enquêtes menées au Brésil et au Mexique ont été conduites auprès d'internautes uniquement en zone urbaine, ce qui accroît les résultats des niveaux d'usages dans ces pays.



Ipsos Connect



This work was carried out in accordance with the requirements of the international quality standard for market research; ISO 20252:2006 and with the Ipsos MORI Terms and Conditions which can be found here: <https://www.ipsos-mori.com/Assets/Docs/Legal/ipsos-mori-terms-and-conditions.pdf>

**Ipsos**

Paul Maskell

[Paul.Maskell@ipsos.com](mailto:Paul.Maskell@ipsos.com)

+44 (0)20 8515 3467

**IFPI**

Insight and Analysis

[insight@ifpi.org](mailto:insight@ifpi.org)

+44 (0)20 7878 7900