



## Le marché de la musique enregistrée au 1<sup>er</sup> trimestre 2009

Source GFK

### Le marché du support musical

✚ En France, au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, le marché du support musical (CD audio et DVD musical) totalise **15,6 millions d'unités vendues** (-16,8% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) pour un chiffre d'affaires de **212,1 millions d'euros TTC** (-15,7% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008).

\* Il s'est vendu **14,6 millions de CD audio**, pour un chiffre d'affaires s'élevant à **192,6 millions d'euros TTC**. Par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008, ce support voit ses ventes décroître de -16,3% en volume et de -14,9% en valeur.

#### Evolution des ventes par supports et par formats

	Cumul (milliers)			Parts de marché*			
	T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08	T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08	
Volume	CD audio	14 580	17 423	-16,3%	93,6%	93,1%	+0,5 pt
	DVD musical	990	1 288	-23,1%	6,4%	6,9%	-0,5 pt
	<b>CD audio + DVD musical</b>	<b>15 570</b>	<b>18 711</b>	<b>-16,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
Valeur	CD audio	192 609 €	226 463 €	-14,9%	90,8%	90,0%	+0,8 pt
	DVD musical	19 507 €	25 059 €	-22,2%	9,2%	10,0%	-0,8 pt
	<b>CD audio + DVD musical</b>	<b>212 116 €</b>	<b>251 522 €</b>	<b>-15,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
*Base : total CD audio + DVD musical							
Volume	Albums	13 857	16 227	-14,6%	95,0%	93,1%	+1,9 pt
	Singles	723	1 196	-39,5%	5,0%	6,9%	-1,9 pt
	<b>Total CD audio</b>	<b>14 580</b>	<b>17 423</b>	<b>-16,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
Valeur	Albums	189 714 €	221 671 €	-14,4%	98,5%	97,9%	+0,6 pt
	Singles	2 895 €	4 792 €	-39,6%	1,5%	2,1%	-0,6 pt
	<b>Total CD audio</b>	<b>192 609 €</b>	<b>226 463 €</b>	<b>-14,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
*Base : total CD audio							

\* Le nombre de références CD audio vendues à au moins une unité, soit **197 540**, augmente de +1,8% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

① Le nombre de références (codes EAN) tient compte des imports, des opérations spéciales et des rééditions. Un même album paru sous différentes éditions commerciales (limitée, digipack, avec bonus DVD, etc) sera ainsi comptabilisé autant de fois qu'il y a d'éditions. Certaines enseignes peuvent également générer leurs propres codes EAN pour des opérations spéciales.

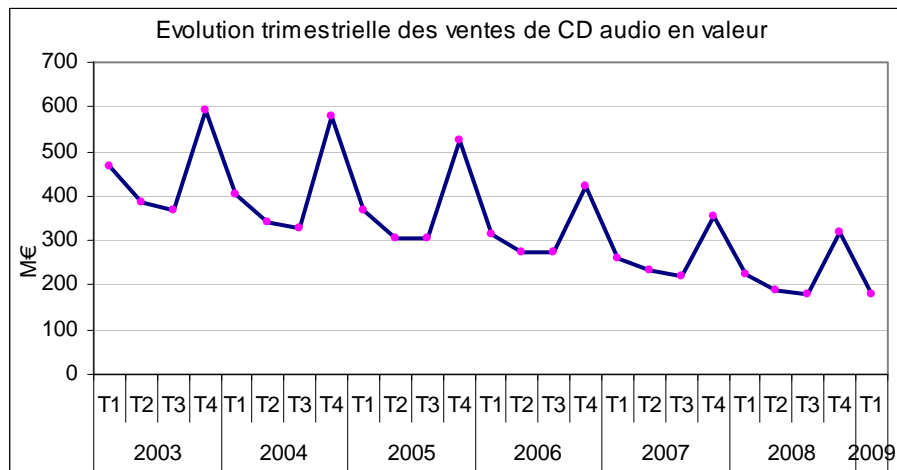
Si le nombre de références d'albums différentes vendues atteint 194 725 unités (+2,1% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008), il doit être relativisé au regard de la tendance à la multiplication des éditions sur une même production musicale (avec bonus, dvd, édition limitée, etc).

Le nombre de références de singles différentes vendues ne s'élève qu'à 2 815 pour les singles (-13,2% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008), traduisant l'obsolescence du format.

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, les ventes de singles perdent -39,5% en volume et -39,6% en valeur par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

Les ventes d'albums diminuent de -14,6% en volume et -14,4% en valeur. En structure de marché, le format album gagne +1,9 point en volume et +0,6 point en valeur sur la période, au détriment du format court. Le format long représente, au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, 95% des ventes unitaires de CD audio pour 98,5% du chiffre d'affaires.

- \* Le marché du CD audio atteint son plus bas niveau au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, passant sous la barre des 200 millions d'euros de chiffre d'affaires.



① Par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2003, la décroissance du marché du CD audio atteint -58,6% en volume (dont -50,9% pour les albums et -84% pour les singles), et -61,7% en valeur (dont -59,1% pour les albums et -87,6% pour les singles). L'album gagne +18,4 points de part de marché en volume sur la période et +7,5 points en valeur, au détriment du format single.

#### Top 10 CD audio album – indexation volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2009

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (Milliers)	Prix moyen
1	2009 - Les Enfoirés font leur cinéma	Les Enfoirés	Universal	ULM	438,5	22,0 €
2	Soul	Seal	Warner	WEA	276,2	17,8 €
3	NRJ Music Awards 2009	Compilation	Universal	ULM	183,9	19,2 €
4	No line on the horizon	U2	Universal	AZ	170,4	18,5 €
5	La république des météors	Indochine	Sony Music	Jive Epic Group	132,6	18,2 €
6	Toi + Moi	Grégoire	Warner	My Major Company	128,5	14,8 €
7	Comme à la maison	Christophe Maé	Warner	Warner	110,8	15,1 €
8	Hobo	Charlie Winston	Wagram	Atmosphériques	109,4	15,0 €
9	Des roses & des orties	Francis Cabrel	Sony Music	Columbia	84,1	15,8 €
10	Bleu pétrole	Alain Bashung	Universal	Barclay	77,9	12,5 €

- \* Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, les 10 meilleures ventes d'albums représentent 12,4% des ventes unitaires de CD album (+1,8 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) pour 16,4% du chiffre d'affaires (+2,6 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008).

Le top 10 CD album est composé de 4 nouveautés sorties au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 : la dernière édition des Enfoirés « *Les Enfoirés font leur cinéma* », « *No line on the horizon* » de U2, « *La république des météors* » d'Indochine et « *Hobo* » de Charlie Winston.

6 références sur les 10 meilleures ventes sont des productions francophones.

Le prix moyen des 10 meilleures références s'établit à 16,9 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, contre 17 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

Un distributeur indépendant, Wagram, figure parmi le top 10 CD album du 1<sup>er</sup> trimestre 2009, avec la référence « *Hobo* » de l'artiste émergeant Charlie Winston, parue sous le label Atmosphériques.

Le succès des Enfoirés est loin de s'affaiblir, puisque « *Les Enfoirés font leur cinéma* » s'est écoulé à 438 500 exemplaires, soit 31 400 de plus que l'édition précédente au 1<sup>er</sup> trimestre 2008. A elle seule, cette référence représente 3,2% des ventes de CD albums pour 5,1% du chiffre d'affaires sur la période.

L'édition 2009 des « *NRJ Music Awards* », écoutée à 184 000 unités, remporte également un large succès, avec 33 200 unités vendues de plus que l'édition 2008 sur la période.

« *Des roses et des orties* » de Francis Cabrel, sorti en mars 2008, s'est écoulé à 84 000 unités sur la période et à 792 900 unités depuis sa sortie.

#### Top 10 CD audio single – indexation volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2009

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (Milliers)	Prix moyen
1	Tatoue moi (Extrait de l'opéra-Rock Mozart)	Mikelangelo Loconte	Warner	Warner	56,4	4,0 €
2	Poker face	Lady Gaga	Universal	Polydor	45,7	4,0 €
3	I hate this part	Pussycat Dolls	Universal	Polydor	38,7	4,0 €
4	Takin back my love	Enrique Iglesias	Universal	Polydor	36,7	4,0 €
5	Womanizer	Britney Spears	Sony Music	Jive Epic Group	25,6	4,0 €
6	Ah si tu pouvais fermer ta gueule	Patrick Sébastien	Universal	Polydor	23,2	4,0 €
7	La débacle des sentiments	Stanislas - Calogero	Universal	Polydor	22,3	4,0 €
8	Mon p'tit gars	Christophe Maé	Warner	Warner	18,8	4,0 €
9	Infinity 2008 (Inclus remixes 2009)	Guru Josh Project	Sony Music	Happy Music	18,4	4,1 €
10	Liberta	Pep's	Universal	AZ	18,3	4,0 €

\* Le top 10 CD single représente 42% des ventes de CD single en volume et en valeur (-1,2 point vs. N-1).

Les performances du top 10 CD single sont relativement faibles : la meilleure vente « *Tatoue moi (Extrait de l'opéra-Rock Mozart)* » s'est vendue à un peu plus de 50 000 exemplaires. Le top 10 décroît rapidement puisque la 10<sup>ème</sup> référence, « *Liberta* » de Pep's, s'est écoulée à seulement 18 300 pièces.

6 des 10 meilleures ventes de singles concernent des sorties du 1<sup>er</sup> trimestre 2009 : aux 4 premiers rangs, 7<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> rang.

5 références sur les 10 meilleures ventes sont des productions francophones.

Toutes les références du top 10 CD single sont distribuées par les majors, dont 6 par Universal.

Les diffusions radiophoniques de titres activent fortement le marché du CD single : 7 références du top 10 CD single figurent parmi les 40 titres les plus classés sur la période, dans les tops 40 hebdomadaires du panel de 31 stations suivi par l'Observatoire, représentant 92,5% de l'audience des radios musicales (cf. Indicateurs de la diversité musicale dans le paysage radiophonique).

#### Evolution des ventes de CD audio par genres musicaux

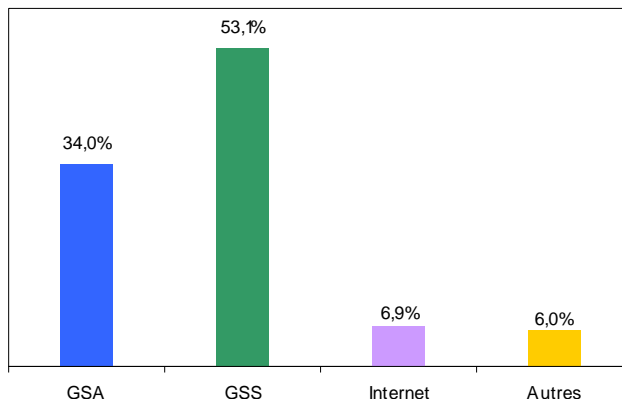
	Cumul (milliers)			Parts de marché*				
	T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08	T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08		
Volume	Variétés françaises	4 778	6 555	-27,1%	32,8%	37,6%	-4,9 pt	
	Variétés internationales	4 861	5 233	-7,1%	33,3%	30,0%	+3,3 pt	
	Classique	1 135	1 116	+1,7%	7,8%	6,4%	+1,4 pt	
	Jazz / Blues	615	712	-13,7%	4,2%	4,1%	+0,1 pt	
	Musiques du monde	613	723	-15,2%	4,2%	4,1%	+0,1 pt	
	Autres	2 580	3 085	-16,4%	17,7%	17,7%	-	
	<b>Total CD audio</b>	<b>14 580</b>	<b>17 423</b>	<b>-16,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	
	Valeur	Variétés françaises	65 368 €	87 767 €	-25,5%	33,9%	38,8%	-4,8 pt
		Variétés internationales	61 633 €	63 900 €	-3,5%	32,0%	28,2%	+3,8 pt
		Classique	17 001 €	17 192 €	-1,1%	8,8%	7,6%	+1,2 pt
Jazz / Blues		7 687 €	8 931 €	-13,9%	4,0%	3,9%	+0,0 pt	
Musiques du monde		8 295 €	9 540 €	-13,1%	4,3%	4,2%	+0,1 pt	
Autres		32 625 €	39 132 €	-16,6%	16,9%	17,3%	-0,3 pt	
<b>Total CD audio</b>		<b>192 609 €</b>	<b>226 463 €</b>	<b>-14,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	

\*Base : total CD audio

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, les variétés françaises perdent -27,1% en volume et -25,5% en valeur sur la période.

En structure de marché, les variétés françaises réalisent 32,8% en volume (-4,9 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) et 33,9% en valeur (-4,8 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008). Ce genre a fortement régressé sur la période, au profit des variétés internationales. Celles-ci deviennent le genre dominant en volume, avec 33,3% (+3,3 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008). En valeur, le répertoire international réalise 32%, en hausse de +3,8 points sur la période. A noter que le nombre de références vendues de variétés internationales, à au moins une unité, représente 40,9% du nombre total de références différentes vendues de CD audio, contre seulement 7,9% pour le répertoire national.

#### Répartition des ventes de CD audio en valeur par canaux de distribution – 1<sup>er</sup> trimestre 2009



Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, sur le canal des grandes surfaces alimentaires (GSA), les ventes de CD audio ont diminué de -26,8% en volume et de -25,8% en valeur. Les GSA captent 35,5% des ventes unitaires de CD audio (-5,1 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) pour 34% du chiffre d'affaires (-5 points).

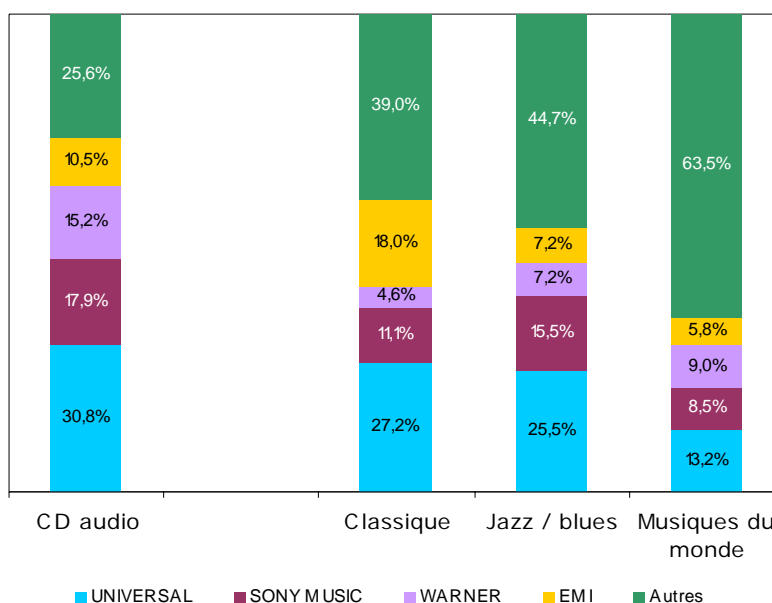
7 des 10 meilleures ventes de CD audio sont réalisées majoritairement dans les GSA sur la période (entre 51,2% et 71% en volume).

Les pertes des grandes surfaces spécialisées (GSS) sont relativement faibles : -9,5% en volume et -8,5% en valeur (vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008). Les GSS réalisent plus de la moitié du marché du CD audio : 52,1% en volume (+3,9 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) pour 53,1% en valeur (+3,7 points).

Les ventes de CD audio (support physique) réalisées via Internet (sites de vente en ligne d'Abeille Musique, Fnac, Alapage, etc.) baissent de -2% en volume mais enregistrent une progression de +1,1% en valeur. La part de marché du canal Internet s'établit à 6,6% en volume (+1 point) et 6,9% en valeur (+1,1 point sur la période).

Le canal « autres » (VPC traditionnelle, disquaires, petites librairies...) poursuit sa décroissance : -12,5% en volume et en valeur. Ce canal réalise 5,7% des ventes unitaires de CD audio (+0,2 point) pour 6% du chiffre d'affaires (+0,2 point par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008).

#### Répartition des ventes de CD audio en valeur par distributeurs et par genres – 1<sup>er</sup> trimestre 2009



Sur le support CD audio, Universal prédomine, avec 30,8% de part de marché en valeur (+1,5 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008). 4 références distribuées par la major sont classées au sein du top 10 CD album.

Les distributeurs indépendants progressent particulièrement sur les segments jazz / blues (+5,7 points) et musiques du monde (+5 points). 3 références distribuées par Pias, Next Music et Unisson sont classées parmi les 10 meilleures ventes de CD musiques du monde, au 1<sup>er</sup> trimestre 2009.

## Le marché du CD audio classique

### Evolution des ventes de CD audio classique

		Cumul (milliers)			Parts de marché*		
		T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08	T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08
Vol	Classique	1 135	1 116	1,7%	7,8%	6,4%	+1,4 pt
	<b>Total CD audio</b>	<b>14 580</b>	<b>17 423</b>	<b>-16,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>
Val	Classique	17 001 €	17 192 €	-1,1%	8,8%	7,6%	+1,2 pt
	<b>Total CD audio</b>	<b>192 609 €</b>	<b>226 463 €</b>	<b>-14,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

\*Base : total CD audio

✚ Il s'est vendu **1,1 million de CD audio classique** pour un chiffre d'affaires de **17 millions d'euros TTC**.

Le segment classique est le seul à enregistrer une progression de ses ventes en volume, avec +1,7% sur la période. En valeur, les pertes ne s'élèvent qu'à -1,1% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008. La meilleure référence du trimestre, « *Sicilien* » de l'artiste lyrique Roberto Alagna, s'est écoulee à 62 000 exemplaires, représentant à elle seule 6% du chiffre d'affaires du segment.

Parallèlement, le nombre de références CD audio classique vendues, à au moins une unité, progresse de +3,6%, s'établissant à 37 750. Le segment classique représente 19,1% des références CD audio (+0,3 point).

Si le canal des grandes surfaces spécialisées (GSS) reste dominant sur ce segment, avec une part de marché de 66% en valeur, il régresse de -2,2 points sur la période, au profit du canal Internet.

Le canal Internet capte 14,3% du chiffre d'affaires du segment (+1,7 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008), contre 6,9% pour l'ensemble du marché du CD audio.

Les grandes surfaces alimentaires (GSA) ne représentent plus que 10,5% du chiffre d'affaires du CD audio classique (+0,5 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008). Seules 3 références du top 10 CD classique, interprétées par Roberto Alagna, The Priests et André Rieu, artistes populaires, sont vendues majoritairement dans les GSA. La part de marché du canal « Autres » s'établit, au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, à 9,2% (-0,1 point).

### Top 10 CD audio classique – indexation volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2009

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (Milliers)	Prix moyen
1	Sicilien	Roberto Alagna	Universal	Deutsche Grammophon	62,0	16,5 €
2	Je n'aime pas le classique mais ça j'aime bien !	Compilation	Sony Music	Sony Classical	29,0	15,2 €
3	The Priests	The Priests	Sony Music	Jive Epic Group	25,0	18,7 €
4	Avant dernières pensées - Solos & duos (Eric Satie)	Alexandre Tharaud - Eric Le Sage - Isabelle Faust	Harmonia Mundi	Harmonia Mundi	14,2	22,9 €
5	Passionément	André Rieu	Universal	Polydor	10,7	17,3 €
6	Les élections de l'opéra	Compilation	EMI	EMI Classics	8,4	17,0 €
7	Contemplation - préludes sarabandes et transcriptions (Bach)	Anne Queffelec	Harmonia Mundi	Mirare	7,6	11,7 €
8	Teatro d'Amore	Christina Pluhar - Philippe Jaroussky - L'Arpeggiata	EMI	Virgin Classics	7,3	19,6 €
9	Philippe Jaroussky - Opium (mélodies françaises)	Renaud Capuçon - Jérôme Ducros - Philippe Jaroussky	EMI	Virgin Classics	6,0	19,5 €
10	Pièces pour piano (Bach)	Hélène Grimaud	Universal	Deutsche Grammophon	5,8	18,6 €

✘ Au 1<sup>er</sup> trimestre 2008, le top 10 CD audio classique enregistré de très faibles performances. Il réalise, ce trimestre, 15,5% des ventes unitaires de CD classique (+4,6 points) pour 17,9% du chiffre d'affaires (+6,1 points), en partie grâce aux performances de « *Sicilien* » de Roberto Alagna.

Le top 10 CD classique comporte 4 nouveautés parues au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2009, aux rangs 4,7,8 et 9, contre 1 seule au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

Le prix moyen des 10 meilleures ventes de classique s'établit à 17,7 € (18,4 € pour les seules nouveautés), contre 16,6 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

Le top 10 CD classique est composé aussi bien de compilations et de références d'artistes populaires tels que Roberto Alagna ou André Rieu que de répertoires plus spécialisés (exemple : les 2 références distribuées par Harmonia Mundi). A noter que « *Avant dernières pensées – Solos & duos* », œuvre d'Eric Satie, interprétée par Alexandre Tharaud, Eric Le Sage et Isabelle Faust, s'est vendue à 56% dans les GSS et à 35,3% chez les disquaires indépendants.

## Le marché du CD audio jazz / blues

### Evolution des ventes de CD audio jazz / blues

		Cumul (milliers)			Parts de marché*		
		T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08	T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08
Vol	Jazz / Blues	615	712	-13,7%	4,2%	4,1%	+0,1 pt
	<b>Total CD audio</b>	<b>14 580</b>	<b>17 423</b>	<b>-16,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	-
Val	Jazz / Blues	7 687 €	8 931 €	-13,9%	4,0%	3,9%	-
	<b>Total CD audio</b>	<b>192 609 €</b>	<b>226 463 €</b>	<b>-14,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	-

\*Base : total CD audio

✚ Il s'est vendu **0,6 million de CD audio jazz / blues** pour un chiffre d'affaires de **7,7 millions d'euros TTC**.

Les ventes de CD audio jazz / blues perdent -13,7% en volume et -13,9% en valeur par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

Le nombre de références vendues, à au moins une unité, s'élève à **21 950** (+0,1% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008). Le segment jazz / blues représente 11,1% du nombre de références différentes de CD audio.

La ventilation des ventes par circuits de distribution révèle qu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, les réseaux spécialisés (GSS) captent plus des ¾ (75,6%) du chiffre d'affaires du segment, en hausse de +2,7 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008. Les 10 meilleures ventes de CD jazz / blues sont toutes réalisées majoritairement dans les réseaux spécialisés, dans une fourchette de 60,4% à 89% en volume.

Les GSA ne génèrent plus que 6% des ventes de CD audio jazz / blues en valeur (-3,8 points) et deviennent le dernier canal de distribution derrière les canaux Internet et « Autres ».

Le canal « Internet » réalise 11,1% du chiffre d'affaires du segment, en hausse de +1,5 point.

### Top 10 CD audio jazz / blues – indexation volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2009

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (Milliers)	Prix moyen
1	Caravan Palace	Caravan Palace	Wagram	Wagram	20,4	14,5 €
2	Breakfast on the morning tram	Stacey Kent	EMI	Blue Note	10,9	7,1 €
3	Hall of mirrors	Grace	Universal	Mercury	10,9	15,9 €
4	The rise and fall of Ruby Woo	The Puppini Sisters	Universal	UCJ Music	8,1	15,8 €
5	Bare bones	Madeleine Peyroux	Universal	Rounder Records	7,2	17,5 €
6	Kind of blue	Miles Davis	Sony Music	Columbia	6,5	15,5 €
7	Yesterdays	Keith Jarrett	Universal	ECM Records	6,0	17,5 €
8	Betcha bottom dollar	The Puppini Sisters	Universal	UCJ Music	5,9	7,5 €
9	Worrisome heart	Melody Gardot	Universal	Universal Jazz	4,6	9,2 €
10	River - The Joni letters	Herbie Hancock	Universal	Verve	3,9	6,9 €

\* Le top 10 CD jazz / blues réalise 13,7% des ventes unitaires du segment (-1,7 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) pour 14,6% du chiffre d'affaires (-0,5 point).

Les sorties du 1<sup>er</sup> trimestre 2009 n'ont pas connu le succès attendu : seule 1 nouveauté apparaît au sein du top 10 CD jazz / blues au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 : « *Bare bones* » de Madeleine Peyroux.

La meilleure vente « *Caravan Palace* », écoulée à 20 400 exemplaires, est distribuée par Wagram.

Le prix moyen des 10 meilleures ventes de CD jazz / blues s'élève à 12,7 €, contre 12 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

Malgré de nombreux déclassements de références en mid-price (aux rangs 2, 8, 9 et 10 pour le jazz / blues), les prix ont augmenté sur les meilleures ventes pour les marchés de niche (segments classique, jazz / blues et musiques du monde) par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

## Le marché du CD audio musiques du monde

### Evolution des ventes de CD audio musiques du monde

		Cumul (milliers)			Parts de marché*		
		T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08	T1 09	T1 08	T1 09 vs. T1 08
Vol	Musiques du monde	613	723	-15,2%	4,2%	4,1%	-
	<b>Total CD audio</b>	<b>14 580</b>	<b>17 423</b>	<b>-16,3%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	-
Val	Musiques du monde	8 295 €	9 540 €	-13,1%	4,3%	4,2%	+0,1 pt
	<b>Total CD audio</b>	<b>192 609 €</b>	<b>226 463 €</b>	<b>-14,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	-

\*Base : total CD audio

Il s'est vendu **0,6 million de CD audio musiques du monde** pour un chiffre d'affaires de **8,3 millions d'euros TTC**.

Le marché du CD audio musiques du monde décroît de -15,2% en volume et -13,1% en valeur par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

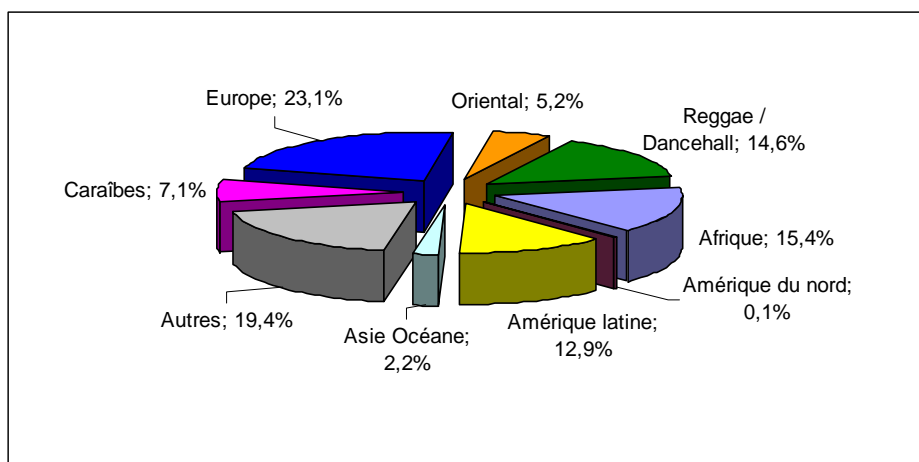
Le nombre de références vendues, à au moins une unité, est de **20 930**, en baisse de -3% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008. Le segment musiques du monde représente 10,6% du nombre de références différentes de CD audio.

Le chiffre d'affaires du segment musiques du monde est réalisé majoritairement dans les GSS, à hauteur de 67,3%, en hausse de +2,5 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

Les GSA ne réalisent plus que 18,3% du chiffre d'affaires du segment (-2 points sur la période).

Le canal Internet capte 6,5% des ventes de CD musiques du monde en valeur (+0,7 point) et le canal « Autres » 8% (-1,2 point).

### Répartition des ventes de musiques du monde par sous-genre (origine géographique ou thématique musicale) valeur – 1<sup>er</sup> trimestre 2009



Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, le sous-genre « Europe » domine au sein du segment musiques du monde, avec 23,1% de parts de marché en valeur.

## Top 10 CD audio musiques du monde – indexation volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2009

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (Milliers)	Prix moyen
1	Welcome to Mali	Amadou et Mariam	Warner	Because	10,5	16,2 €
2	Ouvrir mes ailes	Medhy Custos	Warner	UP Music	10,0	14,0 €
3	Suerte	Chico & The Gypsies	Universal	Polydor	7,2	16,9 €
4	Victor Démé	Victor Démé	Pias France	Makasound	6,1	14,5 €
5	Alkohol - Slijvovica & Champagne	Goran Bregovic	Universal	Mercury	5,3	17,3 €
6	Dimanche à Bamako	Amadou et Mariam	Warner	Because	5,2	7,1 €
7	Les 50 plus belles chansons	Bob Marley - The Wailers	Universal	Island	5,0	21,6 €
8	Este es mi Mariachi	Mariachi Cobre	Next Music	Celestial Harmonies	4,8	6,0 €
9	Best of scottish pipes	Compilation	Unisson	NC	4,2	9,9 €
10	Tchamantche	Rokia Traoré	Universal	Emarcy Records	4,1	14,1 €

- \* Les 10 meilleures ventes de CD musiques du monde captent 10,2% des ventes unitaires du segment (-5,3 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) pour 10,7% du chiffre d'affaires (-4,2 points).

Les performances enregistrées sur le segment musiques du monde sont faibles puisque la meilleure référence du trimestre ne s'est écoulée qu'à 10 500 exemplaires.

Le top 10 CD musiques du monde comprend 2 nouveautés sorties au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 : les derniers albums de Goran Bregovic « *Alkohol – Slijvovica & Champagne* » et de Medhy Custos « *Ouvrir mes ailes* ».

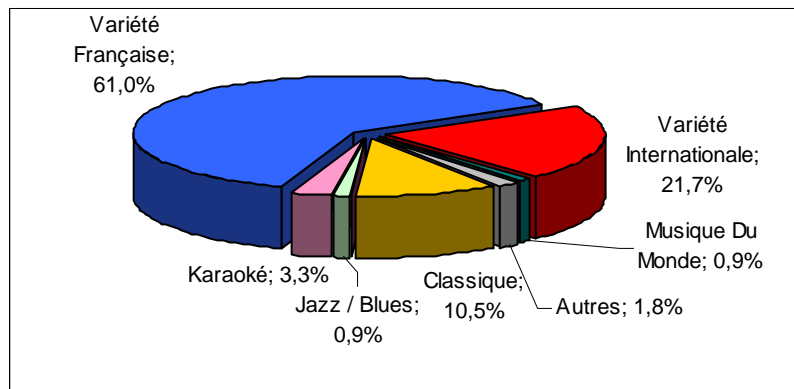
Le prix moyen des 10 meilleures références du top 10 CD musiques du monde s'établit à 13,8 €, contre 13,3 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2008 (avec 1 single classé).

3 références de distributeurs indépendants, traditionnellement bien représentés sur ce segment, se retrouvent classées au sein du top 10 : « *Victor Démé* » distribué par Pias, sous le label Makasound, « *Este es mi Mariachi* » de Mariachi Cobre, distribué par Next Music, sous le label Celestial Harmonies et la compilation « *Best of scottish pipes* », distribuée par Unisson.

## Le marché du DVD musical

- Avec **1 million d'unités vendues** pour un chiffre d'affaires de **19,5 millions d'euros TTC**, le marché du DVD musical est en décroissance de -23,1% en volume et de -22,2% en valeur par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

### Répartition des ventes de DVD musical par genre – valeur – 1<sup>er</sup> trimestre 2009



Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, les variétés françaises dominent largement, avec 61% de parts de marché en valeur (+6,3 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008), notamment grâce au succès de l'édition 2009 des Enfoirés « *Les Enfoirés font leur cinéma* ».

### Top 10 DVD musical – indexation volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2009

Rang	Titre / Interprète	Distributeur	Label	Volume (Milliers)	Prix moyen
1	Les Enfoirés - 2009 - Les Enfoirés font leur cinéma	Universal Music	ULM	291,3	27,0 €
2	Christophe Maé - Comme à la maison	Warner Vision	Warner Vision	15,7	18,2 €
3	André Rieu - Passionément	Universal Music	Polydor	8,9	21,5 €
4	Johnny Hallyday - Vol 1 - Les années 60	Universal Music	Mercury	8,8	30,5 €
5	Michel Sardou - Live	Universal Music	AZ	8,7	20,9 €
6	Age tendre et têtes de bois - La tournée des idoles 2008	Sony Music	Sterne	7,4	26,2 €
7	The Police - Certifiable	Universal Music	Polydor	6,1	22,3 €
8	Zazie - Zest of Zazie	Universal Music	Mercury	5,4	15,0 €
9	Chantal Goya - Happy birthday Marie Rose	Sony Music	Sony Music	4,7	22,6 €
10	Tokio Hotel - Toky Hotel TV - Caught on camera	Universal Music	Polydor	4,7	20,4 €

- Les 10 meilleures ventes de DVD musicaux réalisent, au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, 36,5% des ventes du segment en volume (+4,9 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) et 48,2% en valeur (+9,3 points).

Les performances du top 10 DVD musical sont largement « tirées » par la meilleure référence « *Les Enfoirés font leur cinéma* », seule nouveauté du segment sur le trimestre, écoulee à 291 300 exemplaires, représentant à elle seule 29,4% des ventes du segment en volume pour 40,3% du chiffre d'affaires. Les 99 autres références du top 100 DVD musical n'ont représenté qu'un volume de 225 435 unités vendues.

7 références sur les 10 meilleures ventes de DVD musicaux concernent le répertoire local.

Le prix moyen des 10 meilleures références de DVD musicaux s'élève à 22,5 €, contre 20 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2008. A noter que le prix moyen de l'édition 2008 des Enfoirés était également de 27 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2008.

7 références du top 10 DVD musical sont distribuées par Universal.

## Le marché de la musique numérique

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, les ventes de téléchargement de musique\* (full track download, hors streaming et sonneries musicales) ont représenté un volume de **21,3 millions** de titres téléchargés (dont 18 millions sur PC et 3,3 millions sur mobile). Ce trimestre, le marché de la musique numérique connaît un ralentissement, avec une augmentation de seulement **+22%** en volume par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008 et pour la première fois, une baisse des ventes sur le mobile (+34,8% sur PC et -20% sur mobile).

Le chiffre d'affaires s'établit à **17,4 millions** d'euros TTC (dont 13,8 sur PC et 3,7 sur mobile), en progression de **+14%** par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2008 (+34% sur PC et -27,1% sur mobile). La part de marché de la musique numérique, sur le marché de la musique enregistrée, s'établit à 7,6% (en hausse de +1,1 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) contre 92,4% pour le marché du support musical.

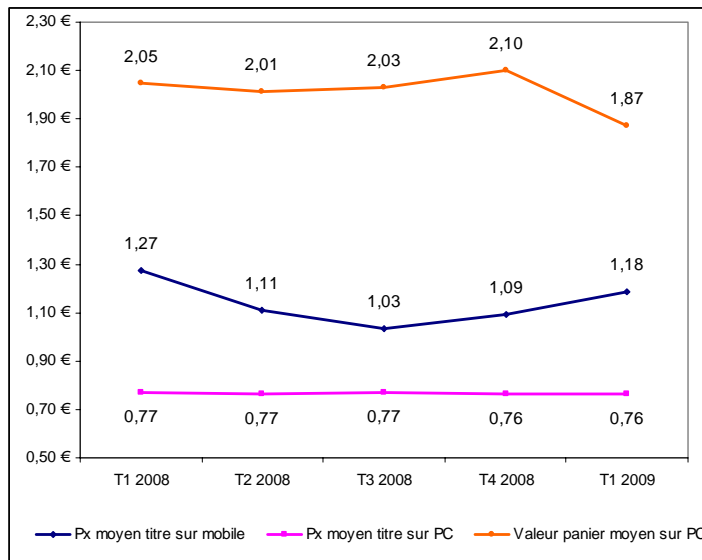
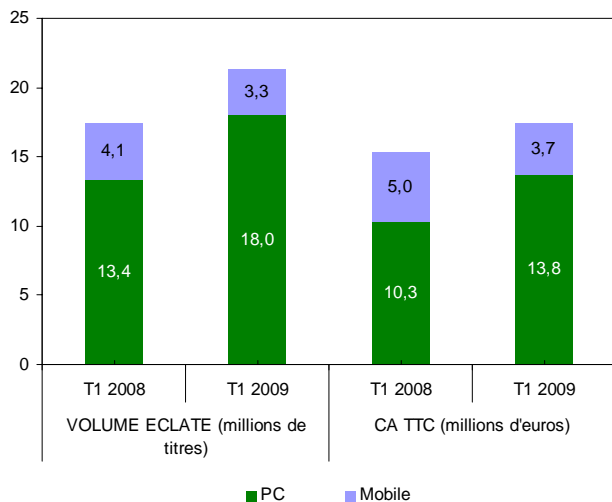
Le chiffre d'affaires est réalisé à 79% sur PC (en hausse de +11,8 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2008) contre 21% sur mobile.

Le prix moyen s'établit à 0,82 euro (vs. 0,87 euro au 1<sup>er</sup> trimestre 2008, soit une baisse de -6,6%). Sur PC, le panier moyen (« en acte de téléchargement ») est de 1,87 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2009 (vs. 2,05 € au 1<sup>er</sup> trimestre 2008, en baisse de -8,4%).

Le prix moyen d'un titre téléchargé sur PC est de 0,76 euro TTC (vs. 0,77 euro au 1<sup>er</sup> trimestre 2008, soit une baisse de -0,6%) et celui d'un titre téléchargé sur mobile est de 1,11 euro TTC (vs. 1,22 euro au 1<sup>er</sup> trimestre 2008, soit une baisse de -8,9%).

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2009, en ce qui concerne la répartition par formats :

- \* en actes de téléchargement, les internautes se sont procurés 0,8 million d'albums, représentant 7,4% des actes de téléchargement, soit 11,7 millions de titres téléchargés en volume éclaté<sup>(2)</sup>. Les albums génèrent 7,2 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ils représentent 54,7% du marché en volume et 41,3% en valeur. Le prix moyen de l'album est de 9,3 euros TTC (soit 0,62 euro au titre).
- \* les singles représentent un volume de 9,7 millions de titres téléchargés pour un chiffre d'affaires de 10,2 millions d'euros. Le prix moyen d'un single est de 1,06 euro TTC.



### Note méthodologique

(1) Les répartitions présentées ci-dessus tiennent compte des revenus des formules de préventes (abonnements et cartes prépayées).

(2) Les téléchargements d'albums qui sont comptabilisés en « actes de téléchargements » sont par ailleurs exprimés en « volume éclaté », tous les titres étant alors décomptés.

## Aspects méthodologiques du panel CD audio et DVD musical

### **Objectif :**

Mesurer en termes quantitatifs le marché du CD audio et DVD musical en France, c'est-à-dire les ventes réelles de la distribution au consommateur final.

### **Moyens :**

GfK collecte l'exhaustivité des ventes de CD audio et DVD musical, à la référence produit, provenant des enseignes de la distribution française les plus représentatives de cet univers. L'identifiant utilisé pour les produits est le code EAN.

Le panel est composé de 1599 points de vente. La plupart des circuits sont en données census (exhaustivité des points de ventes).

Certains sont extrapolés, afin de représenter les ventes totales d'une enseigne, dans le cas où GfK ne dispose pas des données pour l'intégralité des magasins.

### **Nomenclature des canaux de distribution :**

- Grandes Surfaces Spécialisées (GSS): spécialistes culture, grands multi-spécialistes, grands magasins, librairies de niveau 1.
- Grandes Surfaces Alimentaires (GSA): hypermarchés, supermarchés de plus de 1200m<sup>2</sup>.
- Autres Spécialistes : VPC traditionnelle, e-commerce, disquaires, petites librairies... (les ventes de support physique par internet sont isolées depuis 2005).

### **Nomenclature des genres et sous-genres musicaux :**

Genre	Sous-genre	Genre	Sous-genre
Française	Variété	Musique Du Monde	Afrique
	Rap/Ragga		Oriental
	Rock		Amérique du Nord
	Reggae/Festive		Amérique Latine
	Comédie musicale		Asie Océanie
	Soul/Funk/Rnb		Reggae/Dancehall
	Métal		Caribes
	Electro		Europe
	Rétro		Compilation
	Compilation		Opérations
	Opérations		Autres/Indéfinis
	Autres/Indéfinis		
Internationale	Pop/Rock	Jazz/Blues	Jazz
	Soul/Funk/Rnb		Blues
	Rap/Ragga		Compilation
	Electro		Opérations
	Métal		Autres/Indéfinis
	Indépendant	Classique	Classique
	Comédie musicale		Compilation
	Country/Folk		Opérations
	Compilation		Autres/Indéfinis
	Opérations		
Autres/Indéfinis			
Bof	BOF	Ambiance	Ambiance
	Compilation		Compilation
	Opérations		Opérations
	Autres/Indéfinis		Autres/Indéfinis
Enfant	Enfant		
	Compilation		
	Opérations		
	Autres/Indéfinis		

Ce communiqué est disponible en téléchargement et en consultation sur le site de l'Observatoire de la musique à l'adresse suivante :

<http://observatoire.cite-musique.fr/actualite.asp>

La reproduction de tout ou partie du présent communiqué devra comporter la mention :

« Source : Observatoire de la musique / GfK »

Pour toutes informations complémentaires, veuillez prendre contact avec :

**André Nicolas**, Responsable de l'Observatoire de la musique

**Serge Arzoumanov**, Chargé d'études

**Camille Ermissé**, Chargée d'études

---

**Cité de la musique**  
**Observatoire de la musique**  
221 avenue Jean-Jaurès  
75019 Paris  
Tél. : 01 44 84 44 98  
Fax : 01 44 84 46 58  
Courriel : [observatoire@cite-musique.fr](mailto:observatoire@cite-musique.fr)  
Site internet : <http://observatoire.cite-musique.fr/>

---