



Cité de la musique

OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE

L'évolution de l'état de l'offre de musique numérique

du 2nd semestre 2007 au 2nd semestre 2011

André Nicolas
Responsable de l'Observatoire de la musique

SOMMAIRE

1. Bilan 2007 – 2011.....	5
1.1. Contexte	5
1.2. Présentation de l'étude.....	7
2. Tableau des 152 services de musique en ligne observés durant la période de référence 2007 à 2011.....	8
3. Analyse des suppressions de 50 sites de l'échantillon	11
4. Analyse des 27 sites présents au cours de la période de référence 2007 à 2011.....	13
4.1. Tableaux des variations des 27 sites.....	14
4.2. Evolution des indicateurs.....	44
4.3. Amplitude maximale par indicateurs.....	44
4.4. Analyse des variations de services	45
4.4.1. par catégories de sites.....	45
4.4.2. par sites.....	46
4.4.3. saisonnalité des variations par sites	56
4.4.4. par indicateurs	57
4.4.5. saisonnalité des variations par indicateurs	59
4.5. Analyse des suppressions de services.....	61
4.5.1. par catégories de sites.....	61
4.5.2. par indicateurs	62
5. Frise chronologique des évènements survenus entre 2007 et 2011.....	64
6. Annexe.....	66
7. Glossaires.....	68

1. Bilan 2007 - 2011

1.1. Contexte

Dès le deuxième semestre 2007, constatant la faiblesse d'une communication financière sur le marché numérique et l'absence de données sur la réalité des ventes avec leurs performances, l'Observatoire de la musique a souhaité mettre en place un « Etat des lieux de l'offre », en visitant 39 sites de musique en ligne puis 100 sites à partir de 2008.

Définissant 46 indicateurs regroupés autour du type d'offre de services, de contenus, de répertoires, de régimes juridiques, d'accès, de fonctionnalités, et de qualité de l'offre, l'exercice a consisté à visiter ces sites, semestriellement, pour vérifier leur évolution, leur positionnement au plus près d'une démarche industrielle (technique et logistique) modélisant des usages.

Les spécificités et insuffisances de ce marché numérique apparaissent dans cet exercice qui consiste à revisiter cinq années d'observation d'autant plus que ces offres en ligne présentent encore des pratiques contractuelles juridiques et commerciales discriminatoires, peu adaptées au développement d'offres de services européens. Des abus de droit sont avérés, laissant, à la seule appréciation des opérateurs, des modes de contractualisation imposant des conditions défavorables au jeu de la concurrence.

Bien que les relations contractuelles se soient nettement améliorées en France depuis 18 mois (rapport Waignier), l'enjeu majeur est d'atteindre un cercle vertueux de normes juridiques et technico-commerciales permettant d'offrir aux entrants sur ce marché numérique la possibilité d'optimiser sur le moyen-long terme, les capacités financières et d'innovation technique dont ils sont ou seraient porteurs d'autant plus que le marché numérique est déjà hyper concentré et que les tickets d'entrée sont très élevés.

Sur la période 2007-2011, le marché musical numérique, en France, a été en constante augmentation. En 2011, il ne totalisait pourtant que 110,6 M€ (51 M€ vs 2007) (en valeur gros HT, source SNEP).

Il s'est vendu en 2011, en volume de téléchargements (ventes détails) : 6,5 millions d'albums et 43 millions de titres à l'unité (1,6 millions d'albums et 13,4 millions de titres à l'unité versus 2007) (source GfK).

Concernant les évolutions 2011 (vs 2010), le marché musical numérique comprend les téléchargements pour 53,3 M€ (+18,4%), la téléphonie mobile pour 14,4 M€ (-17,4%), les revenus des abonnements pour 25,9 M€ (+89,4%) et ceux du Streaming pour 13,9 M€ (+50,2%).

En 2011, selon la même communication du SNEP, iTunes détient plus de 70% des ventes en téléchargement des majors et concernant les ventes en Streaming, Deezer reste le leader avec une part de marché de 69,1%.

Pourtant la récente structuration du marché français comporte quelques innovations fortes en termes de marketing de l'offre et modèles commerciaux. C'est ainsi que sont nés les accords de cobranding entre opérateurs de téléphonie et éditeurs de services en ligne type Orange-Deezer ou SFR-Spotify ou l'installation de modèles économiques tel que le streaming à la demande ou le téléchargement gratuit financé par la publicité.

La concentration du marché autour de deux opérateurs cités plus haut est préoccupante d'autant plus que l'analyse de l'accord de co-branding entre Deezer et Orange montre, par ailleurs, les limites d'un volontarisme commercial au regard d'un taux d'activation de 20% (cf. la renégociation de cet accord jusqu'en 2015). Souvent décriée, l'opacité d'une traçabilité de droits ne concernerait plus les éditeurs en ligne dont la qualité du « reporting » est une condition d'octroi de marges supplémentaires.

Concernant les conditions d'accès aux contenus musicaux pour les internautes, on pourrait, par contre, évoquer la faiblesse insigne des services commerciaux surtout les services après-vente qui doivent accompagner le développement de ce marché.

Il n'est pas vérifié que les plus larges publics soient au fait des conséquences réelles des obligations juridiques des contrats fixant les modes d'accès aux contenus musicaux voire des capacités techniques de matériels et de terminaux qui posent de nouveaux problèmes d'interopérabilité au vu des systèmes propriétaires développés, et de plus en plus défendus par les industriels qui n'ont de cesse d'imposer leur écosystème.

La concurrence sur le mobile entre Apple et Google gagne tous les services (la vidéo, les réseaux sociaux, la cartographie, le micropaiement). Avec le développement du marché des smartphones et la multiplication des systèmes d'exploitation mobiles, le marché s'est ouvert aux développeurs d'applications mobiles et ces innovations constituent le nouvel espace d'un « mercato » que se disputent les plus gros industriels.

Le développement de la diffusion musicale numérique a installé un marché pluriel à la fois commercial et composite non commercial, assurant une forme de gratuité d'accès.

De nouvelles frontières apparaissent qui ne sont pas pour autant aussi étanches mais qui traduisent un renversement de la chaîne de valeurs au bénéfice d'un aval protéiforme et plurisectoriel, au plus près du consommateur-prescripteur devenu l'épicentre de la toile d'autant plus qu'un nouveau développement de valeurs dont l'audience et la prescription, échappe aux effets de redistribution entre les acteurs d'une chaîne de traitements éclatée.

Pour s'en tenir aux mutations profondes qui ont caractérisé l'avènement de l'Internet dans l'univers musical et affecté, à différents niveaux, l'écosystème de la production musicale, citons en premier lieu, car il est substantiel, l'établissement d'un nouveau rapport aux œuvres musicales et à leur appropriation.

En consacrant le saut technologique d'un mode de diffusion de la musique fondé sur la rareté des fréquences et des supports à un mode d'accès affranchi de toutes les contraintes par la force des réseaux de communication électronique installant, par hybridation, une convergence des médias, Internet a considérablement élargi l'offre musicale et son partage, puisqu'on constate que certains sites offrent jusqu'à 20 millions de titres !

Quelle que soit la segmentation technico-commerciale proposée : **Streaming** et téléchargement, web et mobile, web 1.0 (**Content Centric**) et 2.0 (**User Centric**), l'éventail de ces offres, payantes ou gratuites, assure de plus en plus une autonomie d'usages pour l'internaute. En fonction du type de terminal qu'il retient, il s'assure les conditions d'une **Déportation** et donc d'une plus grande personnalisation de sa consommation musicale.

Pour autant cette abondance peut être synonyme de perte de sens, d'embarras et de désorientation. Abreuvés par des sources d'informations multiples sur la vie musicale, libres de consommer cette musique offerte par toutes sortes de terminaux dédiés, l'internaute est loin d'une certaine forme de « connaissance » qui lui permettrait d'exercer son libre arbitre quant à ses choix.

Les possibilités d'alerte sur l'intérêt de telles ou telles productions résultant des nouveaux systèmes de prescription proposés par les éditeurs de services et les réseaux sociaux tendent à profiler une segmentation artificielle de la demande, « parquant » d'une manière plus ou moins balisée le consommateur, notamment en fonction de sa consommation musicale passée, dans un univers musical précis.

Si l'achat de la musique correspond souvent à un acte d'impulsion, l'offre physique avait ce mérite d'accompagner une forme de flânerie enrichissante du point de vue informationnel dans des rayons d'un magasin spécialisé.

À l'inverse, la recherche sur écran (en dehors de ce qui est « poussé » en page d'accueil) est souvent liée à la puissance des moteurs de recherche offerte par les sites et de ce point de vue notons la forte prédominance de Google qui renvoie la plupart du temps vers des clips sur YouTube qui est le premier média d'accès à la musique.

En dehors d'une recherche précise, le type de navigation confine l'utilisateur à un exercice singulier de recherche en profondeur de clics pour finaliser une demande et obtenir le contenu recherché. Intervient dès lors une forme de prescription addictive exercée par la recommandation sur les réseaux sociaux.

C'est ce principe oxymorique d'une relative « pauvreté de l'abondance » qui confine certains à dénoncer, encore et toujours, le manque d'offre légale et de diversité musicale alors que la musique n'a jamais été autant exposée.

Si la qualité d'encodage progresse, des insuffisances de services et d'éditorialisation des contenus diluent l'audience de nombreux sites légaux.

Le contenu musical, qui est devenu un service, est associé à d'autres supports, à savoir les « écrans » terminaux PC (application locale, interface web), terminaux mobiles, TV et terminaux dédiés.

Cette dématérialisation transforme et banalise les systèmes de diffusion/distribution de contenus musicaux et impose une requalification d'une chaîne de valeurs par rapport à une économie de services offrant de multiples contenus dématérialisés.

Partant du principe qu'internet est à la fois un médium et un canal de distribution, cette nouvelle chaîne de valeur doit être équitablement répartie entre toutes les catégories d'acteurs, et donc tous les ayants droit intervenant dans la production musicale.

C'est à partir de cette double dimension, médium et canal de distribution, qu'il conviendrait d'adapter les

conditions de financement de la création, en associant tous les opérateurs de l'aval qui sont au plus près des usages des consommateurs.

C'est l'enjeu majeur de la création musicale car s'affranchissant des contraintes physiques et logistiques, elle peut participer aussi de formes de co-production et d'échanges modifiant son statut.

Enfin, dans la définition de ces nouveaux usages, la diffusion numérique est entièrement sous tendue par deux rapports antinomiques : les rapports entre les sphères publique et privée et entre le marché et les échanges hors marché.

Depuis une dizaine d'années, l'imbrication de ces paradigmes ne cesse d'agiter la sphère politique qui n'en peut mais de légiférer dans un contexte mouvant et rapide d'évolutions techniques, alors même que la réponse est avant tout industrielle donc financière car depuis plus d'un siècle, les conditions d'exercice du droit de la propriété intellectuelle se sont toujours adaptées aux évolutions techniques d'accès ou au renouvellement de supports de la musique enregistrée.

À titre d'exemple parce que la stratégie paraît exceptionnelle, il est proposé, en annexe p. 66, une liste d'acquisitions de sociétés faites par Google depuis 2001. C'est sur les terminaux mobiles que se concentrent actuellement, en termes d'avancées technologiques, les plus forts investissements dédiés aux expériences d'utilisateurs en consacrant les usages issus de la convergence des appareils nomades : géolocalisation, temps réel, personnalisation.

Seul, le mobile (surtout les applications grand public qui séduisent) a représenté 46,3 % des investissements dans le secteur technologique sur les six premiers mois de l'année 2012, en croissance de 30 % sur un an. Cette proportion en hausse continue depuis trois ans est due à l'explosion du marché des smartphones (*source Rutberg & Company*).

Confrontée à la montée en puissance de secteurs industriels américains, plus aptes à se saisir de ces profondes évolutions et qui se sont constitués en oligopole à l'aval de la chaîne de traitements, l'intervention successive de plusieurs Directions Européennes n'a pas été de nature à clarifier le cadre légal de ce marché numérique de la musique en Europe.

Ce débat qui a fait l'objet d'une série de discussions et d'approches contradictoires sur la base d'analyses concernant l'ouverture à la concurrence ou la définition d'un marché intérieur européen, aboutissait à une appréciation plutôt juridique et politique du marché en contradiction avec la pertinence des systèmes de régulation mis en place dans les pays européens.

Le devenir économique de ces marchés de la musique reste encore fortement défini par leur caractéristique nationale.

L'ouverture offerte à certaines catégories d'ayants droit de choisir la société de gestion collective de leur choix dans l'Union Européenne pour la gestion des exploitations en ligne, principe reconfirmé par le projet de Directive Européenne sur les droits d'auteur (qui marque, au passage un souci de transparence exigé des SPRD) ne manquera pas d'accentuer les tensions aussi bien au niveau des ayants droit que des opérateurs, au risque de fragiliser les « écosystèmes » existants.

Est-ce le seul sens des prérogatives de régulation qui devront s'exercer avant même :

- de vérifier les conditions de structuration d'un marché qui apparaît de plus en plus comme un enclos oligopolistique,
- d'examiner rapidement l'application au niveau européen des règles de droit quant à la diffusion des contenus illicites et d'éviter une forme de privatisation du réseau par la financiarisation de conditions d'accès,

- d'arrêter cette discrimination fiscale qui concerne la TVA sur les services électroniques qui désavantage tant les éditeurs européens de service en ligne.

1.2. Présentation de l'étude

C'est au second semestre 2007 que l'Observatoire de la musique a mis en place un « Etat des lieux de l'offre de musique numérique » à partir d'un échantillon de 39 services de musique en ligne.

L'intérêt suscité par ce type d'investigation a plaidé pour une montée en puissance de cet « Etat des lieux » et dès le premier semestre 2008, l'échantillon s'est stabilisé autour de 100 sites.

Compte tenu des centaines de sites repérés, cet échantillon de 100 sites dès lors qu'il comportait les sites les plus importants et emblématiques, représentait un baromètre significatif.

Dans un contexte de très forte croissance d'entreprises et de floraison de start-up mais parallèlement de forte mortalité, le maintien d'un échantillon de 100 sites nous a amenés à retenir plutôt l'innovation créatrice en nous délestant de sites qui n'évoluaient pas, les considérant, par rapport à certaines autres propositions, comme peu significatifs pour mesurer l'évolution de l'offre.

Pour tenir compte de cette difficulté et de la rapidité des évolutions techniques, l'Observatoire a dû organiser une observation en glissant, d'un semestre sur l'autre et distinguer deux périmètres : celui d'une **observation** d'un échantillon renouvelé et celui d'une **analyse** qui ne reprenait que les sites communs aux semestres observés.

À l'issue de cette périodicité, l'Observatoire de la musique a été en mesure d'offrir une évolution de ces travaux semestriels sur **9 semestres**.

C'est ainsi que :

- **152** services de musique en ligne ont été observés au cours de la période de référence,
- **2** ont été exclus de l'étude car s'appuyant sur le protocole P2P Bit Torrent,

- **50** sites, soit **33%** de l'échantillon observé, ont cessé leur activité soit par rachat, fusion, dépôt de bilan ou diversification. Ces cessations concernent 18 boutiques en ligne (6 sites généralistes, 12 sites spécialisés), 14 sites de Radio & **Streaming** et 12 sites de la catégorie Divers.

Sur les 152 services de musique en ligne observés au cours de la période de référence, 27 services observés dès le 2nd semestre 2007 subsistent au 2nd semestre 2011 (soit **18%** des 152 services observés).

L'Observatoire a jugé pertinent d'observer les évolutions de ces 27 sites, consignées sur 27 tableaux individualisés, **sans minimiser pour autant l'importance d'autres services musicaux, apparus sur le marché et/ou entrés plus tardivement dans le panel, que nous observons avec le plus grand soin dans chacune de nos études semestrielles. Il en est ainsi entre autre de, AmazonMP3, Napster, Qobuz pour les boutiques généralistes, Free, M6 Music, MCM ou MTV pour les portails ou encore de Dailymotion, tous acteurs majeurs de l'offre de musique numérique sur notre territoire.**

Enfin, les évolutions constatées dans cette dernière investigation restent complémentaires de l'ensemble des analyses semestrielles, dont celle importante faite sur le second semestre 2011: [Etat des lieux de l'offre de musique numérique au 2nd semestre 2011](#)

L'examen croisé des entrées et sorties de l'échantillon laisse apparaître une forme de « saisonnalité » marquée par plusieurs paramètres liés soit :

- **à la gestion des droits** (problème des **DRM**),
- **aux innovations techniques** présentées depuis ces 5 années qui ont dynamisé l'offre de musique numérique,
- **à l'extinction de sites** qui n'ont pas trouvé de modèles économiques pertinents en fonction de leur positionnement.

Catégorie	Site	Pays	Présent S2 2007	Suppr S2 2007	Ajouté S1 2008	Suppr S1 2008	Ajouté S2 2008	Suppr S2 2008	Ajouté S1 2009	Suppr S1 2009	Ajouté S2 2009	Suppr S2 2009	Ajouté S1 2010	Suppr S1 2010	Ajouté S2 2010	Suppr S2 2010	Ajouté S1 2011	Suppr S1 2011	Ajouté S2 2011	Suppr S2 2011
Communautaires	Bebo	Etats-Unis			X											X				
	DailyMotion	France			X															
	Dogmazic	France			X			X												
	Grooveshark	Etats-Unis			X															
	Hitmuse	Etats-Unis					X					X								
	Imeem	Etats-Unis			X							X								
	Isound	Etats-Unis			X							X								
	Jamendo	Luxembourg	X																	
	Mix Upload	France	X																	
	musicmakesfriends.com	Luxembourg			X			X												
	MySpace	Etats-Unis	X																	
	Noomiz	France												X						
	Reverb Nation	Etats-Unis														X				
	YouTube	Etats-Unis	X																	
Divers	8Tracks	Etats-Unis					X													
	Allmusic	Etats-Unis					X													
	Animoto	Etats-Unis			X									X						
	Edjing	France																	X	
	ffwd	Etats-Unis					X					X								
	Iklax	France			X			X												
	Just hear it	Etats-Unis					X					X								
	Mondomix	France			X															
	MusicShake	Etats-Unis			X															
	MusicSpot	France			X														X	
	Music-story	France			X															
	MP4	France			X			X												
	MyBloop	Etats-Unis			X					X										
	RiDi.me	Royaume-Uni																X		
	rocknfrance	France			X							X								
	Seeqpod	Etats-Unis			X						X									
	Shazam	Royaume-Uni																		
	Songbird	Etats-Unis			X												X			
	Songcooker	France	X						X											
	Songkick	Royaume-Uni			X															
	songs핀.fm (ex Skreemr)	Canada						X												
	Songza	Etats-Unis			X															
		Allemagne														X				
Soundflavor	Etats-Unis			X				X												
Wemix	Etats-Unis						X													
ZikNation	France																X			

Total sites sélectionnés dans l'échantillon depuis S2 2007

152

50 sites supprimés, soit 33% des sites de l'échantillon depuis S2 2007

0

2

16

2

10

6

12

1

1

50

Sites communs aux 2nd semestres 2007 et 2011

27

3. Analyse des suppressions de 50 sites de l'échantillon

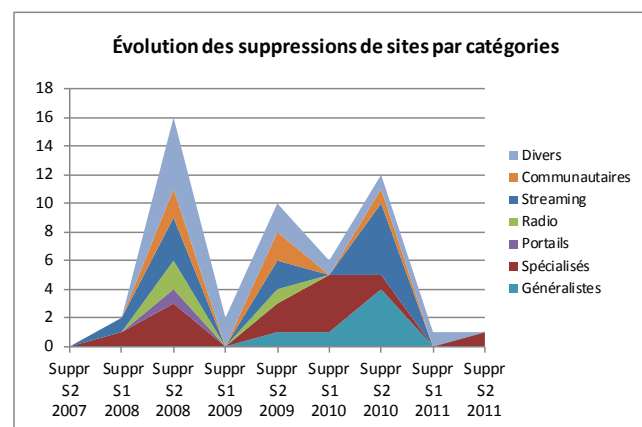
Pour une meilleure compréhension, nous utiliserons la codification suivante :

Généralistes (G) | Spécialisées (SP) | Portails (P) | Radios (R) | Streaming (ST) | Communautaires (C) Divers (D)

Catégorie de sites	Suppr S2 2007	Suppr S1 2008	Suppr S2 2008	Suppr S1 2009	Suppr S2 2009	Suppr S1 2010	Suppr S2 2010	Suppr S1 2011	Suppr S2 2011	Total par catégorie
Généralistes	0	0	0	0	1	1	4	0	0	6
Spécialisés	0	1	3	0	2	4	1	0	1	12
Portails	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Radio	0	0	2	0	1	0	0	0	0	3
Streaming	0	1	3	0	2	0	5	0	0	11
Communautaires	0	0	2	0	2	0	1	0	0	5
Divers	0	0	5	2	2	1	1	1	0	12
Total	0	2	16	2	10	6	12	1	1	50

Les suppressions de l'échantillon ont concerné l'ensemble des catégories de sites dont 18 boutiques en ligne (dont 12 boutiques spécialisées), 11 sites de Streaming et 12 dans la catégorie des divers et ce, sur 3 périodes particulières :

- 2^{ème} semestre 2008 (16 sites)
- 2^{ème} semestre 2009 (10 sites)
- 2^{ème} semestre 2010 (12 sites)



Au premier semestre 2008 : 2

Radiohead (SP) : fermeture du site éphémère de téléchargement de l'album « In Rainbow » du groupe Radiohead, à prix choisi par l'internaute. **Radioblog (ST)** : retrait de l'échantillon à cause d'un problème de légalité de service. Le service sera définitivement fermé en Sept 09 suite à une condamnation de justice.

Au second semestre 2008 : 16

Electrostate (SP) : fermeture du site, **Alice (P)** : fermeture du service de musique sur le portail opérateur, **D-Fuzz (R)** : portail de **Webradios** payant, à l'abandon, **Rkst (R)** : fermeture du site, **MusicMakesFriends (C)** : fermeture du site, **iKlax (D)** : site de musique devenu un site proposant des logiciels de traitement de son, hors du périmètre de l'étude, **MXP4 (D)** : initialement conçu comme un site de remix, MXP4 a refondé ses offres autour d'interfaces de jeux en ligne sonorisées, hors du périmètre de l'étude, **Rock'nFrance (D)** : fermeture du site, ouverture d'une page MySpace, **Songcooker (D)** : fermeture du site, **SoundFlavor (D)** : fermeture du site,

Retirés car leur maintien n'étant pas déterminant pour l'étude : **Songsterr (SP)** : site de tablatures, **YouBeats (SP)** : portail dédié au hip hop, **Guitarati (ST)** : portail éditorial sur la guitare, **PluggedIn (ST)** : site de musique devenu portail généraliste de divertissement, **Yamelo (ST)** : service de musique devenu site de vidéo avec timeline, **Dogmazic (C)** : portail sur la musique libre.

Au premier semestre 2009 : 2

MyBloop (D) : fermeture du site, **Seeqpod (D)** : fermeture du site suite à des poursuites judiciaires.

Au second semestre 2009 : 10

My Mojo (ex-Spiral Frog) (G) : fermeture du site, **ClassicalMusicMobile (SP)** : fermeture du site, **TheMusicfrom (SP)** : fermeture du site, **Podemus (R)** : fermeture du site, **Musiline (ST)** : fermeture du site, **Hitmuse**

(C) : fermeture du site, **Imeem (C)** : fermeture du site, **Ffwd (D)** : fermeture du site, **Justhearit (D)** : fermeture du site.

Retiré car leur maintien n'étant pas déterminant pour l'étude : **Sevenload (ST)** : site de musique devenu portail généraliste de divertissement.

Au premier semestre 2010 : 6

Lala (G) : fermeture du service, suite au rachat par Apple, **CodaFm (SP)** : suppression de l'étude pour question de légalité du service, **Garageband (SP)** : fermeture du site, suite au rachat par Apple. **LosTunes (SP)** : fermeture du site, **MusicGiants (SP)** : fermeture du site, **Animoto (D)** : service de musique devenu un site de création vidéo, hors sujet pour l'étude.

Au second semestre 2010 : 12

Airtist (G) : fermeture du site, **AmieStreet (G)** : fermeture du site, suite au rachat par Amazon, **Qtrax (G)** : fermeture du site suite au rachat par Clear Channel, **Thumbplay (G)** : fermeture du site suite au rachat par Clear Channel, **Nuloop (SP)** : site de musique recentré sur la VPC, **iLike (ST)** : fermeture du site, suite au rachat par MySpace, **MaestroFM (ST)** : fermeture du site, remplacé par un service de **Cloud**, **QLoud (ST)** : fermeture du site, remplacé par un moteur de recherche de vidéo, **TommyTV (ST)** : fermeture du site, remplacé par une page Facebook, **Vuze (ST)** : suppression de l'étude pour question de légalité du service, **Bebo (C)** : site communautaire à l'abandon, **Songbird (D)** : fermeture du site, recentré autour d'une plateforme de métadonnées artistes (Echonest).

Au premier semestre 2011 : 1

MusicSpot (D) : fermeture du site, avec migration sous forme de blog sur Netvibes.

Au second semestre 2011 : 1

X-Trib (SP) : fermeture du site

Face au foisonnement de sites de musique en ligne qui ont éclos entre les années 2000 et 2007, la plupart des sites n'ont pas survécu aux principes de réalité et à l'exigence nécessaire pour tenter de pérenniser leur activité. Ainsi, de nombreux sites sont apparus comme des copies de sites professionnels.

Dans l'offre numérique, la première condition d'accès au marché est ouverte dès lors que l'entreprise a la capacité financière d'acquérir des droits d'exploitation des catalogues et en l'occurrence les négociations avec les majors ont été décisives puisqu'elles possèdent en nombre et en valeur artistique médiatisée, l'offre la plus attractive. La deuxième condition reste déterminée par le marketing des services proposés à l'internaute pour l'inciter à acheter ou louer (**Streaming**) la musique, que ces services soient payants ou gratuits.

L'engouement de la création de sites qui participait d'un attrait pour la révolution numérique n'a pas su résister aux besoins de mises à jour régulières des contenus et d'efforts continus pour proposer de nouvelles fonctionnalités. Souvent, le graphisme rudimentaire et leur maigre contenu ont fini par décourager leur public.

Ces acteurs ont migré vers des solutions tout-en-un en ouvrant des pages sur le site MySpace c'est le cas de **Rock'nFrance (D)**, sur Netvibes comme pour **MusicSpot (D)** ou aujourd'hui sur Facebook pour **TommyTV (ST)**. Les autres ont fermé leur site.

Le retrait des sites de l'échantillon est justifié par :

- **l'abandon** pour **D-Fuzz (R)**, **Bebo (C)** ou la **fermeture** comme pour **X-Trib (SP)**, **Songcooker (D)**, **Rkst (R)**, **Podemus (R)**, **Musiline (ST)**, **Hitmuse (C)**, **Imeem (C)**, **ffwd (D)**, **Electrostate (PS)**, **Airtist (G)**, **SoundFlavor (D)**, **ClassicMusicMobile (SP)**,

- la **réorientation des activités de sites** qui sortent du périmètre de l'étude ou des **modifications de services posant des questions évidentes de légalité** : c'est le cas des sites qui proposaient des services souvent jugés innovants mais qui ont franchi allègrement les règles de la légalité aux termes de procès souvent médiatiques comme **Radioblogclub (ST)**, **Vuze (ST)**, **CodaFM (SP)** et **Seeqpod (D)**.

Si les causes d'abandon ou de fermeture des sites sont multiples, quelquefois leur attractivité pouvait apparaître en décalage par rapport à la demande traduisant une forme d'inadéquation de leur modèle économique par rapport au marché.

C'est ainsi que présentant une ergonomie très professionnelle, certains sites n'ont pas rencontré le public car ils ont été jugés soit trop conceptuels ou pauvres en contenus comme pour **LosTunes (SP)**, **MusicGiants (SP)**, **MusicMakesFriends (C)**, **MyBloop (D)**, **TheMusicFrom (SP)**, **JustHearit (D)**, **MyMojo(G)**.

La contrainte d'investissements nécessaires et continus dans le marketing de l'offre, l'innovation et la conquête de nouveaux marchés territoriaux, ne pouvait trouver de relais suffisants en l'absence de rentabilité, d'autant plus que le partage de la valeur ajoutée reste un élément déterminant au regard des innovations apportées pour élargir l'assiette des publics.

Sans investissements soutenus par la vente de terminaux ou de services annexes, les sites qui ne sont pas adossés à des grands groupes industriels et qui ne bénéficiaient pas de fonds propres suffisants, ont été obligés de recourir, pour assurer leurs besoins en fonds de roulement, à des appels en fonds propres.

Condamnés à être présents sur une zone de chalandise multi-territoriale ou en absence de spécificité

rémunératrice, la durée de vie des sites s'est achevée au mieux par :

- un **rachat** comme pour **Lala (G)**, **Garageband (SP)**, **QTrax (G)**, **AmieStreet (G)**, **Thumbplay (G)**. **Alice (P)** a fermé son service musical, suite au rachat de l'opérateur par l'opérateur Free en décembre 2008. **Radiohead (SP)** a fermé son site événementiel à l'occasion de la sortie de son album « In Rainbow ».
- une **réorientation du modèle** dans la musique comme pour **MXP4 (D)**, **Nuloop (SP)** ou dans d'autres domaines comme le divertissement, la vidéo ou le **Cloud** : **Animoto (D)**, **MaestroFM (ST)**, **QLoud (ST)**, **PluggedIn (ST)**, **Yamelo (ST)**, **Songbird (D)**, **Sevenload (ST)**.

Les attentes des internautes avertis et du public en général ont été souvent retardées par toutes sortes de dysfonctionnements qui ne relevaient pas tous du régime des droits sinon des conditions techniques peu claires au regard de comportements d'impulsion car la musique crée ce rapport d'immédiateté et de forte impulsion.

C'est pour faciliter l'achat d'impulsion qu'Apple et Amazon ont installé la technique du « One Click ¹ ».

¹ Le « One Click » permet un achat à partir d'un seul clic sans se faire référencer bancairement pour tout achat dès lors qu'on a donné déjà, pour un achat précédent, ses références bancaires à la plateforme. Ce procédé est très commode pour l'acheteur et pour développer des micropaiements. On peut s'étonner, par exemple, qu'iTunes et Amazon, les deux leaders américains, mettent en pratique le « One Click » en France, alors même que cette pratique reste marginale ou est en phase de tests. Réagissant frileusement à une recommandation (informelle ?) concernant la sécurisation des paiements en ligne quant à la possession du cryptogramme visuel des cartes bancaires, ils sont obligés de passer par des opérateurs comme Paypal ou ClickandBuy, sociétés intermédiaires qui se portent fort comme référents de certification bancaire. Tout cela à un coût pour les plateformes dont les marges sont peu importantes. Notons, par ailleurs, que cette facilitation de l'acte d'achat par One Click est utilisée par les opérateurs de téléphonie les téléchargements de titres ou d'albums facturés aux usagers s'ajoutant à leur consommation téléphonique.

Il faut toutefois noter qu'au cours de cette période, les conditions d'accès et l'attractivité des services ont tout de même évolué et différemment selon les services, voire les sites.

A l'attitude de défiance des ayants droit fermant l'accès de leurs catalogues, les protégeant par des **DRM** pendant plus d'une décennie, s'est substituée une progressive ouverture sur de nouveaux services innovants comme le **Streaming**.

Au cours de ces années, l'offre s'est enrichie avec des services plus souples d'utilisation et les retards commencent seulement à être compensés.

Cependant, la **concentration de l'offre et le poids d'un oligopole de la diffusion** restent, en absence d'accords commerciaux plus dynamiques, un danger pour l'innovation et le dynamisme concurrentiel (iTunes détiendrait, en France 70,2 % de parts de marché des 4 majors pour le téléchargement (source SNEP 2011).

L'attitude des détenteurs de droits n'a pas été assez opérationnelle pour élargir l'offre de services portée par des start-ups. Cette situation expose de façon plus aigüe les éditeurs en ligne français, voir européens, dans un marché à très forte concentration nord-américaine.

4. Analyse des 27 sites présents au cours de la période de référence 2007 à 2011

L'analyse des 27 sites présents sur la période soit 9 semestres, porte sur :

- **7 boutiques généralistes** : **emusic** (US), **Fnac** (France), **iTunes** (US), **Musicme** (France), **Rhapsody** (US), **Virginmega** (France), **Cellfish** (France),
- **3 boutiques spécialisées** : **Deutsche Grammophon** (Allemagne), **MusiClassics** (France), **Musique en ligne** (France),
- **5 portails** : **Neuf music** (France), **NRJ** (France), **Orange** (France), **SFR** (France), **Yahoo music** (US),
- **5 radios** : **Awdio** (France), **Hotmix radio** (France), **Liveradio** (France), **Nexus radio** (US), **Skyrock** (France),
- **4 services de Streaming** : **Deezer** (France), **Finetune** (US), **Last FM** (UK), **Pandora** (US),
- **3 sites communautaires** : **Jamendo** (Luxembourg), **MySpace** (US), **YouTube** (US).

La présentation des tableaux figurant dans les pages suivantes offre un panorama complet des modifications (suppressions, ajouts) apportées dans l'examen des 46 indicateurs retenus, caractérisant l'offre de services des sites. L'exploitation des tableaux qui suivent, a été organisée pour permettre la lecture des évolutions des 27 sites retenus :

- les nouveautés et modifications de services sont encadrées en rouge avec police rouge ;
- les suppressions de service apparaissent sur fond rouge ;

Les 2 colonnes de droite sur chaque tableau expriment la consolidation des indicateurs en nombre de semestres.

Explication type de la grille de lecture pour le premier site, celui d'iTunes :

- l'offre de radio est disponible sur iTunes depuis le second semestre 2007,
- le **Streaming** à la demande fait son entrée sur iTunes au second semestre 2010 et la perso mobile au premier semestre 2011,
- la fonctionnalité de **Déportation** présente au second semestre 2007 est supprimée au premier semestre 2008, pour réapparaître au second semestre 2008,
- le service iTunes Match d'**Hébergement** et de stockage sur le **Cloud** apparaît au deuxième semestre 2011 etc.

4.1. Tableaux des variations des 27 sites

Boutiques en ligne (10)											
Généralistes (7)											
Itunes											
	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Smart Radio										0	0
Playlist	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Streaming à la dde							jumicam light webcam video	jumicam light webcam video	jumicam light webcam video	3	1
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Perso mobile								App Store	App Store	2	1
Autres...	Movies, jeux, livres audio	Movies, jeux Wifi	Movies, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius	Movies, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius, itunes DJ	Movies, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius, itunes DJ	Movies, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius, itunes DJ	Nvle Applic [®] Ping, Movies/Apple TV, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius, itunes DJ, booklets album	Nvle Applic [®] Ping, Movies/Apple TV, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius, itunes DJ, booklets album	Nvle Applic [®] Ping, Movies/Apple TV, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius, itunes DJ, booklets album	9	4
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre	1,0 €	1,0 €	A partir de 0,69 €	A partir de 0,69 €	A partir de 0,69 €	A partir de 0,69 €	A partir de 0,69 €	A partir de 0,69 €	A partir de 0,69 €	9	1
Par album	10,0 €	10,0 €	A partir de 5,99 €	A partir de 5,99 €	A partir de 5,99 €	A partir de 5,99 €	A partir de 5,99 €	A partir de 4,99 €	A partir de 4,99 €	9	2
Music video	2,5 €	2,5 €	1,19 € à 2,49 €	1,79 € à 2,49 €	1,79 € à 2,49 €	1,79 € à 2,49 €	1,79 € à 2,49 €	1,19 € à 2,49 €	1,19 € à 2,49 €	9	3
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio		X	X	X	X	X			X	8	1
Lyrics							tune wiki	tune wiki	tune wiki	3	1
Partition							music book publishing	music book publishing Apps iPhone iPad	music book publishing Apps iPhone iPad	3	2
Podcast		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content							Itunes U / Conférences universitaires	Itunes U / Conférences universitaires	Itunes U / Conférences universitaires	3	1
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal PC (Interface web)										0	0
Terminal Mobile		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Terminal TV	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal dédié	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X (délinéarisation, flux continu)		X	X	X	X	X	X	X	8	0
Personnalisation										0	0
Partage				X	X	X	X	X	X	6	1
Copie	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X	X	X	9	1
Hébergement									Itunes Match (stockage sur iCloud) 24.99€/an	1	1
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social				X	X	X	X	X	X	6	1
Autres...	Alerting	Alerting, Burn CD	Alerting, Burn CD	Alerting, Burn CD	Alerting, Burn CD	Alerting, Burn CD	Alerting, Burn CD	Alerting, Burn CD	Alerting, Burn CD	9	1
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	4,5 M	6 M	6 M	11 M	11 M	11 M	13 M	20 M	>20 M	9	5
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (kbps)	128, 256	128, 256	256	256	256	256	256	256	256	9	1
Format de fichier	AAC	AAC	AAC, MP3	AAC, MP3	AAC, MP3	AAC, MP3	AAC, MP3	AAC, MP3	AAC, MP3	9	1
DRM associé	Fairplay	Fairplay ou sans DRM	Avec ou sans DRM	Avec ou sans DRM	Avec ou sans DRM	Sans	Sans	sans	sans	9	3
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	6	9	5	0	1	7	4	2		34

Boutiques en ligne (10)



Généralistes (7)

rhapsody.com
US

Rhapsody

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Smart Radio							X	X	X	3	1
Playlist	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Streaming à la dde	Abo illim 12,9 \$/m	Abo illim 12,9 \$/m	Abo illim 12,99 \$/m	Abo illim 12,99 \$/m	Abo illim 12,99 \$/m	Abo illim 9,99 et 14,99 \$/m	Abo illim 9,99 et 14,99 \$/m	Abo illim 9,99 et 14,99 \$/m	Abo illim 9,99 et 14,99 \$/m	9	1
Téléchargement	Abo illim 14,9 \$/m	Abo illim 14,9 \$/m	Abo illim 14,99 \$/m	Abo illim 14,99 \$/m	Abo illim 14,99 \$/m	X	X	X	X	9	1
Perso mobile										0	0
Autres...		Lecteurs MP3	Lecteurs MP3	Lecteurs MP3	Lecteurs MP3	Lecteurs MP3	Lecteurs MP3	Lecteurs MP3	Lecteurs MP3	8	1
2) TYPE DE CONTENU											
Flux		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Par titre	0,99 €	0,99 €	gratuit à 0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,69 à 1,29 \$	0,69 à 1,29 \$	0,69 à 1,29 \$	0,69 à 1,29 \$	9	3
Par album		9,99 €	Variable	Variable	Variable	à partir de 9,99 €	à partir de 9,99 €	à partir de 9,99 €	à partir de 9,99 €	8	3
Music video	X	X	X	X	X			Vevo, YouTube	Vevo, YouTube	7	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics			X	X	X					3	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial				X	X	Allmusic Guide	Allmusic Guide	Allmusic Guide	Allmusic Guide	6	2
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autoproducts		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile					X	X	X	X	X	5	1
Terminal TV	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal dédié		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Personnalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X	X	9	1
Hébergement			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social										0	0
Autres...	Burn CD	Burn CD	Burn CD	Burn CD	Burn CD	Burn CD	Burn CD	Burn CD	Burn CD	9	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	n/a	4 M	6 M	> 6 M	> 8 M	> 10 M	> 11 M	> 13 M titres	> 14 M titres	9	8
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	0
Format de fichier	Real	Real, MP3	Real, MP3	Real, MP3	Real, MP3	Real, MP3	Real, MP3	Real, MP3	Real, MP3	9	1
DRM associé	Real	Real ou aucun	Real ou aucun	Real ou aucun	Real ou aucun	Real ou aucun	Real ou aucun	Real ou aucun	Real ou aucun	9	1
Accès depuis la France		non	non	non	non	non	non	non	non	8	0
Δ°	-	9	5	4	2	4	2	2	1		29

Boutiques en ligne (10)

Généralistes (7)

emusic.com
US

Emusic

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio									X	1	1
Smart Radio										0	0
Playlist			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement	de 12,99 € (30) à 20,99 € (75)	de 5,99 € (10) à 89,99 € (300)	de 13,99 € (30 à 100) /m à 29,99	24 downloads for 11.99 € /m	Forfaits	Forfaits	Forfaits	Forfaits	Forfaits	9	4
Perse mobile										0	0
Autres...										0	0
2) TYPE DE CONTENU											
Flux										0	0
Par titre	3 forfaits	Forfaits	Forfaits	Forfaits	Forfaits	Forfaits	Forfaits	Forfaits et de \$ 0.49 à \$ 0.89	Forfaits et de \$.49 à \$.89	9	1
Par album						Forfaits	Forfaits		Forfaits	4	1
Music video										0	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert						X				1	0
Retransmission «live»										0	0
Editorial	X	X	X	X	X	Allmusic Guide + interne	Allmusic Guide + interne	X	X	9	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors				X	X	X	X	X	X	6	1
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation			X					X	X	2	1
Personnalisation			X							1	0
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Hébergement										0	0
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...										2	1
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	2 M	3,5 M	5 M	> 6 M	> 7 M	> 7 M	> 10 M	> 10 M	> 13 M	9	6
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	192	192	192	192	192	192	192	192	192	9	0
Format de fichier	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	9	0
DRM associé						Sans	Sans	Sans	Sans	4	1
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	2	4	2	2	4	0	3	2		19

Boutiques en ligne (10)

Généralistes (7)



virginmega

virginmega.fr
France

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Perso mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...	Movies, billetterie, photo, presse, livres audio	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD, livres numériques, coffrets cadeaux	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD, livres numériques, coffrets cadeaux	Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD, livres numériques, coffrets cadeaux	9	3
2) TYPE DE CONTENU											
Flux										0	0
Par titre	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,99 €	0,99 €	Gratuit à 0,99€	Gratuit à 0,99€	9	1
Par album	> 6,99 €	> 6,99 €	> 6,99 €	> 6,99 €	> 6,99 €	> 6,99 €	> 6,99 €	> 4,99 €	> 4,99 €	9	1
Music video	2,49 €	2,49 €	2,49 €	2,49 €	1,99 €	1,99 €	2,49 €	2,49 €	2,49 €	9	2
Sonnerie	3 €	3,00 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	9	0
Image/Logo mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Livres audio		X	X	X	X	X	X			6	-1
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast	X									1	-1
Info concert	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation										0	0
Personnalisation										0	0
Partage							X	X	X	3	1
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X	X	9	1
Hébergement										0	0
Recommandation			X				X	X	X	4	1
Réseau social							X	X	X	3	1
Autres...							Noomiz			1	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	2,7M	2,7 M	4 M	4 M	4 M	4 M	4 M	> 8 M titres	> 8 M titres	9	2
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	320 (MP3)	320	320	320	320	9	1
Format de fichier	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	9	1
DRM associé	DRM10	WM10	WM11	WM11	Sans	Sans	Sans	sans	sans	9	2
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	0	6	0	4	0	6	1	0		17

Boutiques en ligne (10)

Généralistes (7)



Fnac

fnac.com
France

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio										0	0
Playlist	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Streaming à la dde	Abo illim 9,99 €	Abo illim 9,99 €/m	Abo illim 9,99 €/m	Abo illim 9,99 €/m	Abo illim 9,99 €/m	Abo illim 9,99 €/m	Abo illim 9,99 €/m	Abo illim 9,99 €/m	Abo illim 9,99 €/m	9	0
Téléchargement	7,99 € (10) 37,99 € (50)	7,99 € (10) 37,99 € (50)	7,99 € (10) 37,99 € (50)	7,99 € (10) 37,99 € (50)	9,99 € (10) 44,99 € (50) 150€ (200)	à la carte/pack	à la carte / pack	à la carte / pack	à la carte/pack	9	2
Perso mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...	Movies, livres num, jeux, billetterie	Movies, livre numérique, jeux, billetterie, livres, logiciels	Movies, livre numérique, jeux, billetterie, livres, logiciels	Movies, livre numérique, jeux, billetterie, livres, logiciels	Movies, livre numérique, jeux, billetterie, livres, logiciels, documentaires	Movies, livre numérique, jeux, billetterie, livres, logiciels, documentaires, vêtements, instruments, matériel DJ	Movies, livre numérique, jeux, billetterie, livres, logiciels, documentaires, vêtements, instruments, matériel DJ	Movies, livre numérique, jeux, billetterie, livres, logiciels, documentaires, vêtements, instruments, matériel DJ, abonnements presse, vinyles	T-shirts & Vêtements, partitions de musique, méthodes, instruments, matériel DJ, abonnements presse, vinyles	9	5
2) TYPE DE CONTENU											
Flux										0	0
Par titre	0,99 € ou pack	0,99 € ou pack	0,99 € ou pack	0,99 € ou pack	de 0,99 € à 1,29€ ou pack	de 0,99 € à 1,29€ ou pack	de 0,99 € à 1,29€ ou pack	de 0,99 € à 1,29€ ou pack	de 0,99 € à 1,29€ ou pack	9	1
Par album	9,99 € ou pack	9,99 € ou pack	9,99 € ou pack (promo)	9,99 € ou pack	9,99 € ou pack	9,99 € ou pack	9,99 € ou pack	9,99 € ou pack	9,99 € ou pack	9	0
Music video	2,49 €	2,49 €	2,49 €	2,49 €	1,99 €	1,99 €	1,99 €	1,99 €	1,99 €	9	1
Sonnerie	3 €	3 €	3 €	3 €	3€ Mediaplaza	3€ Mediaplaza	3€ Mediaplaza	3€ Mediaplaza	3€ Mediaplaza	9	1
Image/Logo mobile	X	X	X	X	X Mediaplaza	X Mediaplaza	X Mediaplaza	X Mediaplaza	X Mediaplaza	9	1
Livres audio		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Lyrics										0	0
Partition						X	X	X	X	4	1
Podcast					FnaLive	FnaLive	FnaLive			3	0
Info concert	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Retransmission «live»					FnaLive	FnaLive	FnaLive			3	0
Éditorial			X	X	X	X	X	X	X	7	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X		9	1
User generated content									Believe/Musicast	0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public					X	X	X	X	X	5	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation										0	0
Personnalisation	X		X							2	-1
Partage										0	0
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X	X	9	1
Hébergement										0	0
Recommandation			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Réseau social						X	X	X	X	4	1
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	2 M	2 M	4 M	4 M	4 M	4 M	4 M	> 6 M titres	> 7 M titres	9	3
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	9	0
Format de fichier	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	9	0
DRM associé	DRM10	WM10	WM11	WM11	WM11	Sans	Sans	Sans	Sans	9	2
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	1	7	0	9	5	0	0	3		25

Boutiques en ligne (10)

musicMe

Généralistes (7)

Musicme

musicme.com
France

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Smart Radio			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Playlist	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Streaming à la dde	Abo illim 9,95 €/m	Abo illim 9,90 €/m	Abo illim gratuit	Abo illim gratuit	Abo illim gratuit	Abo illim gratuit ou prémiuim 24H à 20€/an	Gratuit restreint Mobile 9,90€/m ou Prémium de 5€/m à 20€/an	Gratuit restreint Mobile 9,90€/m ou en Ligne de 5€/m	Gratuit restreint Mobile 9,90€/m ou en Ligne de 5€/m	9	4
Téléchargement	Abo illim 14,95 €/m	Abo illim 14,95 €/m	Abo illim 9,9 €/m	Abo illim 9,9 €/m ou forfait	Abo illim 9,9 €/m ou forfait	à la carte 3,90€ (3 à 5T) à 249,90€ (213 à 398 T) ou illimité 9,90€/mois	à l'acte ou au forfait : 8 formules de 3,90€ (3 à 5T) à 249,90€ (213 à 398 T)	à l'acte ou au forfait : 8 formules de 3,90€ (3 à 5T) à 249,90€ (213 à 398 T)	à l'acte ou au forfait : 8 formules de 3,90€ (3 à 5T) à 249,90€ (213 à 398 T)	9	4
Perso mobile										0	0
Autres...	Enchères	Photos, enchères	Photos, enchères	Photos	Photos, boutique (Amazon), cartes & chèques cadeaux	cartes & chèques-cadeaux	cartes & chèques-cadeaux	cartes & chèques-cadeaux	cartes & chèques-cadeaux	9	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Par titre	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim ou forfaits (3,9 € à 29,9 €)	Abo illim ou forfaits 3,9€ à 29,9€	0,98€ à 1,49€ selon format Abo à la carte, illimité ou premium	1,29€ Abonnement et forfaits	1,29€ Abonnement et forfaits	1,29€ Abonnement et forfaits	9	3
Par album	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim ou forfait 3,9€ à 29,9€	à partir de 8,99€ selon format Abo à la carte, illimité ou premium	à partir de 9,99€ Abonnement et forfaits	à partir de 9,99€ Abonnement et forfaits	à partir de 9,99€ Abonnement et forfaits	9	3
Music video		X	Youtube	HD	HD	HD	HD	HD	HD	8	2
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast	X									1	-1
Info concert		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Retransmission «live»										0	0
Éditorial		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Licences libres										0	0
Domaine public						X	X	X	X	4	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile							X	X	X	3	1
Terminal TV	X									1	-1
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Personnalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Partage		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X	X	9	1
Hébergement										0	0
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social						X	X	X	X	4	1
Autres...										3	1
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	1 M	3,6 M	4,2 M	4,8 M	5,5 M	6,1 M	6,6 M	6,6M	6,6M	9	6
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	192	192	192	110, 192, 320, Lossless	110, 192, 320 Lossless	110, 192, 320, Lossless	110, 192, 320, Lossless	192, 320, Lossless	192, 320, Lossless	9	1
Format de fichier	WMA	WMA	WMA, Flash	MP3, AAC, WMA	WMA, MP3, AAC	WMA Lossless, MP3, AAC	WMA Lossless, MP3, AAC	WMA Lossless, MP3, AAC	WMA Lossless, MP3, AAC	9	3
DRM associé	DRM10	WM10	WM10	Avec ou sans DRM	Avec ou sans DRM	Avec ou sans	Avec ou sans	Sans	Sans	9	2
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	5	10	8	3	8	7	1	0	9	42

Boutiques en ligne (10)

Généralistes (7)

cellfishmedia.com
France

Cellfish

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Perso mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...	jeux	Jeux	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo, ringtone maker, VOD	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo, ringtone maker, VOD vidéo	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo, ringtone maker, VOD vidéo	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo, ringtone maker, VOD vidéo	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo, ringtone maker, VOD vidéo	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo, ringtone maker, VOD vidéo	9	3
2) TYPE DE CONTENU											
Flux										0	0
Par titre										0	0
Par album										0	0
Music video	X	X	X	X	X	KKO	KKO	BlingTones/KKO	BlingTones/KKO	9	2
Sonnerie	X	X	X	X	X	KKO	KKO	BlingTones/KKO	BlingTones/KKO	9	2
Image/Logo mobile	X	X	X	X	X	KKO	KKO	BlingTones/KKO	BlingTones/KKO	9	2
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast	X									1	-1
Info concert										1	1
Retransmission «live»									BandsInTown	0	0
Éditorial		X	X	X	X	X	X			6	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproducts	X	X	X	X	X	X	X			7	-1
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal TV		X	X	X						3	0
Terminal dédié	X	X	X	X						4	-1
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Personnalisation										0	0
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Hébergement	X	X	X	X						4	-1
Recommandation	X	X	X	X						4	-1
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...		Chat	Chat	Chat	Chat	Chat	Chat	Solutions métiers cellPass, cellStore, cellfiliation, cellWin, cellBox	Solutions métiers cellPass, cellStore, cellfiliation, cellWin, cellBox	8	2
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	> 1 000	35000	100 000	100 000	100 000, 900 vidéos	100 000 contenus, 900 vidéos	100 000 contenus 900 vidéos	100 000 contenus 900 vidéos	100 000 contenus 900 vidéos	9	3
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	9	1
Qualité du flux (Kbps)	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	9	0
Format de fichier	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	9	0
DRM associé						n/a	n/a	n/a	n/a	4	1
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	3	2	1	-1	4	0	2	1		12

Boutiques en ligne (10)

Spécialistes (3)



MusiClassics

musicclassics.fr
France

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde		10 € / 10h d'écoute	10 € / 10h d'écoute	10 € / 15h d'écoute	10heures 5 € valable 1 mois 25heures 10 € valable 3 mois 100 heures 30 € valable 6 mois	10heures 5€ valable 1mois 25heures 10€ valable 3mois 100 heures 30€ valable 6mois	10heures 5€ valable 1mois 25heures 10€ valable 3mois 100 heures 30€ valable 6mois	10heures 5€ valable 1mois 25heures 10€ valable 3mois 100 heures 30€ valable 6mois		7	2
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X		8	-1
Perso mobile										0	0
Autres...					Actualité, découverte partenariat Opéra-ci Opéra-là préconisation sélective assurée par comité d'expert journalistes/ musiciens	Actualité, découverte partenariat Opéra-ci Opéra-là préconisation sélective assurée par comité d'expert journalistes/ musiciens	Actualité, découverte partenariat Opéra-ci Opéra-là préconisation sélective assurée par comité d'expert journalistes/ musiciens	Actualité, découverte préconisation sélective assurée par comité d'expert journalistes/ musiciens	Actualité, découverte préconisation sélective assurée par comité d'expert journalistes/ musiciens	5	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux										0	0
Par titre		> 1,3 €	> 1,3 €	> 1 €	> 1 €	à l'œuvre > 1,30 €	à l'œuvre > 1,30 €	à l'œuvre > 1,30 €		7	2
Par album	> 10 €	> 9,7 €	> 9,7 €	> 9,7 €	> 9,7 €	> 10 €	> 10 €	> 10 €		8	1
Music video										0	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X			X						3	-2
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public					X	X	X	X	X	5	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation										0	0
Personnalisation										0	0
Partage										0	0
Copie	X	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X		8	1
Hébergement										0	0
Recommandation						X	X	X	X	4	1
Réseau social					X	X	X			3	0
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	300 LP	300 LP	Env 5 000 LP	Env 5000 LP	Env 6 000	Env 6 000	Env 6 000	Env 6 000	Env 6 000	9	2
Genres musicaux	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	9	0
Qualité du flux (Kbps)	320	320	320	320	320	320	320	320	320	9	0
Format de fichier	WMA	WMA	WMA	WMA	WMA, AAC	WMA, AAC	WMA, AAC	WMA, AAC	WMA, AAC	9	1
DRM associé	DRM10	WM10	WM10	Avec ou sans DRM	Sans	Sans	Sans	Sans	sans	9	2
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ*	-	4	0	4	6	3	0	0	-5		12


Boutiques en ligne (10)


 deutschegrammophon.com
France

Spécialistes (3)

Deutsche Grammophon

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio						X				1	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde			0,99 € pdt 7 jours	0,99 € pdt 7 jours	0,99 € pdt 7 jours	0,99 € pdt 7 jours				4	0
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Perso mobile										0	0
Autres...		Vente tee-shirts, sacs, photos	Vente tee-shirts, sacs, photos	Vente tee-shirts, sacs, photos, VPC	Vente tee-shirts, sacs, photos, VPC, DVD blu-ray	VPC, DVD blu-ray Vente tee-shirts, sacs, photos (bravado)	VPC, DVD blu-ray Vente tee-shirts, sacs, photos (bravado)	VPC, DVD blu-ray Vente tee-shirts, sacs, photos (bravado)	VPC, DVD blu-ray Vente tee-shirts, sacs, photos (bravado)	8	3
2) TYPE DE CONTENU											
Flux						X	X	X	X	4	1
Par titre	> 1,29 €	> 1,29 €	> 1,29 €	> 1,29 €	> 1,29 € selon durée	> 0,79 € selon durée œuvre	> 1,49 € selon durée œuvre	> 1,29 € selon durée œuvre	> 1,29 € selon durée œuvre	9	4
Par album	> 10 €	> 10 €	> 10 €	> 10 €	> 9,99 € selon format	> 9,99 € selon qualité YouTube	> 9,99 € selon qualité YouTube	> 9,99 € selon qualité YouTube	> 9,99 € selon qualité YouTube	9	2
Music video										4	1
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio							Deutsche Grammophon Literatur	Deutsche Grammophon Literatur	Deutsche Grammophon Literatur	3	1
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Retransmission «live»					DG concerts avec iTunes (2006)	DG concerts avec iTunes	Deutsche Grammophon concerts	Deutsche Grammophon concerts	Deutsche Grammophon concerts	5	2
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X					5	-1
Autoproduits	X	X	X	X						4	-1
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public					X	X	X	X	X	5	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation		X			X e-Player	X e-Player	X			4	0
Personnalisation										0	0
Partage					X e-Player	X e-Player	X			3	0
Copie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Hébergement										0	0
Recommandation		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Réseau social										0	0
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	2 600 LP	Env 3300 LP	Env 3300 LP	Env 3300 LP	Env 3300 LP	Env 3300 LP	Env 3300 LP	Env 3300 LP	Env 3300 LP	9	1
Genres musicaux	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	Classique	9	0
Qualité du flux (Kbps)	320	320	320	320	320	320, Lossless	320, Lossless	320, Lossless	320, Lossless	9	1
Format de fichier	MP3	MP3	MP3, FLAC	MP3, FLAC	MP3, FLAC	MP3, FLAC	MP3, FLAC	MP3, FLAC	MP3, FLAC	9	1
DRM associé					Sans	Sans	Sans	Sans	Sans	5	1
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	5	1	1	7	5	1	-1	0		19

Boutiques en ligne (10)											
 musiqueenligne.com France											
Spécialistes (3)											
Musique en ligne											
	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement	X	X	Partitions	Partitions	Librairie musicale, partitions	Partitions	Partitions	Partitions	Partitions	9	1
Perso mobile										0	0
Autres...					VPC méthodes, recueils matériel d'orchestre score, parties Orchestres	VPC méthodes, recueils matériel d'orchestre score, parties Orchestres	VPC méthodes, recueils matériel d'orchestre score, parties Orchestres	VPC méthodes, recueils matériel d'orchestre score, parties Orchestres service de numérisation Pack MEL	VPC méthodes, recueils matériel d'orchestre score, parties Orchestres service de numérisation Pack MEL	5	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux										0	0
Par titre										0	0
Par album										0	0
Music video										0	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Partition	X	X	2,75 € à 4,6 €	2,75 € à 4,6 €	2,75 € à 4,6 €	Partition simplifiée à partir de 2,75 € piano/chant à partir de 3,90 €	partition simplifiée à partir de 2,75 € piano/chant à partir de 3,90 €	partition simplifiée à partir de 2,75 € piano/chant à partir de 3,90 €	partition simplifiée à partir de 2,75 € piano/chant à partir de 3,90 €	9	2
Podcast										0	0
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproducts	X				X	X	X	X	X	6	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres						X	X	X	X	0	0
Domaine public										5	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X									1	-1
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation										0	0
Personnalisation										0	0
Partage										0	0
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	9	0
Hébergement										0	0
Recommandation										0	0
Réseau social	X	X	X	X						4	-1
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	0
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
Format de fichier	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	9	0
DRM associé	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	Scorch	9	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	-2	2	0	3	1	0	1	0		5

Portails (5)




Portail Internet (1)

new.fr.music.yahoo.com
US

Yahoo music

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio					deezer	deezer	Deezer	Deezer	Deezer	5	1
Smart Radio	X	X			deezer	deezer	Deezer	Deezer	Deezer	7	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement			iTunes, Foxytunes	iTunes, Foxytunes	iTunes, Foxytunes	iTunes, Foxytunes	iTunes, Foxytunes	iTunes, Foxytunes, Amazon MP3	iTunes, Foxytunes, Amazon MP3	7	2
Perso mobile										0	0
Autres...		Photos, jeux	Photos, Blog	Photos, Blog	Photos, Blog	Photos, Blog	Photos, Blog	Photos, Blog	Photos, Blog	8	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X			7	-1
Par titre								iTunes, Amazon MP3	iTunes, Amazon MP3	2	1
Par album							Amazon MP3	Amazon MP3	Amazon MP3	3	1
Music video	X	X	X	X	X	X				6	-1
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert		X					Concertlive.fr	Concertlive.fr		3	0
Retransmission «live»		X								1	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autoproduits										0	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV							SoyouTV	SoyouTV	SoyouTV	3	1
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation										0	0
Personnalisation	X	X								2	-1
Partage	X	X				X	X	X	X	6	0
Copie										0	0
Hébergement										0	0
Recommandation										0	0
Réseau social		X					Divers	Divers	Divers	4	1
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	0
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	0
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	n/a	n/a	n/a	n/a	9	0
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ*	-	5	-4	0	2	1	3	1	-1		7

Portails (5)												
orange												
music.orange.fr												
France												
Orange												
Portail Opérateurs (3)												
	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation	
1) TYPE D'OFFRE												
Radio	X	Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio / Deezer	Liveradio / Deezer	Liveradio / Deezer	9	2	
Smart Radio	X	Musiline	Musiline	Musiline	Musiline				Deezer	6	1	
Playlist		Musiline							Deezer	4	3	
Streaming à la dde				Wormee			Deezer Premium 10€/mois	Deezer Premium 10€/mois	Deezer	4	2	
Téléchargement	X	X	Abo illim ou à la dde	X	X	X	X	X	Orange	9	3	
Perso mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Autres...			Merchandising musique : instruments, baladeurs MP3, etc	Merchandising musique : instruments, baladeurs MP3, etc	merchandising musique : instruments, baladeurs MP3, etc			Interviews vidéos exclus Orange	Interviews vidéos exclus Orange	5	1	
2) TYPE DE CONTENU												
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Par titre	0,99 €	0,99 € ou abo illim 12 €/m	0,99 € ou abo illim 12 €/m	0,99 € ou abo illim 12 €/m	1,29 € ou forfaits	1,29 € ou forfaits	1,29 € ou forfaits	0,99 €	0,69 €	9	4	
Par album	9,99 €	9,99 € ou abo illim 12 €/m	> 6,99 € ou abo illim 12 €/m	6,99 € ou abo illim 12 €/m	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9,99 €	9	3	
Music video	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Sonnerie	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	2,99 €	9	1	
Image/Logo mobile	X	X	2 à 3 €	2 à 3 €	2 à 3 €	2 à 3 €	2 à 3 €	2 à 3 €	2,99 €	9	2	
Livres audio				Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio		5	0	
Lyrics									X	1	1	
Partition										0	0	
Podcast		X	X	Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio	Liveradio	8	2	
Info concert			X	X	X	X	X	X	X	7	1	
Retransmission «live»								X	X	2	1	
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
3) TYPE DE REPERTOIRE												
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
User generated content										0	0	
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES												
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0	
Licences libres										0	0	
Domaine public										0	0	
5) ACCES												
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X		8	-1	
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Terminal Mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Terminal TV	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Terminal dédié	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
6) FONCTIONNALITES												
Déportalisation										0	0	
Personnalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Partage										0	0	
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X	X	9	1	
Hébergement										0	0	
Recommandation							X	X	X	3	1	
Réseau social				Wormee			X	X	X	4	1	
Autres...										0	0	
7) QUALITE DE L'OFFRE												
Nombre de références	1 M	1 M	1 M	1 M, 7 000 radios, 11 000 podcasts	1 M, 7 000 radios, 11 000 podcasts	1 M, 7 000 radios, 11 000 podcasts	7 M streams, 1 M téléchpts, 11 000 radios, 11 000 podcasts	10 M streams, 1 M téléchpts, 11 000 radios, 11 000 podcasts	15 M streams, 15 M téléchpts, 15 000 radios, 11 000 podcasts	9	4	
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0	
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	n/a	n/a	256 à 320	256 à 320	256 à 320	256 à 320	256 à 320 (titres), 64 à 320 (flux)	9	2	
Format de fichier	WMA	WMA	WMA	WMA, MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3, AAC, WMA	9	2	
DRM associé	DRM10	DRM10	WM10	WM 10	Sans	Sans	Sans	sans	sans	9	1	
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Δ°	-	6	4	8	3	-2	6	5	8		38	

Portails (5)												
												
sfr.fr												
France												
Portail Opérateurs (3)												
SFR												
	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation	
1) TYPE D'OFFRE												
Radio			Goom	Goom	SFR Music, Goom	SFR Music, Goom	SFR Music, Goom radio			5	1	
Smart Radio				X	X	X				3	0	
Playlist					Deezer			Spotify Premium	Spotify Premium	3	1	
Streaming à la dde								Spotify Premium	Spotify Premium	2	1	
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Perso mobile	X	X	X	X	X	X	Perso de répondeur	Perso de répondeur	Perso de répondeur	9	1	
Autres...	Jeux	Jeux, billetterie	Jeux, billetterie, tee-shirts	Jeux, magazine, billetterie, boutique, tee-shirts	Jeux, magazine, billetterie, boutique, tee-shirts	Jeux, magazine, billetterie, boutique, tee-shirts	Jeux, magazine, billetterie concert, boutique, tee-shirts, SFR jeunes talents	Jeux, Blog, magazine, billetterie concert, boutique, tee-shirts, SFR jeunes talents	Live, actus, festivals, jeux, Blog, magazine, billetterie concert (Digitick, Olympia), boutique, tee-shirts, SFR jeunes talents	9	6	
2) TYPE DE CONTENU												
Flux			X	X	X	X	X			5	0	
Par titre	0,99 € ou pack	0,99 € ou pack ou pass mobile	0,99 € ou pack ou pass mobile	0,99 € ou pack ou pass mobile	1,29 € forfait 5 titres = 3€ 20 titres = 14,90€ /mois	A partir de 0,99 € forfait 5 titres = 3€ 20 titres = 14,90€ /mois	à partir de 0,99€ nouveautés 1,29 €	à partir de 0,99€ nouveautés de 1,29€ à 1,59€	à partir de 0,69€ nouveautés de 1,29€ à 1,59€	9	4	
Par album	9,99 € ou pack	9,9 € ou pack ou pass mobile	9,9 € ou pack ou pass mobile	9,9 € ou pack ou pass mobile	9,9 € ou pack	de 4,99 € à 13,99 €	à partir de 4,99€ à 13,99€ nouveautés 10,99€	«petits prix» à partir de 3,99€ nouveautés 11,99€ à 14,99€	«Coups de cœur jeunes talents « à 0,99€ «petits prix» à partir de 3,99€ nouveautés 11,99€ à 14,99€	9	5	
Music video	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	X	X	X	X	9	1	
Sonnerie	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	3 €	9	0	
Image/Logo mobile	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	2 €	9	0	
Livres audio										0	0	
Lyrics										0	0	
Partition										0	0	
Podcast						X	X			2	0	
Info concert	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Retransmission «live»	X	X	X	X	X	X	X	SFR LiveConcerts	SFR LiveConcerts	9	1	
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
3) TYPE DE REPERTOIRE												
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
User generated content										0	0	
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES												
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0	
Licences libres										0	0	
Domaine public									X	1	1	
5) ACCES												
Terminal PC (Appli locale)								Spotify	Spotify	2	1	
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Terminal Mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Terminal TV	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Terminal dédié	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
6) FONCTIONNALITES												
Déportalisation							X	X	X	3	1	
Personnalisation			X	X	X	X	X	X	X	7	1	
Partage		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1	
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	X	X	X	X	X	X	9	1	
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	8	1	
Recommandation			X	X	X	X	X	X	X	7	1	
Réseau social			X	X	X	X	X	X	X	7	1	
Autres...										0	0	
7) QUALITE DE L'OFFRE												
Nombre de références	1 M	1 M	1M	1 M, 1 radio	1 M, 1 radio	1 M, 20 radios	1 M, 20 radio	13 M Stream, 1M Titres + catalogue Universal ds l'offre NeufBox Music	15 M Stream, 4,5 M Titres + catalogue Universal ds l'offre NeufBox Music	9	4	
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0	
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	128	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	1	
Format de fichier	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, MP3, Dolby 5.1	WMA, MP3, Dolby 5.1	WMA, MP3, Dolby 5.1	WMA, MP3, Dolby 5.1	MP3, AAC	9	2	
DRM associé	DRM10	DRM10	WM 10	WM 10	WM 10	WM 10	WM 10	WM 10	Sans	9	1	
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0	
Δ°	-	5	7	4	4	4	4	4	6		38	

Portails (5)											
neufbox Music										Portail Opérateurs (3)	
neufmusic.fr											
France											
	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio										0	0
Playlist		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement	Abo 4,99 € ou gratuit	Abo 4,99 € / m ou inclus dans abo Free	Abo 4,99 € / m ou inclus dans abo	Inclus dans abo	Inclus dans abo	Inclus dans abo	Inclus dans abo	Inclus dans abo	inclus dans abo	9	1
Perse mobile										0	0
Autres...										0	0
2) TYPE DE CONTENU											
Flux										0	0
Par titre	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	9	0
Par album	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	Abo illim	9	0
Music video	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial			X	X	X	X	X	X		6	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	Universal only	Universal only	Universal only	Universal only	Universal only	9	1
Indépendants	X	X	X	X						4	-1
Autoproduits	X	X								2	-1
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation										0	0
Personnalisation								X		1	0
Partage										0	0
Copie	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	Limitée	9	0
Hébergement										0	0
Recommandation										0	0
Réseau social										0	0
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	150 000	150 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	> 150 000 titres , > 3000 vidéos	>150 000 titres , > 3000 vidéos	9	2
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	128	128	128	128	128	128	128	128	128	9	0
Format de fichier	WMA	WMA	WMA	WMA	WMA	WMA	WMA	WMA	WMA	9	0
DRM associé	DMR10	DRM10	WM10	WM 10	WM 10	WM 10	WM 10	WM 10	WM 10	9	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	2	1	0	0	0	0	2	-2		3

Portails (5)



Portail Média (1)

NRJ

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Smart Radio										0	0
Playlist	X	X	X	X	X					5	-1
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement	X	X	iTunes	iTunes	iTunes, Fnac.com	iTunes,Fnac.com	iTunes + Fnac.com	iTunes + Fnac.com	iTunes + Fnac.com	9	2
Perso mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...	Jeux	Jeux, info ciné, DVD, TV	Jeux, info ciné, DVD, TV, billetterie	Jeux, info ciné, DVD, TV, billetterie	Jeux, info ciné, DVD, TV, billetterie	CD en VPC	CD en VPC	CD en VPC	CD en VPC	9	3
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre	0,99 €	0,99 € ou pack	iTunes	0,99 € ou pack	0,99 € ou pack			iTunes	iTunes	7	3
Par album								iTunes + Fnac.com	iTunes + Fnac.com	2	1
Music video	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Sonnerie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Image/Logo mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Info concert	X	X	Ticketnet	Ticketnet	Ticketnet	Ticketnet	Ticketnet	Digitick	Digitick	9	2
Retransmission «live»										0	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content			X	X						2	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal TV										2	1
Terminal dédié	X	X						X	X	2	-1
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X (délinéarisation, flux continu)	X		X	X	X	X	X	X	8	1
Personnalisation										0	0
Partage									X	1	1
Copie	Limitée	Limitée								2	-1
Hébergement										0	0
Recommandation			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Réseau social		X	X	X			Divers	Divers	Divers	6	1
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	500 000	500 000	10 Webradios	10 Webradios	16 Webradios	16 Webradios	31 webradios	58 webradios	91 webradios	9	5
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	9	1
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	0
Format de fichier	WMA	WMA	WMA, Flash	WMA, Flash	MP3, Flash	MP3, Flash	MP3, Flash	MP3, Flash	MP3, Flash	9	1
DRM associé	DRM10	DRM10								2	-1
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	4	5	2	0	-1	2	5	2		19

Sites Radios & Streaming (9)

Radios (5)

skyrock.fm
France

Skyrock

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement			X	X	X	X	X			5	0
Perso mobile	X	X	X	X	Buongiorno					5	0
Autres...	Blog, jeux	Blog, jeux, photos	Blog, jeux, photos, CD (fnac)	Blog, jeux, photos, CD (fnac)	Blog, jeux, photos, CD (fnac)	Blog	Blog	Blog, jeux, messagerie aux animateurs	Blog, jeux, messagerie aux animateurs	9	4
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre				Fnac.com	Gratuit	Gratuit	X	X	X	6	3
Par album				Fnac.com	Gratuit					2	1
Music video	X	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	X	X	X	9	2
Sonnerie	X	X	Media piazza	Mediapiazza	Mediapiazza					5	0
Image/Logo mobile	X	X	Media piazza	Mediapiazza	Mediapiazza					5	0
Livres audio										0	0
Lyrics		X				X	X			3	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Retransmission «live»	X	X								2	-1
Éditorial		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X		8	-1
User generated content	X	X	X	X	X					5	-1
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Terminal TV				Free TV	Free TV	Free TV	Free TV			4	0
Terminal dédié	X	X								2	-1
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X	X	X	X	X	X	X			7	-1
Personnalisation	X	X	X	X	X					5	-1
Partage	X	X	X	X	X					5	-1
Copie										0	0
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X			7	-1
Recommandation		X	X	X	X					4	0
Réseau social	X	X	X	X	X					5	-1
Autres...	Chat	Chat	Chat	Blog, chat	Blog, chat					5	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	-	1 flux	1 flux	1 flux	1 flux	1 flux	1 flux	1 flux	1 flux	8	1
Genres musicaux	hip hop	Rap, RNB, Hip hop	Rap, RNB, Hip hop	Rap, RNB, Hip hop	Rap, RNB, Hip hop	Rap, RNB, Hip hop	Rap, RNB, Hip hop	Rap, RNB, Hip hop	Rap, RNB, Hip hop	9	1
Qualité du flux (Kbps)	32 ou 128 (payant)	32 ou 128 (payant)	128	128	128 (flux), 256 (titres)	128 (flux), 256 (titres)	128 (flux), 256 (titres)	128 (flux), 256 (titres)	128 (flux), 256 (titres)	9	2
Format de fichier	AAC ou WMA	WMA	WMA	WMA	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	9	1
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	8	3	4	5	-8	2	-4	-1		9

Sites Radios & Streaming (9)

Radios (5)



Hotmix radio

hotmixradio.fr
France

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement			Kelkoo, iTunes, Fnac.com	Kelkoo, iTunes, Fnac.com	Fnac.com	Beezik	Beezik	Beezik	Beezik	7	3
Perso mobile		X	X	X	Mediaplaza					4	1
Autres...		Boutique vêtements, jeux, photos, dédicace	Boutique vêtements, jeux, photos, dédicace	Boutique vêtements, jeux, photos, dédicace	Boutique vêtements, jeux, photos, dédicace					4	0
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre										0	0
Par album										0	0
Music video	X	X	Jukebo	Jukebo	Alloclips	Alloclips	Alloclips	X	X	9	3
Sonnerie		X	X	X	X					4	0
Image/Logo mobile		X	X	X	X					4	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast								X	X	2	1
Info concert			Soon Night	X	X	X	X	X	X	7	1
Retransmission «live»							X			1	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Indépendants		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autoproduits		X								1	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)		X								1	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal TV				Free TV	Free TV	Free TV	Free TV			4	0
Terminal dédié	X	X								2	-1
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X	X	X	X	X					5	-1
Personnalisation	X									1	-1
Partage										0	0
Copie										0	0
Hébergement										0	0
Recommandation	X	X								2	-1
Réseau social		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autres...		Chat, bookmark	Chat, bookmark	Chat, bookmark	Chat, bookmark					4	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références		6 webradios	6 webradios	10 webradios	10 webradios	12 webradios	12 webradios	13 webradios	16 webradios	8	5
Genres musicaux	Dance	House, Dance, Pop/Rock	House, Dance, Pop/Rock	Tous sauf classique et rap	Tous sauf classique et rap	Tous sauf classique et rap	Tous sauf classique et rap	Rock, dance, hits, frenchy, funky, japan, lounge, hip hop	Rock, dance, hits, frenchy, funky, japan, lounge, hip hop	9	3
Qualité du flux (Kbps)	n/a	64	64	128	128	128	128	128	128	9	2
Format de fichier	Real, WMA, AAC	WMA	WMA, Real, AAC, WMP	WMA	MP3	MP3	MP3	MP3	MP3	9	3
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	12	1	5	4	-4	1	2	1		22

Sites Radios & Streaming (9)

Radios (5)

Orange
LIVERADIO

Liveradio

liveradio.fr
France

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement			Jukebox Orange	Jukebox Orange	iTunes	iTunes	iTunes	Orange Music Store	Deezer	7	4
Perso mobile										0	0
Autres...	Livres audio	Wifi radio-réveil	Wifi radio-réveil	Wifi radio-réveil	Wifi radio-réveil	Wifi radio-réveil	Wifi radio-réveil	Wifi radio-réveil	Wifi radio-réveil	9	1
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre										0	0
Par album										0	0
Music video										0	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio		X	X	X	X	X				5	-1
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast	X	X	Podemus	X	X	X	X	X	X	9	2
Info concert										0	0
Retransmission «live»	X	X								2	-1
Éditorial			X	X	X	X	X	X	X	7	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Indépendants			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Autoproduits			X	X	X	X	X	X	X	7	1
User generated content			X							1	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres		X								1	0
Domaine public		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal TV						X	X	X	X	4	1
Terminal dédié	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X (délinéarisation, flux continu)	X								2	0
Personnalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Partage							X	X	X	3	1
Copie										0	0
Hébergement										0	0
Recommandation									X	1	1
Réseau social										0	0
Autres...	Bookmark	Bookmark		Bookmark	Bookmark	Bookmark	Bookmark			6	-2
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	12 500 stations	12 500 stations	> 4 000 radios, > 4 000 podcasts	7 000 radios, 11 000 podcasts	7 000 radios, 11 000 podcasts	11 000 radios, 11 000 podcasts	11 000 radios, 11 000 podcasts	11 000 radios, 11 000 podcasts	11 000 radios, 11 000 podcasts	9	3
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	9	0
Format de fichier	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	Divers	9	0
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	4	4	1	1	2	0	0	2		14

Sites Radios & Streaming (9)

Radios (5)

NEXUS RADIO

Nexus radio

nexusradio.com

US

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Smart Radio										0	0
Playlist	X							X	X	3	0
Streaming à la dde				X	X	X	X	X	X	6	1
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Perso mobile								X	X	2	1
Autres...			Petites annonces, photos, blog...	Petites annonces, Photos, blog...	Photos, blog, charts, effets	Photos, blog, charts, effets	Photos, blog, charts, effets	Photos, blog, charts, effets	Photos, blog, charts, effets	7	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre					X	X	X	X	X	5	1
Par album					X	X	X	X	X	5	1
Music video	X		YouTube	X	X	X	X	Yahoo (limité selon territoire)	Yahoo (limité selon territoire)	8	2
Sonnerie								X	X	2	1
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert			X	X	X	X				4	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial										0	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Indépendants			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Autoproduits			X	X	X	X	X	X	X	7	1
User generated content			X							1	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres		X								1	0
Domaine public		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal PC (Interface web)			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportation			X	X	X	X				4	0
Personnalisation	X	X	X	X	X	X				6	-1
Partage				X	X	X				3	0
Copie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Hébergement										0	0
Recommandation										0	0
Réseau social		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autres...				Chat	Chat	Chat	Chat	Chat	Chat	6	1
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	6 000 stations	7 000 stations	> 8 000 webradios	> 10 000 webradios 15 M titres	11 800 webradios 15 M titres	11 800 webradios 15 M titres	11 800 webradios 15 M titres	11 800 webradios 15 M titres	11 800 webradios 15 M titres	9	4
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	38	38	38	38	9	1
Qualité du flux (Kbps)	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	9	0
Format de fichier	Tous	Tous	Tous	Tous	AAC, MP4, MP3, MP2, MP1, OGG, WAV & WMA	AAC, MP4, MP3, MP2, MP1, OGG, WAV & WMA	AAC, MP4, MP3, MP2, MP1, OGG, WAV & WMA	AAC, MP4, MP3, MP2, MP1, OGG, WAV & WMA	AAC, MP4, MP3, MP2, MP1, OGG, WAV & WMA	9	1
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	2	9	4	5	1	-4	4	0		21

Sites Radios & Streaming (9)

Radios (5)

Awdio

Awdio

awdio.com
France

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Smart Radio										0	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde					mix	mixes en live	mixes en live	mixes en live	mixes en live	5	2
Téléchargement										0	0
Perso mobile										0	0
Autres...	Webcasting	Casting, blog, photos	Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	9	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	8 € / mois	Gratuit	X	X	X	X	X	X	9	3
Par titre										0	0
Par album										0	0
Music video							X			1	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast					mixes	mixes	mixes	mixes	mixes	5	1
Info concert		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Retransmission «live»	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Éditorial		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content							X	X	X	3	1
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres		X								1	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile										0	0
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation					X			X	X	3	0
Personnalisation					X	X	X	X	X	5	1
Partage		X								1	0
Copie								X	X	2	1
Hébergement							X	X	X	3	1
Recommandation								X	X	2	1
Réseau social							Divers	Divers	Divers	3	1
Autres...							Outils de broadcasting	outils de broadcasting	outils de broadcasting	3	1
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	n/a	200 clubs	> 100 clubs live + concerts	> 100 clubs live + concerts	> 150 clubs live + concerts	> 150 clubs live + concerts	> 150 clubs live + concerts	> 5 000 live /mois	> 5 000 live /mois	9	4
Genres musicaux	Dance	Dance, techno, électro	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	9	2
Qualité du flux (Kbps)	n/a	192	192	192	192	192	192	192	192	9	1
Format de fichier	n/a	n/a	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	9	1
DRM associé	n/a									1	-1
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	8	4	1	5	0	5	2	0		25

Sites Radios & Streaming (9)

Streaming (4)

lost.fm

Last FM

lastfm.fr
UK

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio	X	X	X	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	9	1
Playlist	X	X								2	-1
Streaming à la dde	X	X	X	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	3€ / mois	9	1
Téléchargement	X		iTunes, 7digital	iTunes, 7digital, AmazonMP3	iTunes, 7digital, AmazonMP3	iTunes, 7digital, AmazonMP3	iTunes, 7digital, AmazonMP3	iTunes, 7digital, AmazonMP3	iTunes, 7digital, AmazonMP3	8	1
Perso mobile										1	1
Autres...		Photos, blog	Photos, blog	Photos, blog	Photos, blog	Photos, blog	Photos, blog, charts	Photos, blog, charts	Photos, blog, charts	8	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Par titre	X	Gratuit								2	0
Par album	9,99 €	9,99 €								2	-1
Music video	X	X	Gratuit	X	X	X	X	X	X	9	2
Sonnerie										1	1
Image/Logo mobile										1	1
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproducts	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres		X								1	0
Domaine public		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal TV										0	0
Terminal dédié	X	X					Xbox 360	Xbox 360	Xbox 360	5	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Personnalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie										0	0
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...							Scrobbling	Scrobbling	Scrobbling	3	1
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	0
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	128	128	128	128	128	128	128	128	128	9	0
Format de fichier	Flash	Flash	Flash, MP3	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	9	1
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	4	-1	4	0	0	3	0	3		13

Sites Radios & Streaming (9)

Streaming (4)

PANDORA

Pandora

pandora.com
US

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Playlist										0	0
Streaming à la dde										0	0
Téléchargement			AmazonMP3, iTunes	AmazonMP3, iTunes	AmazonMP3, iTunes	AmazonMP3, iTunes	AmazonMP3, iTunes	AmazonMP3, iTunes	AmazonMP3, iTunes	8	1
Perso mobile		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autres...		Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	Blog, music genome project	Blog, music genome project	Blog, music genome project	8	2
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre		Gratuit								1	0
Par album										0	0
Music video			Gratuit	X	X	X	X	X	X	7	2
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics								X	X	2	1
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Editorial					X	X	X	X	X	5	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autoproducts										0	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)								X	X	2	1
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Terminal TV										0	0
Terminal dédié		X								1	-1
6) FONCTIONNALITES											
Déportation			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Personnalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie										0	0
Hébergement										0	0
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Autres...		Bookmark	Bookmark	Bookmark	Bookmark	Bookmark	Terminal automobile	Terminal automobile	Terminal automobile	8	2
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	> 800 000 titres	> 800 000 titres	9	1
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	128	128	128	128	128	192	192	9	1
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	9	0
DRM associé										0	0
Accès depuis la France		non	US seulement	US seulement	US seulement	US seulement	US seulement	US seulement	US seulement	8	1
Δ*	-	7	2	1	1	0	2	4	0		17

Sites Radios & Streaming (9)

Streaming (4)

finetune

Finetune

finetune.com
US

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio				X	X	X	X	X	X	6	1
Smart Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Playlist	X	X						X	X	4	0
Streaming à la dde	X	X						X	X	2	-1
Téléchargement			iTunes	iTunes, AmazonMP3	iTunes, AmazonMP3	iTunes	iTunes	iTunes	iTunes	7	2
Perso mobile			Dada.net	Thumbplay	Dada	Dada	Dada			5	2
Autres...						CD en VPC (Amazon)	CD en VPC (Amazon)	CD en VPC (Amazon)	CD en VPC (Amazon)	4	1
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre	X	Gratuit								2	0
Par album	X	Gratuit								2	0
Music video										0	0
Sonnerie			X	X	X	X	X			5	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial								X	X	2	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X								2	-1
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres		X								1	0
Domaine public		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)	X	X								2	-1
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	XZ	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal TV								X		2	0
Terminal dédié	X									1	-1
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X	X								2	-1
Personnalisation	X	X	X							3	-1
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie										0	0
Hébergement	X	X								2	-1
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social	X	X					Divers	Divers	Divers	5	0
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	2 M	2 M	2 M	2 M	2 M	2 M	2 M	2 M	2M	9	0
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	Variable	variable	Variable	Variable	Variable	Variable	variable	9	1
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	9	0
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	3	-5	2	1	1	1	1	-1		3

Sites Radios & Streaming (9)											
Streaming (4)											
Deezer											
deezer.com											
France											
	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio				X	X	X	X	X	X	6	1
Smart Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Playlist	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Streaming à la dde	X	X	X	X	X	X	Gratuit Premium (4,99€/m) Premium+ (9,99€/m)	Gratuit limité 5h/m Premium (4,99€/m) Premium+ (9,99€/m) Mix'N'Move (5€/m ou 10€/3m)	Gratuit limité 5h/m Premium+ (9,99€/m)	9	3
Téléchargement			iTunes, Amazon	iTunes	iTunes	iTunes	iTunes, Amazon MP3, Starzik	iTunes, Amazon MP3, Starzik	Orange Store	7	4
Perso mobile										0	0
Autres...		Photos	Blog, blindtests	Blog, Photos, blindtests...	Blog, Photos, blindtests, Forum	Blog, Photos, Forum	Blog, Photos, Forum	Blog, Photos, Forum, T-Shirts, CD Accessoires, Deezer de talents	Shop, CD, T-Shirts, Accessoires, Deezer de talents	8	7
2) TYPE DE CONTENU											
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Par titre	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	X	X	X	X	X	9	2
Par album	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	X	X	X	X	X	9	2
Music video			YouTube		Alloclips.com	X		X	X	6	2
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert		X	X				Jeux concours	Jeux concours	Jeux concours, Avant-Première	5	2
Retransmission «live»							Deezer OffLine	Deezer OffLine	Deezer Offline	3	1
Éditorial		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	Zimbalam	Zimbalam, Awal, CD Baby, Records Union, Emubands...	Zimbalam, Awal, CD Baby, Records Union, Emubands...	9	2
User generated content			X							1	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres		X								1	0
Domaine public		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)						Deezer Desktop	Deezer Desktop	Deezer Desktop	Deezer Desktop	4	1
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal TV					X	X	X	X	X	5	1
Terminal dédié					X	X	mode voiture, chaîne HiFi	mode voiture, chaîne HiFi	mode voiture, chaîne HiFi	5	2
6) FONCTIONNALITES											
Déportabilisation		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Personnalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie										0	0
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...							synch offline, Cloud	synch offline, Cloud, Deezer Mix table mixage	Synch offline, Synch SoundCloud, solutions pro SoundDeezer	3	3
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	1 M	2,5 M	3,7 M	4,5 M	4,5 M de titres, 12 Millions de playlists, 35 webradios, la SmartRadio	7 M de titres, 52 webradios, SmartRadio par artiste	7 M de titres, 52 webradios, SmartRadio par artiste	13 M de titres, SmartRadio par genre ou par artiste	15 M de titres, SmartRadio par genre ou par artiste	9	7
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	128	128	128	128	128	320	320	320	320	9	1
Format de fichier	Flash	Flash	Flash, MP3	Flash	Flash	Flash, HQ	Flash, HQ	Flash, HQ	Flash, HQ	9	2
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
4°	-	9	6	1	7	6	7	5	6		47

Sites communautaires (3)



YouTube

youtube.com
US

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio										0	0
Smart Radio										0	0
Playlist	X	X	X	X	X	vidéo	vidéo	vidéo	vidéo	9	1
Streaming à la dde	X	X	X	X	X	vidéo	vidéo	vidéo	vidéo	9	1
Téléchargement	X									1	-1
Perso mobile										0	0
Autres...			Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	Blog	7	1
2) TYPE DE CONTENU											
Flux						X	X	X	X	4	1
Par titre										0	0
Par album										0	0
Music video	X	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	9	1
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics										0	0
Partition										0	0
Podcast	X									1	-1
Info concert										0	0
Retransmission «live»										0	0
Éditorial										0	0
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres		X						X	X	3	1
Domaine public		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Terminal TV			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Personnalisation		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie										0	0
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...			Sous-titres	Sous-titres	Sous-titres	Sous-titres	Sous-titres	Sous-titres	Sous-titres	7	1
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	> 8M	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	9	1
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (Kbps)	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	9	0
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	9	0
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	4	3	0	0	3	0	1	0		11

Sites communautaires (3)

my_____

MySpace

myspace.com
US

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio									X	1	1
Smart Radio										0	0
Playlist			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Streaming à la dde	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X		8	-1
Perso mobile										0	0
Autres...		Photos	Blog	Blog, Mail	blog, Communauté de membres par thématiques, photos, vidéo, répertoires artistes, jeux, applications, forums, messagerie	Communauté de membres par thématiques, musique, vidéo, photos, célébrités, émissions de TV, films, jeux, événements, messagerie	Communauté de membres par thématiques, musique, vidéo, photos, célébrités, émissions de TV, films, jeux, événements, messagerie	Communauté de membres par thématiques, musique, vidéo, photos, célébrités, émissions de TV, films, jeux, événements, messagerie	Communauté de membres par thématiques, musique, vidéo, photos, célébrités, émissions de TV, films, jeux, événements, messagerie	8	5
2) TYPE DE CONTENU											
Flux									X	1	1
Par titre	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	9	1
Par album										0	0
Music video	X	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	9	1
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics	X	X	X	X	X	X	X	X		8	-1
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Retransmission «live»										0	0
Éditorial		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X	X	X	8	0
Licences libres										0	0
Domaine public			X	X	X	X	X	X	X	7	1
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile			X	X	X	X	X	X	X	7	1
Terminal TV										0	0
Terminal dédié										0	0
6) FONCTIONNALITES											
Déportation					X	X	X	X	X	5	1
Personnalisation								X	X	2	1
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie										0	0
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	42 M titres	9	1
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (kbps)	variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	9	0
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	9	0
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	4	5	1	2	1	0	1	1		15

Sites communautaires (3)



Jamendo

jamendo.com
US

	Au 2 ^{ème} semestre 2007	Au 1 ^{er} semestre 2008	Au 2 ^{ème} semestre 2008	Au 1 ^{er} semestre 2009	Au 2 ^{ème} semestre 2009	Au 1 ^{er} semestre 2010	Au 2 ^{ème} semestre 2010	Au 1 ^{er} semestre 2011	Au 2 ^{ème} semestre 2011	Présence	Variation
1) TYPE D'OFFRE											
Radio				X	X	X	X	X	X	6	1
Smart Radio										0	0
Playlist		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Streaming à la dde	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Perso mobile										0	0
Autres...				Blog	blog, Forum, widget, service pro de sonorisation d'établissements ou de projets multimédia	Forum, blog, widget, service pro de sonorisation d'établissements ou de projets multimédia	Forum, blog, widget, service pro de sonorisation d'établissements ou de projets multimédia	Forum, blog, widget, service pro de sonorisation d'établissements ou de projets multimédia	Forum, Jamblog, widget, service pro de sonorisation d'établissements ou de projets multimédia, Outils diffusion stat artistes	6	3
2) TYPE DE CONTENU											
Flux					X	X	X	X	X	5	1
Par titre			Gratuit	Gratuit	Gratuit, dons	Gratuit, dons	Gratuit, dons, programme rémunéré	Gratuit, dons, programme rémunéré	Gratuit, dons, programme rémunéré	7	3
Par album	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit, dons	Gratuit, dons, à partir de 5€, programme rémunéré	Gratuit, dons, à partir de 5€, programme rémunéré	Gratuit, dons, à partir de 5€, programme rémunéré	Gratuit, dons, à partir de 5€, programme rémunéré	9	4
Music video			Gratuit							1	0
Sonnerie										0	0
Image/Logo mobile										0	0
Livres audio										0	0
Lyrics						X	X	X	X	4	1
Partition										0	0
Podcast										0	0
Info concert					X	X	X	X	X	5	1
Retransmission «live»										0	0
Éditorial				X	X	X	X	X	X	6	1
3) TYPE DE REPERTOIRE											
Majors										0	0
Indépendants										0	0
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
User generated content										0	0
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES											
Œuvres protégées ©										0	0
Licences libres	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Domaine public										0	0
5) ACCES											
Terminal PC (Appli locale)										0	0
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Terminal Mobile								X	X	2	1
Terminal TV										0	0
Terminal dédié							professionnels : JamDisk, JamBox	professionnels : JamDisk, JamBox	Solutions pro JamFlow, JamDisk, JamBox	3	1
6) FONCTIONNALITES											
Déportalisation	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Personnalisation		X	X	X	X	X	X	X	X	8	1
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Copie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Recommandation		X	Artistes	Artistes	Artistes	Artistes	Artistes	Artistes	Artistes	8	2
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Autres...										0	0
7) QUALITE DE L'OFFRE											
Nombre de références	50 000	150000	> 170 000	25 000 albums	31 000 albums	38 500 albums	3 900 artistes - 21 radios 87 000 titres	4 314 artistes - 7 radios 102 237 titres 52 026 albums	7 radios - 341784 titres 54 659 albums	9	8
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	9	0
Qualité du flux (kbps)	200 (MP3), 300 (OGG)	192	192	192	192	192	192	192	192	9	1
Format de fichier	MP3, OGG	MP3, OGG	MP3, OGG	MP3, OGG	MP3, OGG	MP3, OGG, WAW	MP3, OGG, WAW, FLAC, AIFF	MP3, OGG, WAW, FLAC, AIFF	MP3, OGG, WAW, FLAC, AIFF	9	2
DRM associé										0	0
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	9	0
Δ°	-	6	4	3	6	4	5	2	2		32

Synthèse des variations par catégories de sites

	Boutiques en ligne 10				Portails 5		Radio & streaming 9				Sites Communautaires 3		TOTAL 27 sites	
	Généralistes 7		Spécialisées 3		Portails 5		Radios 5		Streaming 4		Sites Communautaires 3		total %	Δ°
	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°		
1) TYPE D'OFFRE		41		9		33		22		29		13		147
Radio	26	2	1	0	28	4	43	1	12	2	7	2	48%	11
Smart Radio	10	2	0	0	16	1	0	0	36	1	0	0	26%	4
Playlist	43	1	0	0	20	4	3	0	15	-1	24	3	43%	7
Streaming à la dde	30	6	11	2	6	3	11	3	20	3	27	1	43%	18
Téléchargement	63	11	26	0	43	8	28	7	30	8	18	-2	86%	32
Perso mobile	29	1	0	0	27	1	11	2	14	4	0	0	33%	8
Autres...	53	18	18	7	31	12	38	9	28	12	21	9	78%	67
2) TYPE DE CONTENU		48		18		32		24		18		16		156
Flux	24	2	4	1	30	-1	45	3	35	0	10	3	61%	8
Par titre	54	10	16	6	36	12	11	4	14	2	16	4	60%	38
Par album	48	10	17	3	32	10	7	2	13	1	9	4	52%	30
Music video	51	10	4	1	42	0	27	7	22	6	19	2	68%	26
Sonnerie	27	3	0	0	27	1	11	1	6	1	0	0	29%	6
Image/Logo mobile	27	3	0	0	27	2	9	0	1	1	0	0	26%	6
Livres audio	31	1	3	1	5	0	5	-1	0	0	0	0	18%	1
Lyrics	6	1	7	1	1	1	3	0	2	1	12	0	13%	4
Partition	7	3	9	2	0	0	0	0	0	0	0	0	7%	5
Podcast	14	-2	0	0	19	2	16	4	0	0	1	-1	21%	3
Info concert	28	2	8	1	28	3	27	3	14	2	13	2	49%	13
Retransmission «live»	3	0	5	2	12	2	14	-2	3	1	0	0	15%	3
Éditorial	54	5	27	0	42	0	32	3	24	3	14	2	79%	13
3) TYPE DE REPERTOIRE		4		-4		0		7		3		0		10
Majors	60	1	27	0	45	1	40	3	36	0	18	0	93%	5
Indépendants	62	1	23	-1	39	0	40	3	35	1	18	0	89%	4
Autoproduits	60	1	13	-3	29	-1	32	1	20	1	27	0	74%	-1
User generated content	3	1	0	0	2	0	10	0	9	1	18	0	17%	2
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES		3		3		1		2		3		3		15
Œuvres protégées ©	56	1	24	0	40	0	40	0	32	0	16	0	86%	1
Licences libres	0	0	0	0	0	0	3	0	3	0	12	1	7%	1
Domaine public	9	2	15	3	1	1	16	2	24	3	15	2	33%	13
5) ACCES		7		-1		1		2		6		5		20
Terminal PC (Appli locale)	48	3	1	-1	19	0	19	0	17	1	0	0	43%	3
Terminal PC (Interface web)	54	0	27	0	45	0	43	1	36	0	27	0	95%	1
Terminal Mobile	39	5	0	0	27	0	24	2	29	4	17	3	56%	14
Terminal TV	22	-1	0	0	23	2	12	1	7	1	7	1	29%	4
Terminal dédié	21	0	0	0	20	-1	13	-2	12	0	3	1	28%	-2
6) FONCTIONNALITES		20		2		13		0		6		8		49
Déportalisation	36	2	4	0	11	2	21	-2	26	1	22	2	49%	5
Personnalisation	20	-1	0	0	19	0	26	-2	30	-1	18	3	47%	-1
Partage	44	3	3	0	15	2	12	0	36	0	27	0	56%	5
Copie	63	5	26	1	29	1	11	1	0	0	9	0	57%	8
Hébergement	12	1	0	0	8	1	10	0	20	-1	27	0	32%	1
Recommandation	51	1	12	2	17	3	9	1	36	0	26	2	62%	9
Réseau social	35	4	7	-1	21	4	24	2	31	1	27	0	60%	10
Autres...	32	5	0	0	0	0	24	0	14	6	7	1	32%	12
7) QUALITE DE L'OFFRE		55		9		25		34		15		13		151
Nombre de références	63	33	27	3	45	15	43	17	36	8	27	10	99%	86
Genres musicaux	63	1	27	0	45	1	45	7	36	0	27	0	100%	9
Qualité du flux (Kbps)	63	3	18	1	45	3	45	5	36	3	27	1	96%	16
Format de fichier	63	6	27	2	45	5	45	6	36	3	27	2	100%	24
DRM associé	53	12	23	3	29	1	1	-1	0	0	0	0	44%	15
Accès depuis la France	62	0	27	0	45	0	45	0	35	1	27	0	99%	1
TOTAL VARIATIONS		178		36		105		91		80		58		548

Synthèse de la saisonnalité des variations par sites

	Service	S2 2007	S1 2008	S2 2008	S1 2009	S2 2009	S1 2010	S2 2010	S1 2011	S2 2011	Total Δ°
		-	26	43	20	19	26	22	13	9	178
1	iTunes	-	6	9	5	0	1	7	4	2	34
2	Rhapsody	-	9	5	4	2	4	2	2	1	29
3	Emusic	-	2	4	2	2	4	0	3	2	19
4	Virginmega	-	0	6	0	4	0	6	1	0	17
5	Fnac	-	1	7	0	9	5	0	0	3	25
6	Musicme	-	5	10	8	3	8	7	1	0	42
7	Cellfish	-	3	2	1	-1	4	0	2	1	12
		-	7	3	5	16	9	1	0	-5	36
8	MusiClassics	-	4	0	4	6	3	0	0	-5	12
9	Deutsche Grammophon	-	5	1	1	7	5	1	-1	0	19
10	Musique en ligne	-	-2	2	0	3	1	0	1	0	5
		-	22	13	14	9	2	15	17	13	105
11	Yahoo music	-	5	-4	0	2	1	3	1	-1	7
12	Orange	-	6	4	8	3	-2	6	5	8	38
13	SFR	-	5	7	4	4	4	4	4	6	38
14	Neuf music	-	2	1	0	0	0	0	2	-2	3
15	NRJ	-	4	5	2	0	-1	2	5	2	19
		-	34	21	15	20	-9	4	4	2	91
16	Skyrock	-	8	3	4	5	-8	2	-4	-1	9
17	Hotmix radio	-	12	1	5	4	-4	1	2	1	22
18	Liveradio	-	4	4	1	1	2	0	0	2	14
19	Nexus radio	-	2	9	4	5	1	-4	4	0	21
20	Awdio	-	8	4	1	5	0	5	2	0	25
		-	23	2	8	9	7	13	10	8	80
21	Last FM	-	4	-1	4	0	0	3	0	3	13
22	Pandora	-	7	2	1	1	0	2	4	0	17
23	Finetune	-	3	-5	2	1	1	1	1	-1	3
24	Deezer	-	9	6	1	7	6	7	5	6	47
		-	14	12	4	8	8	5	4	3	58
25	YouTube	-	4	3	0	0	3	0	1	0	11
26	MySpace	-	4	5	1	2	1	0	1	1	15
27	Jamendo	-	6	4	3	6	4	5	2	2	32
	Total Δ°	-	126	94	66	81	43	60	48	30	548

4.2. Evolution des indicateurs

L'analyse de l'évolution des indicateurs permet de fixer des ordres de grandeur s'agissant de l'amplitude maximum des variations et du solde des variations qui somme le nombre de suppressions et le nombre d'ajouts ou de modifications d'indicateurs. Si cette analyse permet d'apprécier le dynamisme des sites, elle masque l'amplitude de ces mouvements en valeur absolue.

	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Suppressions	0	-64	-21	-35	-38	-158
Ajouts/modifs	0	284	168	138	116	706
Variations	0	220	147	103	78	548
Amplitude max	0	348	189	173	154	864

4.3. Amplitude maximale par indicateurs

L'amplitude maximale de 864 qui somme les suppressions et les ajouts/modifications s'est réduite en 5 ans : elle est de 348 en 2008 et 154 en 2011. La décroissance de cette amplitude confirme qu'une lente stabilisation de l'offre se met en place. Il en est de même pour les autres variables concernant les suppressions, les ajouts/modifications.

Cette amplitude permet notamment de révéler les sites qui ont opérés les changements les plus profonds de leur offre.

Deezer est le site qui a le plus évolué avec une amplitude de 55. Orange arrive en seconde position avec 50 indicateurs supprimés ou ajoutés/modifiés. Avec une amplitude de 48, on compte SFR, mais également Hotmix radio et MusicMe. Skyrock est à 47 d'amplitude maximale.

À l'inverse, Musique en Ligne et Neuf Music ont conservé peu ou prou la même offre de services sur les 5 années de l'étude (amplitude de 11).

C'est l'indicateur qui concerne **le volume de références** qui a totalisé une amplitude maximale de 86 ce qui traduit la montée en puissance de l'offre légale puisqu'à chaque semestre étaient consignés de nouveaux volumes de références proposés par les sites.

Peut-on encore parler de l'insuffisance de l'offre légale quand les internautes peuvent surfer sur 20 millions de titres ? L'Observatoire de la musique s'est attaché à démontrer tout au long de la période que ce n'était pas le volume de l'offre légale en lui-même qui posait problème mais plutôt le manque de marketing de cette offre et des formes de segmentations qui correspondaient à la segmentation des publics.

D'une certaine façon, la communication sur une telle volumétrie de l'offre devient non pertinente. En quoi, l'offre de musique numérique échapperait-elle aux canons basiques de toute forme opérationnelle de commercialisation ?

La musique est plurielle, à la fois populaire relevant de genres musicaux, en vogue, plutôt *mainstream* et « savante » et singulière par l'originalité de ses créateurs et de ses interprètes. Or la diffusion numérique relève d'une forme **d'hyper concentration de l'offre mise en avant** pour maximiser les ventes dans des délais excessivement courts face à des modes d'accès offerts par des opérateurs comme YouTube ou face tout simplement à la piraterie qui aiguillonne cette spirale infernale à la rapidité des conditions d'accès.

La diffusion numérique de la musique n'a rien changé aux méfaits d'une forme d'industrialisation de la production musicale qui s'est satisfaite d'une course aux scores réalisés par la concentration de l'offre dans les médias.

En l'état de la faiblesse des revenus du marché numérique, les grands producteurs privilégient le court terme, la mise en place de montants garantis et ne segmentent pas assez l'accès aux catalogues sachant que le fractionnement par thématiques ou genres précis ne devrait pas se contractualiser au même prix que l'exhaustivité.

Une relative élasticité des prix devrait permettre une multiplication de positionnements d'éditeurs en ligne sinon il n'y a pas de pérennité pour les sites spécialisés.

Les conditions d'un consentement à payer existent et peuvent définir un modèle économique parallèlement à l'accès gratuit. Découvre-t-on cette réalité alors que cette dualité d'offre est présente depuis des décennies ? La radio n'a pas empêché les ventes de supports. Le spectacle vivant présente aussi ces caractéristiques et les financements pluriels, permettent aussi l'accès à des concerts gratuits.

Si le marketing consiste à privilégier l'exhaustivité d'une offre garantie au public, la diffusion numérique de la musique devra sans cesse conjuguer (au bénéfice de quelle diversité ?) les aspects quantitatifs et qualitatifs à l'encontre de la spécificité de la création musicale.

Le deuxième bloc d'indicateurs qui a été le plus activé par les sites (ajout, modification ou suppression) concerne les autres services dans la catégorie Type d'Offres à savoir la radio, la **Smartradio**, la playlist, le **Streaming** à la demande, le téléchargement la perso mobile et autres... Le développement de ces services marquent à la fois une certaine forme d'adaptation aux usages et donc à la demande et une diversification vers des produits du merchandising.

Si l'on constate, par exemple, une amplitude de 48 pour le développement du téléchargement de titres, de 40 pour celui d'albums, de 36 pour la vidéomusique,

il faut noter l'amplitude qui marque l'attractivité des produits non strictement musicaux sonores avec une catégorie « autres » de 71, qui propose des vêtements, des affiches, des partitions, de la sonorisation pour DJ, de la billetterie etc.

Ces ventes activées souvent grâce au développement des réseaux sociaux et des clubs de fans sont autant de ressources complémentaires indispensables.

La fonctionnalité de **Déportalisation** a également été la plus sollicitée avec 25 d'amplitude maximum.

La décroissance des variations depuis le pic de 2008 correspond à une **profonde et intense modification et stabilisation de l'offre** des sites de l'échantillon. Cette amplitude maximale n'est que de 154 fin 2011.

Les sites ne corrigent plus qu'à la marge leur offre, avec peu de suppressions (-14) et quelques ajouts/modifications (+30).

Il apparaît tout aussi significatif de procéder à une analyse des 158 suppressions de services en apportant des précisions sur les sites, les indicateurs et les périodes les plus impactées (cf. 4.5).

4.4. Analyse des variations de services

4.4.1. par catégories de sites

Services par thématique	S2 2007	S1 2008	S2 2008	S1 2009	S2 2009	S1 2010	S2 2010	S1 2011	S2 2011	Total Δ°
Généralistes	0	26	43	20	19	26	22	13	9	178
Portails	0	22	13	14	9	2	15	17	13	105
Radios	0	34	21	15	20	-9	4	4	2	91
Streaming	0	23	2	8	9	7	13	10	8	80
Communautaires	0	14	12	4	8	8	5	4	3	58
Spécialisées	0	7	3	5	16	9	1	0	-5	36
Total Δ°	0	126	94	66	81	43	60	48	30	548

Sur la période observée, le dynamisme des sites, en termes d'évolution de leurs services est en nette décélération depuis 5 ans : les 27 sites ont accru leurs offres de services de +126 au 1^{er} semestre 2008 contre +30 au 2^{ème} semestre 2011. Deux rebonds sont néanmoins perceptibles, au 2^{ème} semestre 2009 (+81) et plus modeste au 2^{ème} semestre 2010 (+60).

Les principales boutiques généralistes ont mieux maintenu le niveau de leurs nouvelles propositions : au cours des 5 années, elles affichent une augmentation moyenne de +25, alors que les autres catégories de sites ne dépassent guère la barre des +20 : les boutiques spécialisées affichent un dynamisme moyen de +12, les portails sont à +21, les sites de **Streaming** à +20, les sites communautaires à +19 et les radios en ligne à +18.

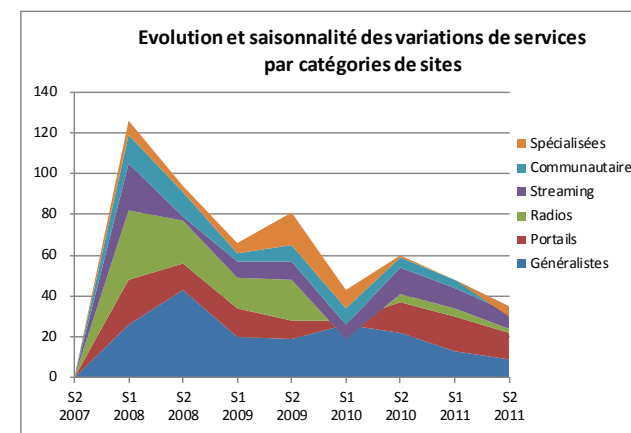
Si cette tendance est à la baisse sur les 5 années, on note que le premier rebond du deuxième semestre 2009 profite essentiellement aux radios comme Skyrock (+5) qui propose une offre de téléchargement à l'acte et à l'album au format **MP3** encodé 256 kbit/s, ce que propose également Nexus Radio (+5) avec un enrichissement de son offre de **Webradios**. Enfin, Awdio (+5) introduit son service de **Streaming** à la demande, le podcast, la **Déportalisation** et la personnalisation.

Quelques boutiques spécialisées concourent également à ce rebond du second semestre 2009, telles Deutsche Grammophon (+7) qui introduit une notion de prix selon la durée et/ou le format des œuvres disponibles en téléchargement, lance son offre de retransmission live avec iTunes et permet par son ePlayer les fonctionnalités de **Déportalisation** et de partage.

MusiClassics (+6) multiplie les offres tarifaires pour son service de **Streaming**, développe son partenariat et l'éditorialisation avec Opéra-ci Opéra-là, tout en abandonnant les **DRM**.

Le second rebond, survient au second semestre 2010 et concerne plutôt quelques sites de **Streaming** et des portails : pour le **Streaming**, Deezer (+7) introduit ses formules d'abonnement premium, élargit l'offre de téléchargement aux plateformes Starzik et Amazon**MP3** lance l'info concert par des jeux concours et la retransmission live avec Deezer Offline.

Côté portails, Orange est le plus dynamique sur le semestre (+6) qui correspond à l'entrée de l'opérateur au capital de Deezer : à la liveradio d'Orange, sont associées les **Webradios** de Deezer, les playlists et le **Streaming** à la demande en co-branding avec Deezer.



4.4.2. par sites

iTunes

Depuis 5 ans, la plus célèbre des plateformes de musique en ligne étend ses activités de façon très cohérente, selon un plan de développement précis puisque le site conjugue avec succès des développements techniques, matériels, logiciels avec son service en ligne.

Ainsi, l'articulation du contenu autour des **DRM**, l'arrivée du podcast qu'il invente, les jeux, les movies, l'app store, le **Cloud** etc. sont autant de propositions pour l'utilisateur qui combinent à la fois :

- le terminal (ordinateur, iPod, iPad, AppleTV),
- les systèmes d'exploitation (iOS, OS X) et son service (iTunes).

Présent sur l'ensemble de l'offre de musique en ligne - de la radio, à la playlist en passant par le téléchargement - seul le **Streaming** à la demande est toujours absent de son offre.

Du point de vue des contenus, il couvre également presque toute la grille d'analyse (à part l'info concert et la retransmission live), assouplissant le premier dès le second semestre 2008, les tarifs du téléchargement à la demande qu'il avait imposés au marché.

Tous les types de répertoires sont proposés, y compris des contenus universitaires en **UGC**. Par contre, les licences libres de type **Creative Commons** ne font pas partie de cet univers marchand.

L'imbrication entre le service et les terminaux est telle, qu'iTunes fait l'économie d'une interface web classique, révolutionnant ainsi le réseau par la création d'un écosystème fermé. Ce concept fera des émules (Facebook) ce qui ne manquera pas de questionner le public (et le législateur) sur la mainmise de la marque sur le numérique, avec comme possibles prochaines

étapes la création d'une banque ou celle d'un opérateur téléphonique...

L'ensemble des fonctionnalités de la grille d'analyse est également offert à l'utilisateur, à part la personnalisation et l'**Hébergement** de contenu (jusqu'à l'arrivée du **Cloud** au second semestre 2011).

Ayant participé à la mise en place des **DRM**, il ne les abandonne qu'au premier semestre 2010, soit plus d'un an et demi après l'ouverture d'Amazon**MP3** première plateforme sans **DRM**. Lancé tardivement (début 2009), son réseau social Ping ne peut rivaliser avec celui mis en place par Facebook.

Quant à l'exhaustivité de l'offre, iTunes reste en tête avec plus de 20 millions de références (soit 5 fois plus qu'en 2007).

iTunes en abandonnant les **DRM** ouvre ses terminaux au format **MP3** même si son offre de musique reste proposée au format **AAC** à 256 **Kbps**. L'arrivée d'une meilleure qualité d'encodage avec des formats sans perte devrait encore rendre la plateforme plus attractive encore.

En cumulant +34 variations d'indicateurs sur 5 ans, en évolution constante sur la période, iTunes reste un leader dans l'innovation et le dynamisme de l'offre de musique en ligne.

Rhapsody

Ce qui frappe l'internaute qui a la chance de visiter ce site, qui n'est toujours pas accessible depuis la France, c'est le classicisme de son offre.

Lancé voilà plus de 10 ans (décembre 2001) soit deux ans avant iTunes (avril 2003), Rhapsody n'est jamais parvenu à prendre le leadership de son concurrent. Racheté en 2003 par l'éditeur de logiciel RealNetworks, il est devenu la vitrine des produits de la marque jusqu'en 2010 où la boutique reprend son indépendance.

A l'automne 2011, il rachète Napster pour consolider sa position.

Présent sur tous les types d'offres (à part la perso mobile), Rhapsody diffère d'iTunes par ses formules d'abonnement illimités de **Streaming** à la demande et de téléchargement (jusqu'au premier semestre 2010).

Se sentant plus engagé dans ce type de formule, il semble que l'utilisateur ait préféré des offres d'écoute et de téléchargement à l'acte.

La politique de prix est calquée sur celle de son concurrent. Seules les vidéos offertes gratuitement jusqu'à fin 2009 ont été remplacées par un simple lien sur les plateformes YouTube et Vevo, du fait de leurs coûts de licence élevés auprès des Majors.

La plateforme a également proposé les **Lyrics** au second semestre 2008 avant de les abandonner un an plus tard. L'encyclopédie en ligne AllmusicGuide sous-traite pour elle son éditorial depuis le premier semestre 2010.

En termes de répertoires, les catalogues des Majors, des indépendants et autoproduits sont présents, sous licence copyright classique. Tous les types d'accès sont proposés : application PC locale, web, application mobile (depuis le second semestre 2009), TV et terminal dédié. L'ensemble des fonctionnalités est également proposé, la copie sans **DRM** ayant été libérée au premier semestre 2009.

On note l'absence de réseau social, malgré l'importance du phénomène au niveau mondial.

Avec 14 millions de titres présents au format « maison » Real et **MP3** Rhapsody reste en tête de l'offre de musique en ligne mais exclusivement cantonné sur son marché domestique (US), n'ayant visiblement pas encore trouvé un modèle de rentabilité à l'export.

Depuis le relookage du site au premier semestre 2010, la plateforme n'opère que peu de changements (+3 variations d'indicateurs en 2011), totalisant cependant sur les 5 années un dynamisme supérieur à la moyenne des 27 sites de l'échantillon avec +29 variations (vs +20).

Emusic

Boutique en ligne généraliste, pionnière de la musique en ligne (1998), conçue au départ comme étant la boutique des labels indépendants, Emusic semble survivre aux freins et aux révolutions technologiques auxquels elle ne participe qu'à la marge : **DRM**, pas de vente en téléchargement à l'acte, absence d'offre de **Streaming**, pas de réseau social.

En termes d'offre, Emusic est exclusivement positionnée sur le téléchargement au forfait et l'écoute de playlists, ainsi qu'une cinquantaine de web radios depuis le dernier semestre.

Les formules forfaitaires ont évolué : d'abord vendues sous forme d'un volume de titres à télécharger pour une somme forfaitaire, la plateforme propose désormais l'achat de crédits (à partir de \$20) à dépenser à l'acte. L'achat d'albums est également possible depuis le 1^{er} semestre 2010.

D'autres contenus sont disponibles comme les livres audio et l'éditorial confié à AllmusicGuide depuis début 2010.

Les répertoires des Majors sont venus compléter en 2009 ceux des labels indépendants et des autoproduits à partir de l'abandon des **DRM** fin 2007 ; le site ne propose que le format **MP3** depuis son origine. Nouvelle fonctionnalité, la **Déportation** du **Player** est rendue possible depuis le premier semestre 2011.

Si la personnalisation a été de courte durée (de mi-2008 à mi-2009), le partage, la copie, la recommandation, le réseau social et même la synchronisation offline et le **Cloud** (depuis début 2011) viennent enrichir son offre.

13 millions de titres sont, à ce jour disponibles, dans tous les genres, avec une qualité d'encodage **MP3** à seulement 192 **Kbps**.

Avec un total de +18 variations d'indicateurs sur les 5 ans, Emusic poursuit sûrement son développement auprès d'un public apparemment satisfait, gage de sa longévité.

Virginmega

Lancée en mai 2004, quelques semaines avant iTunes France (juin 2004), la boutique en ligne généraliste française détenue par le groupe Lagardère va rapidement pâtir de la réticence des Majors à octroyer des licences et le cas échéant, leur exigence d'imposer des **DRM** sur les fichiers dont le manque d'interopérabilité a eu un impact très négatif sur le développement de l'offre légale pendant plus de 10 ans.

Aujourd'hui, cette plateforme propose une offre diversifiée, principalement tournée vers le téléchargement à l'acte (titre, album et vidéo), la perso mobile et l'ensemble des produits et services du magasin « physique » dans leur version numérisée (contrairement à la Fnac qui donne accès aux produits physiques en VPC) : billetterie, photo, livres, la presse, les jeux et les logiciels.

La VOD complète l'offre de la boutique en ligne. L'expérience du livre audio (stoppé fin 2010) et du podcast (de mi-2007 à mi-2008) n'a pas été renouvelée. On retrouve l'ensemble des catalogues Majors, des indépendants et autoproduits, sous licence copyright

classique. L'accès proposé est surtout web (local et en ligne), avec le développement d'une application mobile depuis le 2^{ème} semestre 2008.

Les fonctionnalités sont limitées : la copie depuis fin 2009, le partage, la recommandation (après une première tentative en 2008) et le réseau social depuis fin 2010.

L'offre de musique est inférieure aux plateformes américaines avec 8 millions de titres, couvrant tous les genres. D'abord proposés en **WMA** à 192 **Kbps** à cause des **DRM**, les titres sont à présent encodés en meilleure qualité (**MP3** à 320 **Kbps**).

Avec une évolution minimale de ses services sur la période (+17 variations d'indicateurs), Virginmega n'a plus vraiment modifié son offre depuis son relookage fin 2010.

Fnac.com

Lancé très tôt, dès 1999, le site de la célèbre enseigne « Fnac » a également connu les mêmes difficultés que son concurrent Virginmega dans l'acquisition des catalogues, la gestion des **DRM** et la concurrence d'iTunes.

Sans réelle innovation technologique, la plateforme a essayé de trouver la bonne synergie avec son réseau de magasins physiques. L'absence de rentabilité a conduit à mettre entre parenthèse la vente en ligne de musique, activité en sursis au sein du groupe PPR.

L'offre de services a été composée d'une formule d'abonnement pour l'écoute à la demande et au forfait pour le téléchargement, ouverte à la carte depuis le premier semestre 2010.

Une offre de perso mobile complète cette offre, qui

s'est diversifiée sur des contenus en ligne (movie, livres numériques, jeux, billetterie, logiciels...) et en VPC (merchandising, vinyls, CD, DVD...).

Le site propose les contenus titres, albums, vidéos mais également les sonneries et logos, des partitions (depuis le premier semestre 2010), l'info concert et l'éditorial.

Par contre, la retransmission live et les podcasts de FnacLive semblent encore avoir buté sur la gestion des droits : lancés au second semestre 2009, ils disparaissent fin 2010.

Les répertoires Majors, indépendants et autoproduits sont complétés avec quelques enregistrements issus du domaine public.

L'accès au service est offert pour le PC (web et application locale), une application mobile a été déclinée au second semestre 2010. Quelques fonctionnalités sont proposées : la recommandation (2^{ème} semestre 2008), la copie (début 2009) et le réseau social (début 2010).

Les 2 millions de titres dans tous les genres proposés d'abord en **WMA 192 Kbps** sont remplacés, dès l'abandon des **DRM** fin 2009, par des fichiers **MP3** à 320 **Kbps**.

L'offre de musique est aujourd'hui de 7 millions de titres.

Comme Virginmega, malgré de nombreux efforts pour améliorer l'offre, Fnac.com a ralenti la cadence à partir de 2010.

Alors qu'elle s'était positionnée très tôt sur le **Streaming** à la demande (abonnement payant), elle n'a pas vraiment réussi son repositionnement (contrairement à Musicme), préférant rester sur une image de site de téléchargement en ligne.

Avec une variation de +25 indicateurs, elle se place toutefois dans la fourchette haute des boutiques généralistes les plus dynamiques.

Musicme

Après le site Deezer, Musicme est le second site le plus dynamique observé sur les 5 dernières années : avec une variation de +42 indicateurs, cette boutique en ligne a su se réinventer régulièrement en n'hésitant pas à changer plusieurs fois de modèle économique, en conservant une grande qualité de service et de contenus.

Développé en 2006 par la société ApachNetwork (partenaire technique dans l'industrie musicale), le site offre une gamme très large de propositions : web radios et **Smartradios** (depuis le second semestre 2008), playlists, **Streaming** à la demande d'abord payant (abonnement jusqu'au premier semestre 2008), puis 100% gratuit (second semestre 2008 - second semestre 2009), puis mixte gratuit/premium avec limitation du gratuit depuis fin 2010.

De même, le téléchargement a vu son offre évoluer : d'abord proposé sous forme d'abonnement (**DRM**), il est aussi proposé à la carte à partir du premier semestre 2010. Au second semestre 2010, marquant l'abandon des **DRM**, l'abonnement est substitué par des formules forfaitaires aux côtés de l'offre à la carte.

L'évolution par contenus permet de retrouver des **Flux**, titres, albums, quelques vidéos HD (clip et EPK). L'info concert et l'édito viennent enrichir l'offre à partir du premier semestre 2008. Le podcast fait une brève apparition entre 2007 et 2008.

Les catalogues mis à disposition concernent les Majors, les indépendants et les autoproduits sous copyright et des enregistrements qui relèvent du domaine public (depuis le premier semestre 2010).

L'accès au service se décline sur PC (appli locale et en ligne à compter du premier semestre 2008) et depuis le premier semestre 2010 sur application mobile. Par contre, l'application TV connectée, ne semble plus maintenue depuis fin 2007, ayant trop anticipé de 5 ans un terminal encore très peu distribué aujourd'hui.

De nombreuses fonctionnalités sont à la disposition du public : **Déportalisation**, personnalisation, partage, recommandation, copie, réseau social. Depuis le second semestre 2010, même une offre de synchronisation offline mobile et de **Cloud** ont été ajoutées.

Avec 6,6 millions de titres, dans tous les genres musicaux, la boutique généraliste a substituée le format **WMA** à 192 **Kbps** avec les formats **MP3** et **AAC** en 320 **Kbps** et même avec le format **WMA lossless**.

À partir du premier semestre, Musicme propose à la fois des titres avec et sans **DRM**. L'abandon total des **DRM** date seulement du premier semestre 2011.

2^{ème} site en terme de dynamisme (1^{ère} boutique en ligne) dans notre échantillon, l'année 2011 marque toutefois un net ralentissement dans les développements de la plateforme (+1 variation d'indicateurs).

L'avenir dira si on assiste à un calage dans les modèles économiques de la musique en ligne qui nécessite moins de modifications dans le service (cf. YouTube), ou au contraire à un décrochage qui ne permet plus d'investir dans des développements nécessaires...

Cellfish

Lancée en 2004 par Lagardère Active, cette boutique généraliste est exclusivement positionnée sur les produits mobiles. Le site a survécu au retournement du marché des sonneries musicales car son offre se compose uniquement d'un service de téléchargement de sonneries musicales (dont certaines produites par Cellfish), logos, images et vidéos mobiles et de services annexes comme les jeux, l'astro, l'actu, la météo etc.

Un récent service d'info concerts (depuis le second semestre 2011) complète cette offre de contenus. Par contre, les podcasts et surtout l'éditorial ont été retirés du service, respectivement fin 2007 et fin 2010.

Les catalogues disponibles à l'exclusion de la musique classique, sont désormais exclusivement apportés par les Majors et quelques labels indépendants sous copyright, les autoproduits n'étant plus proposés depuis le 1^{er} semestre 2011.

Les accès au service sont web et mobile, l'application TV connectée et terminal dédié ont été fermés au second semestre 2009.

Si les fonctionnalités de **Déportalisation**, de partage et de copie sont toujours actives, l'**Hébergement** et la recommandation ont été supprimés au 2nd semestre 2009.

Le « chat » fermé au premier semestre 2011 a longtemps été une fonctionnalité supplémentaire. Seules des solutions B2B (micropaiement...) complètent l'offre. Démarrée avec un millier de titres, l'offre de musique comprend actuellement plus de 100 000 titres disponibles dans différents formats mobiles.

Avec une très faible variation de +12 indicateurs sur 5 ans, l'approche singulière, quasiment mono-produit de

Cellfish, confirme une certaine maîtrise du marketing de l'offre mobile et de la rencontre du service avec son public, dans un marché de sonnerie qui s'est très fortement contracté depuis son apparition au début des années 2000.

Musicclassics

Présent depuis 2006, ce site spécialisé dans la musique classique a régulièrement ajusté son offre tarifaire, à la fois sur ses forfaits d'écoute à la demande et sur le téléchargement à l'acte, jusqu'au dernier semestre 2011. En effet, depuis cette date, Musicclassics a abandonné ses activités commerciales autour de la vente et de l'écoute de fichiers musicaux, pour se consacrer à des services purement éditoriaux.

Présent uniquement sur le web, l'arrêt de cette boutique spécialisée est révélateur des difficultés d'accès à un marché hyperconcurrentiel et non rentable concernant cette niche retenue : la musique classique.

Deutsche Grammophon

Lancée par le célèbre label de musique, cette boutique spécialisée, dédiée à la vente en téléchargement à l'acte, s'est ouverte au **Streaming** à la demande dès 2008 et à la **Webradio** au premier semestre 2010. Mais ces deux services seront fermés au second semestre 2010.

Par ailleurs, Deutsche Grammophon a renforcé son offre en VPC (DVD et Blu-Ray) et le merchandising (T-shirt, sacs...), ainsi qu'un service de photo.

Les prix des titres et albums en téléchargement ont peu varié, si ce n'est en introduisant un différentiel selon la durée des enregistrements et la qualité des fichiers numériques. Seul le catalogue du label fondé en 1898 par Emile Berliner, filiale aujourd'hui d'Universal, est disponible.

L'adjonction des vidéos au site via YouTube à partir du premier semestre 2010 est remarquable, ainsi que la présence d'une collection de livres audio éditée par le label.

Le spectacle vivant est bien représenté avec un agenda des concerts des artistes classiques du label (2008), ainsi que des retransmissions live (2010).

Un éditorial fort reste l'apanage de ce site de référence, avec un système de recommandation. Par contre, il est surprenant que ce site ne soit accessible qu'à travers un site web, la mobilité étant absente.

En termes de fonctionnalités, la multiplication des versions de **Players** ont rendu le service sans ligne directrice claire : tantôt déportalisable, tantôt partageable, sans possibilité de personnaliser le service, ni réseau social.

De même, la taille du catalogue disponible n'a pas évolué depuis le premier semestre 2008. Cela est d'autant plus dommageable que la qualité des fichiers a toujours été de très bonne qualité (320 Kbps), sans **DRM**, ajoutant le format **FLAC** (sans perte) dès la fin 2008.

Musique en Ligne

Ce site spécialisé dans la vente en ligne de **Lyrics** et de partitions, fût pionnier en France dès le début des années 2000.

Animé par l'éditeur de musique Jean Davoust, ce site s'est tourné vers la VPC au second semestre 2009 : méthode, recueil, matériel d'orchestre scores.

Au premier semestre 2011, le site a créé un service de numérisation pro (pack musique en ligne).

Avec des prix similaires à ceux pratiqués sur le marché physique (2,45€) et une forte éditorialisation, le site

propose des catalogues de Majors, d'indépendants et des autoproduits, en puisant à la marge dans certaines œuvres entrant dans le domaine public. Musique en ligne propose plus de 6 000 partitions.

Disponible uniquement depuis une interface web PC, le site s'appuie sur la technologie Scorch (**Player** midi), dédié à ce type de contenu.

Face à la rareté de l'offre légale de partitions et de paroles en ligne, le site pourrait s'enrichir de catalogues anglo-saxons pour autant que les droits puissent être disponibles puisque l'on constate qu'ils le sont sur des sites « pirates ».

Les éditeurs ont montré dans les années 2000 un relatif désintérêt pour s'engager sur la diffusion numérique (problème de renégociations des droits, coût des frais de gravure, choix des logiciels de partitions etc..) d'où la rareté des propositions d'autant plus que la faiblesse des revenus sur le marché numérique n'est pas à la hauteur des frais à engager.

Pourtant toutes les exploitations numériques des **Lyrics** via les versions iPad et les applications permettraient de valoriser une activité particulièrement prisée par les internautes.

Les chambres syndicales ont depuis peu entrepris la numérisation des œuvres des auteurs-compositeurs en vue d'une commercialisation plus large et commencé à libérer les droits pour permettre aux sites les proposant de rentrer dans une offre légale.

Yahoo music

Yahoo music a toujours été impliqué dans la musique en ligne, mais à géométrie variable. Après de nombreux changements, son offre se décline aujourd'hui à travers

quelques partenaires, autour de la radio/**Smartradio** (Deezer depuis le second semestre 2009) et du téléchargement (iTunes, FoxyTunes en 2008, Amazon **MP3** en 2011).

Un service de photo et un blog viennent enrichir cette offre.

Par contre, on constate l'arrêt des vidéos musicales fin 2010, et deux tentatives de services d'info concert (en 2008 et en 2010) et de retransmission live. Par contre, Yahoo music a conservé l'éditorial.

À ce jour, seul un accès web/PC est offert aux utilisateurs, à part sur le bouquet SoYouTV depuis le second semestre 2010.

Très peu de fonctionnalités sont proposées, la personnalisation ayant été fermée en 2008 et le partage en 2010.

Pas de fonctionnalité sociale non plus.

On peut légitimement se demander quelle stratégie Yahoo entend poursuivre dans la diffusion de contenus musicaux ?

Orange

Les développements de l'opérateur historique dans la diffusion numérique de la musique, mis en place dès 2003, illustrent assez la prudence de ses choix stratégiques alliant consécutivement prudence, phase de repli stratégique et choix d'accords de co-branding avec des éditeurs de musique en ligne.

Orange a toujours su suivre les tendances d'un marché à forte vitesse de développement.

Aucun segment de l'offre n'aura échappé au positionnement d'Orange : téléchargement avec puis

sans **DRM**, portail radios en ligne (avec la Liveradio), **Streaming** à la demande et **Smartradios** (avec Musiline, Wormee puis Deezer), perso mobile (sonnerie et logo) et merchandising (instrument, baladeurs... formules arrêtées en 2010).

Orange aura également testé tous les modèles économiques : à l'acte, abonnement, forfait, inclus dans une offre FAI...

Presque tous les types de contenus sont disponibles : musique, vidéo, livres audio (arrêté fin 2011), podcast, info concert, retransmission live (depuis le 1^{er} semestre 2011) et l'éditorial, avec des contenus exclusifs (interviews vidéos). Il faut aussi noter que les **Lyrics** sont présents dans son offre depuis le dernier semestre 2011.

À part l'**UGC**, tous les catalogues sont représentés : majors, indépendants et autoproduits. Par contre, ni les licences libres, ni le domaine public ne sont disponibles.

Son rapprochement capitalistique avec DailyMotion et Deezer, les apports en industrie qui permettent d'exporter les « modèles » français sont très stratégiques. Présent sur tous les types d'accès web, mobile, TV et terminal dédié, seule l'application PC a été récemment abandonnée (fin 2011).

Sur le plan des fonctionnalités, quelques partis pris n'ont pas encore été révisés : pas de **Déportalisation**, de partage, ni d'**Hébergement** de contenus.

La personnalisation est au centre de leur offre, ainsi que la recommandation depuis peu (second semestre 2010). La copie d'abord limitée par les **DRM** est devenue illimitée avec leur abandon par les maisons de disques (second semestre 2009). Le réseau social présent chez Wormee a été remplacé par Facebook en 2010.

La taille des catalogues s'est accrue au fil des années pour représenter 15 millions de titres en **Streaming** et en téléchargement dans tous les styles musicaux et plus de 15 000 radios et 11 000 podcasts pour la Liveradio. La qualité sonore s'est également améliorée jusqu'à 320 **Kbps**, aux formats **MP3 AAC** et **WMA**.

Orange reste un acteur majeur de l'offre de musique en ligne en France, grâce à un dynamisme de l'offre particulièrement efficace et une importante puissance marketing.

SFR

A l'instar d'Orange, on constate que SFR a toujours démontré un grand intérêt à l'égard de la musique, multipliant les pistes des propositions web & mobiles (+38 variations d'indicateurs).

Conçu à l'origine comme une boutique généraliste de musique en ligne, intégrant une offre de produits mobiles (sonneries et logos), SFR a muté vers le **Streaming**, dès le deuxième semestre 2008, avec l'ajout de quelques radios du site Goom. Ensuite, il s'est ouvert à la **Smarradio** et aux playlists de Deezer un an après.

L'offre est reconstruite début 2011 avec l'arrêt du partenariat avec Goom et l'arrivée de Spotify qui remplace Deezer, en formule premium (sur le modèle Orange-Deezer).

Au fil du temps, le portail SFR s'est étoffé en partant des jeux, puis la billetterie, VPC, magazines, blogs...

La politique tarifaire s'assouplit en se diversifiant à partir du deuxième semestre 2009. Le spectacle vivant est également au cœur de la proposition avec l'info concert et les retransmissions live présent depuis 5 ans, ainsi que l'éditorial. Le podcast a été testé pendant l'année

2010 sans succès.

Centrée sur les œuvres sous copyright (majors, indépendants et autoproduits), l'offre est accessible en web PC, mobile, TV et terminaux dédiés. Restreint à la seule copie limitée (**DRM**), le service s'est ouvert à d'autres fonctionnalités comme le partage et l'**Hébergement**, la personnalisation, la recommandation et le réseau social, et même la **Déportalisation** depuis le second semestre 2010.

Longtemps réduite à 1 million de titres, l'offre de musique dépasse les 4,5 millions au format **MP3** et **AAC**, abandonnant seulement au dernier semestre 2011 encore quelques titres d'Universal Music sous **DRM** en **WMA**. La faible qualité d'encodage reste encore une information sur laquelle le site ne communique pas.

Neuf music

A ce jour, l'indigence de l'offre de Neuf music étonne. Depuis plus de 5 ans, l'offre se résume au catalogue d'Universal Music, avec **DRM**... 6 playlists en écoute de 30 secondes complètent le service. Des vidéos et quelques articles sont également proposés, le tout dans un simple accès web PC.

Aucun autre contenu, aucun autre accès, ni aucune autre fonctionnalité ne viennent enrichir cette offre bloquée à 250 000 titres depuis 4 ans, en mauvaise qualité (**WMA / 128 Kbps**).

Le rachat de Neuf music par Vivendi rationalisera l'offre de musique avec celle de SFR, nettement plus riche.

NRJ

Le portail de NRJ offre une place de choix à la musique. Malgré les multiples mises à jour du site, la radio en ligne avec ses centaines de web radios se conjugue avec

une vraie boutique en ligne, d'abord opérée seul, puis confiée à iTunes et Fnac.com.

Il faut noter que ce portail n'a jamais opté pour le **Streaming** à la demande, à l'instar de la plupart des radios FM en France et à l'étranger.

Des playlists furent proposées en écoute jusqu'en 2010, puis ont disparu.

Un réel problème de rentabilité freine les radios FM dont la légitimité et l'expertise en matière d'écoute aurait pu engendrer une grande valeur ajoutée dans la prescription de musique.

La vidéo et la perso mobile complètent l'offre de NRJ. Les jeux, l'info ciné, DVD, TV et la billetterie ont été remplacés par la vente de CD en VPC.

Le podcast, l'éditorial et l'info concert (Ticketnet puis Digitick) sont également les piliers de cette offre. Tous les types de répertoires sont présents, même l'**UGC** qui a temporairement été proposé par NRJ (2008-2009).

L'accès au service est possible par une interface web et par une appli PC et mobile. Depuis début 2011, NRJ est disponible en TV connectée.

Les fonctionnalités s'avèrent assez rudimentaires avec seulement un **Player** déportalisable ; la personnalisation et le partage ne sont pas proposés.

La recommandation est présente mais la marque n'a pas su ou voulu capitaliser sur sa communauté d'auditeurs pour développer un réseau social puissant comme le fit Skyrock avec ses skyblogs.

Skyrock

Deux époques semblent se dessiner depuis 5 ans : de 2007 à fin 2009, on compte une variation de

+20 indicateurs, ce qui est considérable. Par contre, du premier semestre 2010 à fin 2011, l'offre s'est radicalement dégradée avec une variation de -11 indicateurs.

Si l'offre de radio reste intacte (le canal FM en Simulcasting) avec la vidéo, l'offre perso mobile s'arrête début 2010, le téléchargement début 2011. Les **Lyrics** sont présents par intermittence et de façon sporadique (2008 et 2010).

L'info concert et l'éditorial complète cette offre, alors que la retransmission live est stoppée fin 2008.

Tous les répertoires étaient proposés jusqu'à l'arrêt des **UGC** au premier semestre 2010. Accessible par interface web et mobile, l'appli sur Free TV s'achève au premier semestre 2011.

En 2010, les fonctionnalités de personnalisation, partage et recommandation disparaissent, avec le réseau social et le chat.

En 2011, le **Player** n'est plus déportalisable et l'**Hébergement** est arrêté.

Après avoir vainement tenté de faire payer son **Flux** en qualité 128 **Kbps** en 2007, Skyrock est aujourd'hui en **MP3 128 Kbps** gratuitement.

Dès 2010, Skyrock a séparé les activités de la radio et sa plateforme de blogs (Skyblogs). Orange a pris une participation en capital de cette dernière en 2011.

Le site de la radio poursuit son activité en l'état.

Hotmixradio

Première web radio en France, la vivacité d'Hotmix radio est respectable compte tenu de l'extrême légèreté de cette structure (quelques employés) avec des audiences web qui approchent celles de grandes FM.

Ce portail compte 16 web radios musicales avec de nombreux programmes dont une émission culte avec plateau d'artistes retransmis en live.

Dans son offre, pas de **Streaming** à la demande, mais un service de téléchargement d'abord confié au comparateur de prix Kelkoo, puis à iTunes, Fnac.com et enfin Beezik. 2010 marque la fin de la perso mobile, plus vraiment rentable, ainsi que la boutique de vêtements, jeux, photo et dédicace, en VPC.

La vidéo est présente, d'abord avec Jukebo, puis Alloclips (depuis le deuxième semestre 2009).

Les web radios diffusent des répertoires de Majors et indépendants, sous copyright. À côté de l'interface web, des appli mobiles sont disponibles ; par contre, l'appli sur Free TV a été retirée début 2010.

Au niveau des fonctionnalités, la **Déportalisation**, la personnalisation, la recommandation, le chat et les bookmarks ont été stoppés à différents moments. Seul le réseau social Facebook est intégré dans le service en ligne.

À part la musique classique et le rap, tous les genres se retrouvent dans les 16 **Flux**, en **MP3** à 128 **Kbps**, depuis le deuxième semestre 2009.

Liveradio

Portail radio d'Orange initialement seulement accessible sur le tuner wifi éponyme, la Liveradio s'est enrichie à plusieurs titres. Grâce aux métadonnées contextuelles, un service de vente en ligne s'est construit avec le Jukebox d'Orange, puis iTunes, Orange music Store et Deezer.

L'absence de catalogues disponibles auprès des ayants droit a eu raison des livres audio qui disparaissent de l'offre fin 2010. Le site est éditorialisé depuis 2008.

L'offre est actuellement disponible sur l'ensemble des interfaces web, mobile, TV et dédiée.

Le **Player** n'est plus déportalisable depuis 2008, mais les **Flux** sont partageables depuis 2010. Le service offre un bon niveau de personnalisation des 11 000 **Flux** radio et 11 000 podcasts du monde entier, proposés dans leur format originel (**Codec**, encodage), la plateforme ne faisant qu'indexer les **Flux**.

Nexus radio

A l'origine, Nexus radio est une application web donnant accès à un ensemble de services de radios et de musique en ligne. On retrouve ainsi des playlists, de l'écoute à la demande, du téléchargement grâce à un moteur de recherche intégré dans l'appli.

D'autres contenus sont disponibles : photo, blog, charts, effets. La vidéo est limitée selon les territoires, à travers un partenariat avec Yahoo, et des sonneries sont depuis peu disponibles (premier semestre 2011).

En ligne pendant 2 ans (2008-2010), l'offre d'info concert n'est plus proposée. Depuis le deuxième semestre 2010, le **Player** n'est plus ni déportalisable, ni personnalisable, ni partageable. Copie, réseau social et service de chat sont offerts.

À ce jour, l'appli indexe plus de 11 millions de radios et 15 millions de titres, dans une qualité extrêmement variable, en fonction des **Flux** disponibles.

Awdio

En webcastant plus d'une centaine de clubs sur la planète (35 villes, 25 pays), Awdio a étoffé son offre avec la réécoute à la demande de mixes live, ainsi qu'un blog. Info concert, retransmission live et éditorial sont au cœur de leur modèle très innovant.

Uniquement accessible à travers une simple interface web, le service est personnalisable depuis fin 2009 et déportalisable depuis début 2011.

Fin 2010, les fonctionnalités s'élargissent avec l'**Hébergement** proposé, la recommandation et l'ouverture aux réseaux sociaux. Afin de multiplier les sources, un outil de diffusion professionnel est proposé.

Plus de 150 clubs proposent déjà la retransmission de 5 000 concerts/mixes par mois. La qualité sonore avec un encodage à 192 **Kbps** est en plus de bonne qualité.

LastFM

LastFM est un site complexe que l'on n'appréhende pas facilement. Conçu comme une **Smartradio** avec écoute à la demande collaborative, notamment ouvert aux autoproduits, **UGC** et licences libres, le site s'est radicalement tourné vers un modèle plus marchand à partir de 2009 : le site est devenu payant dans certains pays dont la France, après son rachat par CBS.

3 boutiques de téléchargement partenaires (iTunes, 7Digital et Amazon**MP3**) complètent l'offre, avec un blog, des photos et des charts.

Vidéos, info concert et éditorial sont également proposés à travers un site web, une appli PC et mobile et sur Xbox 360 depuis le deuxième semestre 2010.

Depuis le dernier semestre 2011, le site s'offre un revival en proposant des sonneries musicales et des logos avec son partenaire KKO, pourtant disparus de la plupart des autres sites.

L'ensemble des fonctionnalités sont offertes : **Déportalisation**, personnalisation, partage, **Hébergement**, recommandation et réseau social. Un étonnant système de tracking du parcours musical des utilisateurs (Scrobbling) a été développé par la plateforme en 2010 : cela permet d'enrichir la recommandation de la **Smartradio** en croisant l'enchaînement des titres écoutés.

Peu communicante sur la taille du catalogue disponible, la plateforme propose des titres en 128 **Kbps**.

Pandora

Aux Etats-Unis, Pandora représente 1/3 de l'écoute de musique sur Internet. Entrée en Bourse en février 2011, le plus important site de **Streaming** n'est toujours pas accessible en France pour des questions de cession de droits musicaux.

Son service est centré sur le concept de la **Smartradio** dont la pertinence est due à une qualification sémantique très fine d'une grande base de titres (800 000), et un algorithme puissant (music genome project).

Des services de téléchargement et de perso mobile en affiliation sont également proposés, ainsi qu'un blog autour de leur technologie.

Entièrement gratuit, le service est financé par la publicité audio-display (CA 2010 = \$400 millions), très développée aux US.

Des vidéos, de l'éditorial et depuis 2011 des **Lyrics**

contextualisés avec les titres écoutés sont proposés.

Puisant exclusivement dans les répertoires des Majors et des indépendants, le service est accessible par un site web, une appli mobile, les autoradios 3G (depuis le deuxième semestre 2010) et depuis 2011 une appli PC.

Le **Player** est déportalisable depuis 2008, et l'ensemble des fonctionnalités reste présent dans l'offre de service : personnalisation, partage, recommandation et réseau social.

Pandora a également relevé la qualité sonore en passant d'un encodage de 128 **Kbps** à 192 **Kbps** depuis le premier semestre 2011.

Misant sur la qualité de son offre, le succès public rencontré par Pandora est un encouragement à innover dans les services de musique en ligne.

Finetune

Dans le sillage de Pandora, de nombreux sites français et étrangers ont essayé de se positionner sur la **Smartradio** sans grand succès. Finetune en fait partie.

L'offre initiale de ce site s'articule sur des playlists et de l'écoute à la demande autour de la **Smartradio**. Fin 2008, le site stoppe la playlist et le **Streaming** à la demande pour les remplacer par des **Flux** radios et une boutique de téléchargement confiée à iTunes puis également à Amazon**MP3** temporairement (2009).

Entre 2008 et 2010, Finetune propose de la perso mobile.

L'offre de CD en VPC avec Amazon semble toujours en ligne même si depuis plus d'un an le site est complètement à l'abandon.

Un peu d'éditorial est toutefois proposé depuis le premier semestre 2011, pour un site accessible dorénavant sur inscription.

Finetune offre les répertoires Majors et indépendants, sous copyright et dans le domaine libre ; l'offre est accessible en ligne et sur mobile.

L'appli TV lancée début 2011 en a été retirée en fin d'année.

L'ensemble des fonctionnalités relevées dans l'étude étaient présentes en 2007 mais celles-ci ont été petit à petit dégradées : seuls le partage et la recommandation ont subsisté, à côté d'une simple intégration Facebook en guise de réseau social.

Depuis 2007, le catalogue plafonne à 2 millions de titres.

Deezer

Sur les 5 années d'observation, le site Blogmusik, renommé Deezer en 2007 à l'occasion de son nouveau repositionnement au regard des droits musicaux, est devenu le site français de la musique en ligne le plus important, exportant son modèle dans plus de 50 pays.

Avec une variation de +47 indicateurs entre 2007 et 2011, il est le premier site en termes de dynamique de l'offre.

Avec de nombreuses mises à jour du service, Deezer a su conserver de manière centrale son activité première basée sur le **Streaming**, pour lequel la marque est aujourd'hui clairement identifiée.

Malgré les limitations imposées par les labels à son modèle freemium au second semestre 2010, le service reste très populaire ; la rentabilité du modèle gratuit reste cependant aléatoire.

Le service payant lancé en 2010 a été démultiplié grâce au partenariat avec Orange qui l'a inclus dans un de ses forfaits d'accès à Internet, suite à sa prise de participation en juillet 2010.

Streaming à la demande, playlist et **Smartradio** constituent l'offre de base à partir de laquelle une boutique de téléchargements en affiliation s'est construite avec iTunes, AmazonMP3 Starz, remplacés récemment par Orange music Store.

Des **Flux** radios ont été ajoutés au second semestre 2009. D'autres services ont été ajoutés sur la plateforme : blog, photos, blind-test, forum, tee-shirt, CD accessoires...

En plus des titres à la demande et des albums, d'autres types de contenus sont accessibles :

- des vidéos d'abord avec YouTube sont maintenant offertes par Alloclips ;
- de l'info concert avec jeux-concours et avant-premières ainsi que des retransmissions live (Deezer Offline) depuis fin 2010 ;
- des contenus éditoriaux.

À côté des répertoires des Majors et des indépendants, on trouve beaucoup d'autoproduits grâce à l'apport des sites comme Zimbalam, CD Baby, Awal, etc.

Par contre, **UGC** et licences libres n'ont fait qu'une brève apparition en 2008.

L'accès au service est d'abord web. Au second semestre 2008, l'appli mobile est lancée. Un an plus tard, des applis pour TV et terminaux dédiés (hifi, autoradio 3G...) sont disponibles.

Au premier semestre 2010, une appli PC (Deezer desktop) est également lancée.

En plus des fonctionnalités relevées par l'étude (**Déportation**, personnalisation, partage, **Hébergement**, recommandation et réseau social), Deezer a adopté le modèle de synchronisation offline, lancé par son rival Spotify quelques mois auparavant

(premier semestre 2010).

Aujourd'hui des services pros sont à la disposition des utilisateurs, avec une intégration avec la plateforme d'**Hébergement** de son, SoundCloud.

La taille du catalogue est passée de 1 million de titres en 2007 à 15 millions fin 2011, avec des **Smartradios** par artiste et plus d'une cinquantaine de web radios.

La qualité sonore sur l'offre payante est de 320 Kbps et 128 Kbps en gratuit.

YouTube

Le succès de ce site ne se dément pas depuis sa création en février 2005. 1 milliard d'abonnés et 2 milliards de vidéos vues quotidiennement, le site reste dans le top 10 mondial des sites les plus visités de la planète.

Pourtant, depuis 5 années d'observation, la variation d'indicateurs n'est que de +11, ce qui traduit l'exploitation d'une recette simple et efficace, basée sur l'**Hébergement** et le partage de vidéos en ligne.

Novateur en 2005 en proposant des vidéos en **Streaming** à la demande et en playlist (les chaînes TV), le site ne propose aucun autre contenu, même si de nombreux titres musicaux sont à présent disponibles au format vidéo sans image.

Proposant essentiellement des catalogues en **UGC**, les répertoires de Majors, d'indépendants et autoproduits complètent l'offre, après quelques batailles au sujet de la rémunération des contenus et la mise en place de charte de type *Notice & take down* afin de lutter contre les contenus illicites.

Depuis le 1^{er} semestre 2011, YouTube a mis en place les licences libres de type **Creative Commons** particulièrement adaptées aux **UGC**.

D'abord disponible uniquement par une interface web, une application mobile a été lancée au premier semestre 2008, puis une appli TV au second semestre 2008.

Toutes les fonctionnalités à part la copie sont proposées au public : **Déportalisation** du **Player**, personnalisation, partage, **Hébergement**, recommandation, réseau social, ainsi que le sous-titrage depuis fin 2008.

Portail généraliste où tous les styles se côtoient, dans des qualités variables selon les débits.

MySpace

Fondé par Tom Anderson et Chris DeWolfe en août 2003, ce site communautaire emblématique de la révolution web 2.0 qui place l'utilisateur au centre du réseau, a connu des fortunes diverses.

MySpace a été racheté par le groupe de Rupert Murdoch, News Corp., en juillet 2005. MySpace était en octobre 2005 le quatrième site le plus consulté au monde derrière ceux de Yahoo!, AOL et MSN et devant eBay et Facebook.

Depuis la mi-août 2006, il existe une version en langue française du site dont la version officielle est sortie le 17 janvier 2007.

En juin 2011, Rupert Murdoch cède Myspace à Specific Media pour 35 millions de dollars (soit 16 fois moins que le prix d'acquisition de 2005).

MySpace est devenu en quelques années le site d'**Hébergement** de musique car son offre s'est appuyée sur des fonctionnalités sociales permettant au public une grande proximité avec les artistes.

La mise en place de communautés de membres par thématiques a renforcé le caractère social du site.

Gratuit et ouvert, il permet une écoute en **Streaming** à la demande et en playlists, ainsi que des vidéos.

Jusqu'au second semestre 2011, le téléchargement était également possible, à la discrétion des artistes qui postent leurs titres sur la plateforme. Les **Lyrics** disponibles jusqu'au premier semestre 2011 disparaissent aussi.

L'info concert et l'éditorial renseignés par les groupes eux-mêmes apportent de précieuses informations complémentaires.

Comme YouTube, tous les catalogues sont représentés, avec un positionnement centré sur les indépendants et les autoproduits sont surreprésentés.

Partage et **Déportalisation** sont proposés, ainsi que la personnalisation depuis le premier semestre 2011, comme l'**Hébergement**, la recommandation et un réseau social.

Avec 42 millions de titres, la plateforme détient avec YouTube la plus grande diversité disponible sur le web.

Jamendo

Plus qu'un simple site communautaire, Jamendo est le site de la musique libre, c'est-à-dire qu'il propose et défend les licences libres de type **Creative Commons**, à travers une plateforme d'**Hébergement** et d'échange. Les catalogues sont ainsi présentés dans la diversité des 6 licences en cc, conformément au souhait de leurs créateurs.

Streaming à la demande, téléchargement, playlists et depuis le premier semestre 2009 une dizaine de **Webradios** constituent la proposition de ce site luxembourgeois.

Depuis le second semestre 2009, des services pros sont

également offerts dans le cadre de sonorisation de lieux publics ou de synchronisation audiovisuelle.

Un forum et des blogs extrêmement vivants et pédagogiques participent à la démocratisation de ce type de licence, dans leur forme économique alternative basée sur le business des logiciels libres en informatique. Des outils de statistiques pour les artistes permettent aussi de mieux valoriser leur audience.

Si la vidéo est absente du service, les titres et les albums sont disponibles gratuitement, de façon payant ou à travers un système de dons, au choix de l'artiste qui crée sa page.

L'info concert et l'éditorial ajoutés en 2009, et les **Lyrics** en 2010 viennent enrichir l'offre et permettre une meilleure exposition des œuvres.

Si quelques indépendants sont tentés par le modèle de licences libres, exclusivement proposés sur le site, les catalogues concernés sont principalement les autoproduits.

L'accès public est uniquement web. Les professionnels (lieux sonorisés) peuvent se connecter grâce à des solutions matérielles dédiées (Jambox, Jamdisk). Jamendo est le seul site qui propose l'ensemble des fonctionnalités de l'étude.

Si on comptait 50 000 titres en 2007, le site en propose 7 fois plus (350 000) fin 2011, avec plus de 50 000 albums et 7 radios.

La qualité sonore est également un des axes de développement privilégié dont les boutiques en copyright feraient bien de s'inspirer afin de redonner de la valeur aux enregistrements : encodage à 192 **Kbps** en **MP3** et **OGG**, et formats sans perte **WAV**, **AIFF** et **FLAC**.

4.4.3. saisonnalité des variations par sites

En termes de saisonnalité, on peut constater que :

2008 est une année record et donc une année charnière dans la relance de l'offre légale, notamment grâce à l'abandon des DRM (+220 variations (126+94), soit 40% du total cumulé sur 5 ans).

C'est surtout l'année des boutiques généralistes principalement américaines comme iTunes (+15) et Rhapsody (+14) qui profitent de l'ouverture des catalogues sans **DRM**, en investissant sur de nombreuses fonctionnalités. Avec une moyenne record par site de +10 sur l'année 2008, ces plateformes prennent le leadership du marché de la musique numérique avec leur modèle de consommation dominant (téléchargement à l'acte).

Cette ouverture est suivie de près par les portails qui modifient massivement leur offre vers le téléchargement (+7 en moyenne par site). C'est le cas d'Orange, SFR et plus modestement NRJ.

Cette embellie a également profité aux radios en ligne qui se révèlent particulièrement dynamiques avec une moyenne de +11 variations d'indicateurs par site, le record absolu porté par Skyrock, Hotmixradio, Nexus et Awdio.

Enfin, les sites de **Streaming** (+6 en moyenne par site) et les sites communautaires (+8 en moyenne par site) connaissent leurs pics en termes de dynamisme, sur les 5 années.

Ils semblent se préparer plus discrètement à l'avènement du **Streaming** comme prolongement naturel du téléchargement, en termes d'usage, misant

sur le développement de la bande passante (cf. Deezer, Pandora et MySpace).

La mise en place de communautés de membres par thématiques a renforcé le caractère social du site.

2009 est l'année de l'avènement du Streaming à la demande

On observe une décélération avec seulement +147 variations d'indicateurs, malgré un rebond au second semestre (+81 vs +66 au premier semestre).

Peu impactées par l'abandon des **DRM** car seules les Majors les avaient imposés au marché, les boutiques spécialisées attendent surtout le second semestre 2009 pour investir massivement dans leurs services, comme MusiClassics (+10) et Deutsche Grammophon (+8). Leur pic est atteint avec +7 variations d'indicateurs en moyenne par site, sur l'année.

Les boutiques généralistes locales comme Fnac.com (+9) et Virginmega (+4) renforcent leurs services un peu à contretemps des boutiques américaines, Musicme ayant seule anticipé le mouvement dès 2008 (+15 vs +11 en 2009).

Parmi les portails, seuls Orange (+11) et SFR (+8) poursuivent dans la voie d'un renforcement de leur offre. Côté radio en ligne Skyrock, Hotmix radio et Nexus poursuivent sur leur lancée de 2008 (+9 variations d'indicateurs chacun).

Deezer (+8) et Jamendo (+9) finalisent leur nouvelle offre. À l'inverse, l'ensemble des autres sites de l'échantillon freinent sur leur développement, certains s'octroyant une pause d'un semestre, voire 2 (Neuf Cegetel, YouTube).

➤ *les courbes d'audiences ne cessent de s'élever grâce à la découverte et l'adoption par le public des sites de **Streaming gratuits** comme Deezer en France.*

L'année 2009 est aussi marquée par l'adoption finale en France de la loi Création et Internet et le lancement de l'Hadopi au moment où le **Streaming** (et le direct download) tente de suppléer le P2P dans les usages illégaux.

2010 révèle la faiblesse économique des services de musique gratuits

La baisse de l'offre de services se poursuit avec +103 variations d'indicateurs, malgré un léger rebond au second semestre (+60 vs +43 au premier semestre).

Seuls Musicme (+15), Deezer (+13) et Jamendo (+9) poursuivent leurs efforts.

Parmi les grandes nouveautés, signalons le passage au payant et la limitation des services gratuits interactifs imposés par certaines Majors.

La chute la plus spectaculaire se trouve du côté des radios en ligne qui peinent à trouver un modèle économique, malgré un engouement pour le **Streaming** et des audiences en hausse : Skyrock passe en négatif (-6), ainsi que Hotmixradio (-3) et Nexus Radio (-3).

2011 est marquée par un décrochage des offres qui évoluent peu : +78 variations d'indicateurs (soit 3 fois moins qu'en 2008)

iTunes reste en tête des boutiques généralistes avec seulement +6 variations. Les boutiques françaises marquent le pas avec Fnac.com (+1) et Virginmega (+1).

Les boutiques spécialisées comme MusiClassics (-5) et Deutsche Grammophon (-1) stagnent.

Une fois de plus, Orange (+13) et SFR (+10) restent dynamiques. Skyrock poursuit sa baisse (-5) et procède à une cession partielle (34%) de sa filiale internet Orbus à Orange (novembre 2011).

2012, est sans doute un prélude à un grand mouvement de concentration des offres

Au final, quelques sociétés françaises se sont montrées plus combatives et innovantes que les plateformes stars venues d'outre-Atlantique : c'est le cas de Deezer (+47), Musicme (+42), Orange et SFR (+38) qui se retrouvent devant iTunes (+34) et Rhapsody (+29).

Le dynamisme de Jamendo est également remarquable (+32), compte tenu de ses faibles moyens, mais ce site est porté par la vague des œuvres sous licence **Creative Commons**.

Skyrock (+9), Yahoo music (+7), Musique en ligne (+5), Neuf music et Finetune (+3) ont peu évolué.

4.4.4. par indicateurs

Rappelons la méthodologie d'exploitation des tableaux d'évolution des 27 sites : le traitement porte aussi bien sur les nouveautés comme sur les suppressions de services ainsi que sur les modifications de services. Par exemple une modification de prix constitue une modification.

La variation qui exprime le différentiel entre les nouveaux services proposés par les sites et leurs retraits des offres, permet d'apprécier ou non le dynamisme des sites.

Il faut admettre que la vivacité de la demande et donc de la requête est impactée par la nouveauté des services. Le monde de l'internet est particulièrement sensible au prisme de l'innovation.

Le nombre total de ces variations s'élève à + 548 sur 5 ans. Cela représente une moyenne de +20 variations par site (27 sites dans l'échantillon) et pour les cinq années, soit une variation moyenne de +4 par an et par site.

La catégorie d'indicateurs qui vient en tête de ces variations est le Type de Contenu (+156), suivi par la Qualité de l'Offre (+151) et le Type d'Offre (+147).

L'évolution de ces indicateurs sur les 5 ans de l'étude est souvent en relation avec les innovations mises sur le marché ou l'abandon de mesures contraignantes comme celui des **DRM**.

On pourrait même affirmer que l'arrivée des fortes innovations comme le smartphone ou le **Cloud** par exemple, entraîne mécaniquement de fortes variations.

La principale constatation est certainement la chute progressive de cette évolution, année après année, puisque cette variation est de respectivement +220 en 2008, +147 en 2009, +103 en 2010 et +78 en 2011.

Si cette variation n'est pas linéaire selon les catégories d'indicateurs, la consolidation de ces variations par année prouverait que le rythme des innovations n'est pas aussi soutenu sur la durée et que les offres de services tendent à se stabiliser au regard des faibles performances de ce marché.

Les vraies performances qui font l'objet d'incessantes communications par les grandes sociétés relèvent plutôt d'une politique d'intégration soit par rachat de brevets ou de start-up ayant développé une fonctionnalité précise, type le rachat de Lala par Apple (application de **Streaming**).

Cette indication est révélatrice du mouvement à la concentration qui exprime particulièrement le monde de l'internet.

Type d'Offre

En 3^{ème} position en nombre de variations d'indicateurs, le type d'offre est mis en avant dans le marketing des éditeurs de services.

Cette catégorie subit des mouvements paradoxaux : l'indicateur le plus dynamique est la catégorie « Autre » (+67), loin devant le téléchargement (+32), le **Streaming** à la demande (+18) et la radio en ligne (+11).

Cet effort dans la diversification des services non digitaux ou non musicaux, a été significatif en 2008 (+30) et concernent 85% des sites de l'échantillon fin 2011.

Cela peut être interprété de façon diverse : soit le niveau très faible de rentabilité des services de musique en ligne oblige les éditeurs à diversifier leur offre, notamment autour de services connexes comme la VPC, le matériel, le merchandising... soit, pour satisfaire une demande de centralisation de services par les utilisateurs, les éditeurs s'obligent à diversifier leur offre pour conserver leur audience.

À part les services de playlist (+5) en 2011, tous les indicateurs sont orientés à la baisse. La période faste pour les services de téléchargement (2008-2009) avec +12 variations d'indicateurs par an, a été supplantée par les services de **Streaming** à la demande : +6 en 2009 et +7 en 2010.

2010 est également la première année au cours de laquelle les services de **Streaming** (radio, **Smartradio**, playlist et **Streaming** à la demande) dépassent en nombre de variations les services de téléchargement

(musique et perso mobile) : +7 vs +5.

Pour autant, on constate que 81% des sites proposent fin 2011 un service de téléchargement alors que seuls 48% proposent du **Streaming** à la demande.

La **Smartradio** reste relativement marginale (30% des sites). Le positionnement du **Streaming** doit être apprécié en fonction de nombreux paramètres :

- En premier, la réticence des détenteurs de droits aux U.S.A puisque l'arrivée du **Streaming** date de 2011 avec l'installation de Spotify aux USA après négociations tendant à brider l'utilisation de ce site (pas de gratuit, nombre limité d'écoutes, souscription obligatoire etc.).
- En deuxième, la faiblesse de la rentabilité de l'écoute à la demande pour le site, compte tenu des avances qui sont exigées par les détenteurs de droits liées aux minimas garantis.

Type de Contenu

Cette catégorie est la plus dynamique avec +156 variations d'indicateurs malgré une tendance baissière depuis 5 ans, ce qui signifie que dans la hiérarchisation des offres de service mises en place par les éditeurs de musique en ligne, le contenu reste encore au centre de leur marketing : le prix des titres (+38), des albums (+30), la vidéo (+26), l'info concert (+13) et l'éditorial (+13) sont des éléments moteurs dans l'évolution des services.

Fin 2011, l'éditorial est le contenu le plus présent sur l'ensemble des services (85%), devant la vidéo (70%). La partition est le contenu le moins représenté (11% des sites).

Par contre, il est vraiment dommage que d'autres types

de contenus musicaux ne soient présents en 2011 que sur un site sur 5 et continuent d'être ignorés, trop souvent pour des problèmes de négociation de droits musicaux : livre audio (+1) retransmission « live » (+3), podcast (+3), **Lyrics** (+4) et partitions (+5).

Par exemple, l'offre de partitions qui reste rare n'est souvent exploitée que sur certains sites illégaux. Pourtant Médiamétrie constate que les utilisateurs plébiscitent les **Lyrics** et les partitions permettant aux sites qui les exploitent d'avoir des audiences non négligeables.

Pourtant des tentatives ont été esquissées dans le passé notamment avec le podcast en 2008 (+4) rapidement supprimé. Gageons que la récente finalisation des contrats SCPP et SPPF pour l'exploitation du podcast musical permettra de relancer ce type d'écoute auprès des radios.

Type de Répertoire

Peu de mouvement dans cette catégorie avec une variation de +10 indicateurs sur les 5 ans de l'étude. Les répertoires de Majors restent ultra majoritaires sur plus de 96% des sites fin 2011 (vs 81% fin 2009), suivis par les indépendants avec 89% (vs 74% fin 2009).

Contrairement à l'univers physique, les autoproduits sont très présents dans les offres commerciales de musique en ligne, plébiscités par 67% des sites de musique en ligne au second semestre 2011, mais en baisse par rapport au second semestre 2007 (81%).

Les **UGC** ont connu un réel engouement en 2008 (+5), de courte durée car en 2009, ce type de répertoires a été retiré de 4 sites dès l'année suivante. Aujourd'hui, ils ne figurent que dans 19% des sites, après avoir dépassé les 30% en 2008.

Le mouvement de concentration des répertoires présents en ligne sur les offres légales autour des artistes de Majors ne plaide pas en faveur de la diversité musicale.

Régime juridique des Œuvres

Le copyright reste la norme : 96% des sites proposent des œuvres sous ce type de régime juridique. Les licences libres ne concernent que 2 sites sur les 27 sites de l'échantillon fin 2011. Rappelons que sur les 100 sites de l'échantillon du deuxième semestre 2011, les licences libres figurent dans 6 sites notamment YouTube.

En 2008, jusqu'à 8 sites ont expérimenté ce type de licence pour l'abandonner l'année suivante (7 sites).

L'intégration du domaine public dans les offres qui concerne 48% des sites de l'échantillon est remarquable d'autant plus que le domaine public ne figurait pas en 2009. Plus rentables, ces répertoires obéissent également à une logique de course aux catalogues.

Accès

Cette catégorie d'indicateur est finalement assez peu dynamique, notamment aucune variation n'a été constatée en 2011.

Si l'accès principal demeure depuis 5 ans l'interface web (96% des sites), l'accès mobile est passé de 19% des sites en 2009 à 70% en 2011.

L'explosion de la vente de smartphones concourt à cette évolution, bien comprise par les éditeurs en ligne. Cette évolution de +13 indicateurs en 5 ans (+11 rien que pour l'année 2008) représente presque l'essentiel de la dynamique de cette catégorie (+19).

Malgré le succès d'iTunes en tant qu'application PC locale sans interface web, ce modèle reste secondaire

pour de nombreux sites qui proposent les deux, sauf Spotify qui calque celui d'Apple.

La TV connectée se fait attendre et le développement d'applications pour ce terminal est à l'arrêt (+4 en 5 ans, -1 en 2011). À ce jour, seuls 33% des sites de l'échantillon ont développé des accès pour ce type de terminal.

Les développements d'accès sur terminal dédié sont très irréguliers : -5 en 2008, aucun en 2009 et +3 en 2010, ce qui représente un solde négatif sur la période (-2).

L'internet des objets communicants est en panne, conséquence d'une diminution du pouvoir d'achat des consommateurs peu attirés par des objets communicants encore jugés superflus.

L'autoradio 3G en série a également du retard par rapport aux prévisions, renvoyant à la question plus large de l'accès internet en voiture et de la qualité aléatoire des réseaux 3G, que devrait corriger l'arrivée de la 4G.

Fonctionnalités

Avec une variation de +50 indicateurs, la catégorie des Fonctionnalités a été peu revisitée depuis 5 ans. En 2007, les éditeurs de services de musique en ligne ont plutôt mis l'accent sur la recommandation (+7), alors que 2008 a été l'année de la copie (+7) avec la fin des **DRM** et des copies limitées.

2009 a révélé l'importance des réseaux sociaux (+7) doublant en 5 ans le nombre de sites concernés (74% en 2011 vs 37% en 2007).

Les pratiques d'**Hébergement** n'ont pas été développées à cause du désintérêt des sites pour les **UGC** et l'hostilité

des labels : seul 1 site sur 3 le propose aujourd'hui (comme en 2007).

D'autres fonctionnalités (+12) ont également été ajoutées depuis 2007 par certains sites, comme le bookmark, le chat, la copie du CD, système d'alerte, la synchronisation mobile offline et le **Cloud**.

Si la fonction de partage se maintient auprès de 2 sites sur 3, la **Déportation** des **Players** et surtout la personnalisation des services ont été délaissées à partir de 2009 : l'hostilité des ayants droit à l'égard de la **Déportation** et la contrainte de devoir s'identifier pour pouvoir personnaliser (souvent de façon complexe) le service, n'ont-ils pas convaincu les éditeurs à investir dans ce type de fonctionnalités.

On assiste à une simplification des services en ligne. Ce relatif appauvrissement de l'offre de fonctionnalités densifie et normalise les sites autour de quelques propositions.

Compte tenu de l'insuffisance des modèles économiques, cette évolution apparaît comme un compromis entre les demandes les plus importantes des utilisateurs et la nécessaire rationalisation des coûts de développement.

Qualité de l'Offre

La catégorie Qualité de l'Offre est le 2^{ème} argument sur lequel de gros efforts ont été consentis, notamment au travers du nombre de références proposées qui est l'indicateur avec la plus forte variation (+86).

Ensuite on retrouve +24 pour l'item Format de fichier, surtout porté par l'abandon progressif du format **WMA** (avec **DRM**) au profit du **MP3** des formats sans perte (**FLAC**, **WAV**) et de l'**AAC** principalement utilisé par iTunes.

La qualité du **Flux** s'est améliorée (+16), surtout entre 2008 et 2009, juste avant l'abandon des **DRM** 2009-2010 (+15).

4.4.5. saisonnalité des variations par indicateurs

On peut constater que depuis 2007, chaque année a été marquée par plusieurs faits marquants qui ont eu une influence notable sur l'offre des éditeurs en ligne de l'échantillon :

2008 : l'irruption des smartphones

Le fort taux de pénétration des smartphones a représenté une réelle opportunité pour les éditeurs de services en ligne qui ont misé sur le développement d'applications mobiles (+11), et la mise en place d'offre Premium combinant PC et mobile (avec synchronisation offline, cf. Spotify puis Deezer), sous forme d'un forfait payant.

En 2007, on comptait seulement 5 sites sur 27 ayant développé une appli mobile, fin 2011, 19 sites proposent désormais cet accès.

Ce développement mobile ne profite pas aux services de sonneries et de logo (+3). La page de ce type de services semble définitivement tournée.

Face à l'absence de rentabilité des services musicaux, 2008 est aussi l'année de la diversification maximale des services non musicaux et non digitaux (+30) : jeux, logiciels, VOD, VPC (CD, merchandising, matériel...), billetterie, photos, blogs, etc.

À cette époque, le nombre de références disponibles est l'argument principal des plateformes de musique en ligne (+27), avec l'ouverture des catalogues après des années de négociation avec les labels.

L'assouplissement des règles commerciales d'iTunes

jusqu'alors partisan d'un prix unique du titre en téléchargement à 0,99€, a permis aux éditeurs en ligne de travailler le marketing prix, en modulant les tarifs en fonction de multiples critères : type de catalogues (nouveau...), durée de l'enregistrement, qualité de l'enregistrement (Qobuz), remises commerciales, **Bundles...**

On retrouve l'indicateur du titre avec une variation de +10 en 2008 correspondant à ces modifications de prix.

2008 est également l'année de l'arrivée de la vidéo (en **Streaming** et en téléchargement) dans les offres musicales (+10), dans le sillage du succès de YouTube. Ce contenu promotionnel destiné aux télévisions est devenu un produit commercial à part entière.

Des efforts sont également consentis sur la qualité éditoriale des sites (+9), avec notamment de l'info concert (+10).

Comprenant les enjeux du marketing de l'offre, les éditeurs se dotent en 2008 d'outils de recommandation automatique ou générée par les utilisateurs (+7).

L'impact est réel : ces outils permettent d'accroître les ventes de +30% selon Amazon.

L'anticipation de l'arrêt des **DRM** a incité de nombreux sites à proposer des catalogues au format **MP3** (+9) de meilleure qualité (+7), souvent composés de répertoires de labels indépendants (+6) notamment grâce aux agrégateurs comme Believe ou Idol qui en facilitent l'accès, du domaine public (+7), voire d'**UGC** (+5).

Ces démarches ont permis d'augmenter la part de marché de ces catalogues face aux Majors : à 40% dans le monde numérique, contre 20% dans le physique. Ces catalogues en **MP3** sont souvent proposés au public en parallèle des fichiers **WMA** sous **DRM** des Majors.

Par contre, les terminaux dédiés connaissent un faux départ avec un solde négatif de -5 variations d'indicateurs en 2008.

2009 : la libération des catalogues et liberté des prix

L'abandon des **DRM** qui a démarré aux Etats-Unis en septembre 2007 avec Amazon **MP3** a réellement permis de lancer le marché de l'offre légale à tous les éditeurs de service, après 5 années au cours desquelles consciemment les labels ont réservé le marché à Apple, lui conférant une dangereuse position dominante.

L'engouement pour les services de téléchargement se traduit alors par la mise en place d'accords d'affiliation ou le développement de plateforme propre (+12) en 2008 et 2009.

Les offres se recomposent en s'ouvrant au **Streaming** (hors USA) sous toutes ses formes (+15) : radio, **Smartradio**, playlist et à la demande.

La surenchère dans le nombre de références est à son apogée (+21) et la diversification des services se poursuit mais de façon moins massive (+17).

Cet abandon des **DRM** (+6) condamne les abonnements de téléchargement temporaire, qui n'ont jamais réellement été plébiscités par le public. Ils sont remplacés par un téléchargement avec un prix au titre ou par des forfaits (+13).

De plus, Apple abandonne sa politique du prix fixe de 0,99€ par morceau pour désormais en proposer à 0,69€, 0,99€ et 1,29€, ouvrant la voie vers une plus grande élasticité des prix du marché.

La fonction de copie persistante, désormais possible avec le **MP3** est adoptée par les éditeurs en ligne (+7). Les sites testent également le podcast qui révolutionne

l'écoute de la radio en délinéarisant ses programmes (+4).

Le changement de format (+9) et de qualité (+5) se poursuit, par contre, l'intérêt des éditeurs en ligne pour l'**UGC** en 2008 (+5) est en retrait cette année-là (-4).

2010 : l'avènement du Streaming

Les évolutions technologiques au niveau du réseau internet (débit) et les puissances de calcul des terminaux offrent de nouvelles perspectives pour les contenus en **Streaming**.

L'accès immédiat, sans nécessité de stocker les fichiers, dans une offre pléthorique emporte rapidement l'adhésion du public.

À partir de 2010 et pour la première fois, la dynamique des sites de **Streaming** notamment à la demande est plus forte que les boutiques en ligne dans la définition de leur offre (+7 vs +5). De nouveaux modèles économiques se mettent en place (abonnement payant, **Bundle** FAI...) pour le titre et l'album (+9 et +11) dont les prix montent.

2010 est également l'avènement de Facebook qui envahit les sites pour proposer, voire se substituer aux réseaux sociaux préexistants parfois (+7).

Les derniers **DRM** disparaissent (+4) presque totalement des sites de téléchargement de l'échantillon.

À noter également, 3 nouveaux sites qui ajoutent la retransmission « live » de concerts à leur offre.

2011 : vers une stabilisation des offres ?

Avec seulement 78 variations d'indicateurs contre 220 en 2008, l'année 2011 est surtout marquée par l'attrait

toujours plus fort pour le **Streaming** (+9) qui s'affirme notamment à travers la playlist (+5).

Ce mouvement de relinéarisation est paradoxal mais compréhensible par un public qui souhaite désormais s'affranchir de la simple écoute à la demande (à relancer après chaque titre), en composant lui-même ses propres programmes musicaux.

Autre fait marquant, la course aux catalogues reprend (+24 vs +14 en 2010). iTunes propose à présent plus de 20 millions de titres.

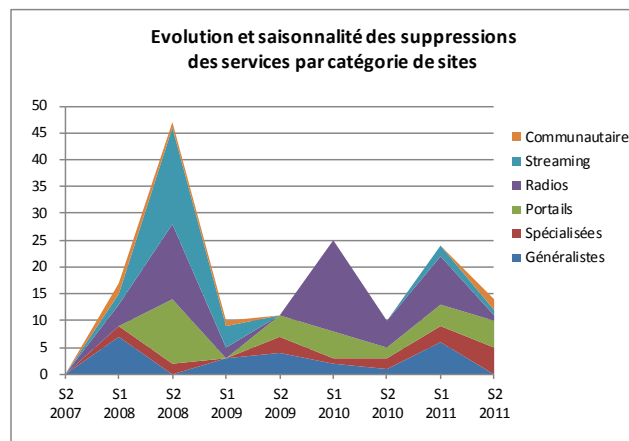
2011 constitue une nouvelle étape dans l'offre légale de musique : toutes les catégories d'indicateurs chutent depuis 2008. Cela traduit soit :

- un découragement des sites à innover sans cesse, sans traduction économique sensible de leur chiffre d'affaires, ni amélioration de leur rentabilité compte tenu du coût des licences,
- le maintien d'un modèle économique qui fonctionne et qu'il convient de maintenir tel quel : la bataille des plus grands éditeurs en ligne semble désormais se déplacer non plus dans l'innovation technologique, marketing ou les contenus, mais plutôt vers la conquête de nouveaux publics, à travers de forts investissements dans l'export de leurs services à l'appui d'accords de co-branding avec des structures offrant des ressources rares.

4.5. Analyse des suppressions de services

4.5.1. par catégories de sites

Suppressions par catégorie	S2 2007	S1 2008	S2 2008	S1 2009	S2 2009	S1 2010	S2 2010	S1 2011	S2 2011	Total suppr.
Généralistes	0	7		3	4	2	1	6	0	23
Spécialisées	0	2	2	0	3	1	2	3	5	18
Portails	0	0	12	0	4	5	2	4	5	32
Radios	0	4	14	2	0	17	5	9	1	52
Streaming	0	2	18	4	0	0	0	2	1	27
Communautaires	0	2	1	1	0	0	0	0	2	6
	-	17	47	10	11	25	10	24	14	158



Le nombre de suppressions de services sur 5 ans (-158) n'a finalement représenté qu' 1/5^e du nombre d'ajouts/modifications (+706). Le nombre de suppressions est assez stable depuis 2009, avec une faible érosion chaque année.

2008 a été une année charnière avec une amplitude maximale de 348 révélant la profonde mutation des sites qui s'est opérée.

L'évolution annuelle des services supprimés concerne principalement les radios et les portails. L'examen semestriel figurant plus haut montre que les résultats selon les sites et les indicateurs sont plus contrastés.

Les radios de l'échantillon, première catégorie de sites en termes de suppressions, totalisent - 52. Skyrock est le site qui a réalisé le plus de suppressions (-19), suivi de Hotmix radio (-13) et de Nexus (-8).

Les radios ont surtout fini par abandonner la perso mobile, la **Déportalisation** de leur **Player** et la personnalisation de leur site (dont la contrainte pour l'utilisateur est la souscription).

À part Orange qui a maintenu une activité de téléchargement de musique en propre, les portails (-32) se sont surtout recentrés sur leur métier, abandonnant l'exploitation directe de services de musique en ligne, en préférant s'appuyer sur des partenaires spécialisés, ou arrêter leurs activités musicales.

Les sites de Streaming indique un nombre de suppressions important (-27), surtout motivées par l'arrêt de l'écoute à la demande (titre, album) ou la suppression d'indicateurs secondaires comme la playlist pour certains sites « en panne » (Finetune, LastFM).

Les boutiques généralistes (-23) ont fait l'économie du podcast dès 2008 (Virginmega, Fnac.com, Musicme, Cellfish) ou de la personnalisation (Emusic, Fnac.com, Musicme).

Les 3 boutiques spécialisées de l'échantillon ont finalement supprimé peu d'indicateurs avec un total de -18. Cela concerne essentiellement le **Streaming** à la demande (MusicClassics et Deutsche Grammophon) et les autoproduits (MusicClassics, Deutsche Grammophon et Musique en Ligne).

Ces boutiques spécialisées qui participent d'une segmentation de l'offre n'arrivent pas à obtenir des conditions plus avantageuses pour n'offrir que la partie des catalogues qui correspond à leur cible.

Dans cette stratégie, la segmentation des offres de **Streaming** a-t-elle un espace commercial ?

Les 3 sites communautaires ne totalisent que 6 suppressions sur 5 années, soit 2 par site, ce qui est loin de la moyenne de 6 suppressions par site. Cela confère à ces sites une certaine stabilité sur la durée et que leur modèle est mieux adapté au net.

4.5.2 par indicateurs

Les catalogues alternatifs comme les autoproduits (-9), les licences libres (-7) et les **UGC** (-5) sont moins représentés face à des répertoires plus populaires. La théorie de la longue traîne ne semble pas adaptée à cette catégorie de productions alternatives.

La playlist chute de -6. On ne la retrouve plus que sur des sites de **Streaming** à la demande. Proposée sous la forme de pré-écoute de 30 secondes, le système de licences implique des accords de gré à gré avec les labels, et non une simple gestion collective, rendant l'acquisition des autorisations autrement plus complexe.

La brève apparition du podcast musical en 2008, quasiment disparu des offres (-6) a conjugué deux facteurs négatifs : un modèle économique à construire (cf. les FM aujourd'hui) et une absence d'autorisation

par les sociétés de gestion collectives SCPP et SPPF qui viennent seulement de finaliser un contrat général...

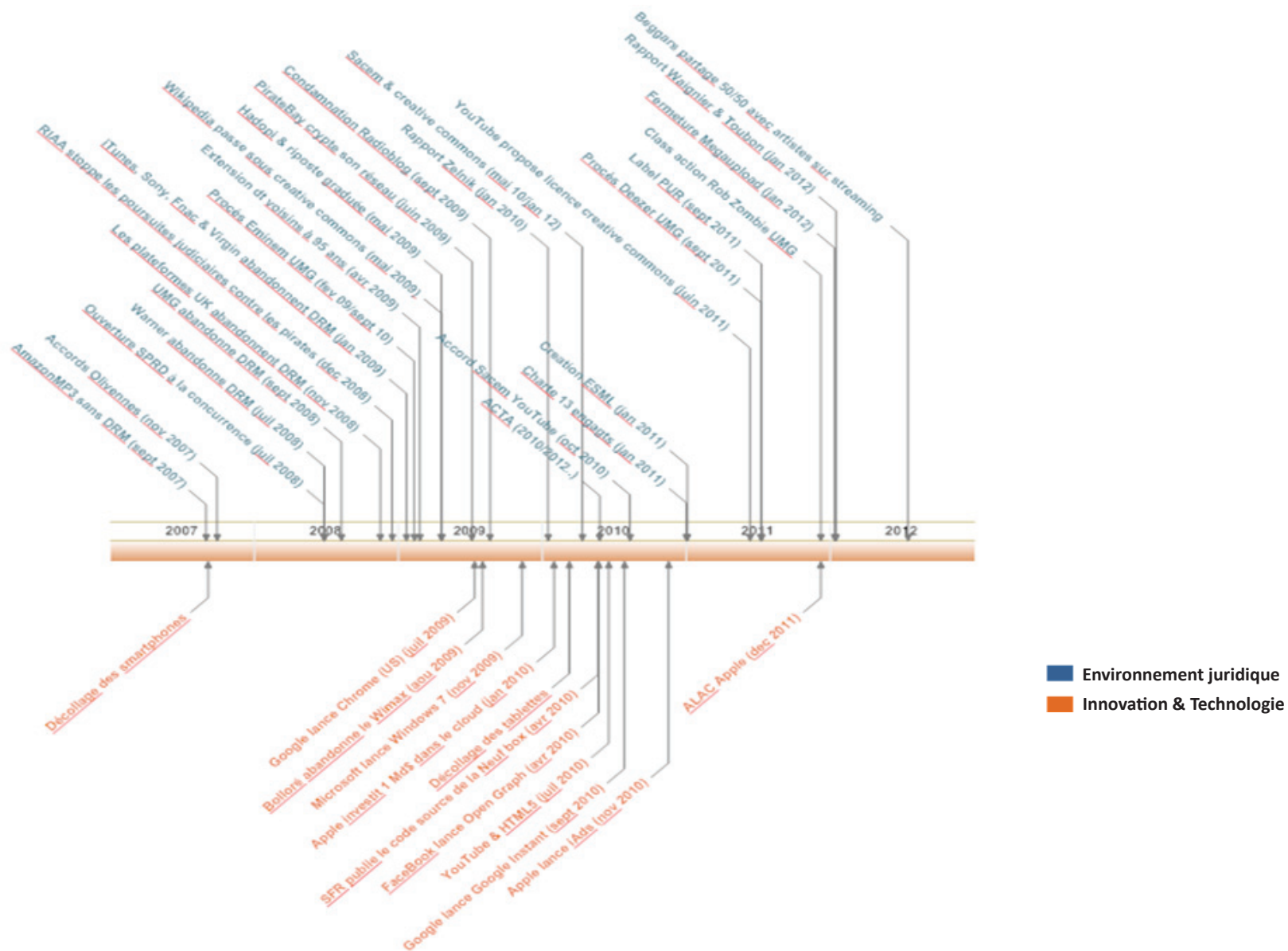
Les fonctionnalités de **Déportalisation** et de personnalisation ont disparu de 10 sites :

- La **Déportalisation** pour des raisons à la fois légale (problème du suivi des exploitations du **Player** déportalisé sur des sites tiers) et économique (dispersion de l'audience), malgré un gain d'utilisateurs par marketing viral,
- La personnalisation implique pour l'utilisateur d'être inscrit sur un site pour être reconnu. Si les sites de **Streaming** ont poussé cette fonctionnalité permettant de mieux identifier leurs utilisateurs, les radios l'ont abandonnée face à des auditeurs réticents. Cette personnalisation implique également le développement de services plus élaborés et donc plus coûteux.

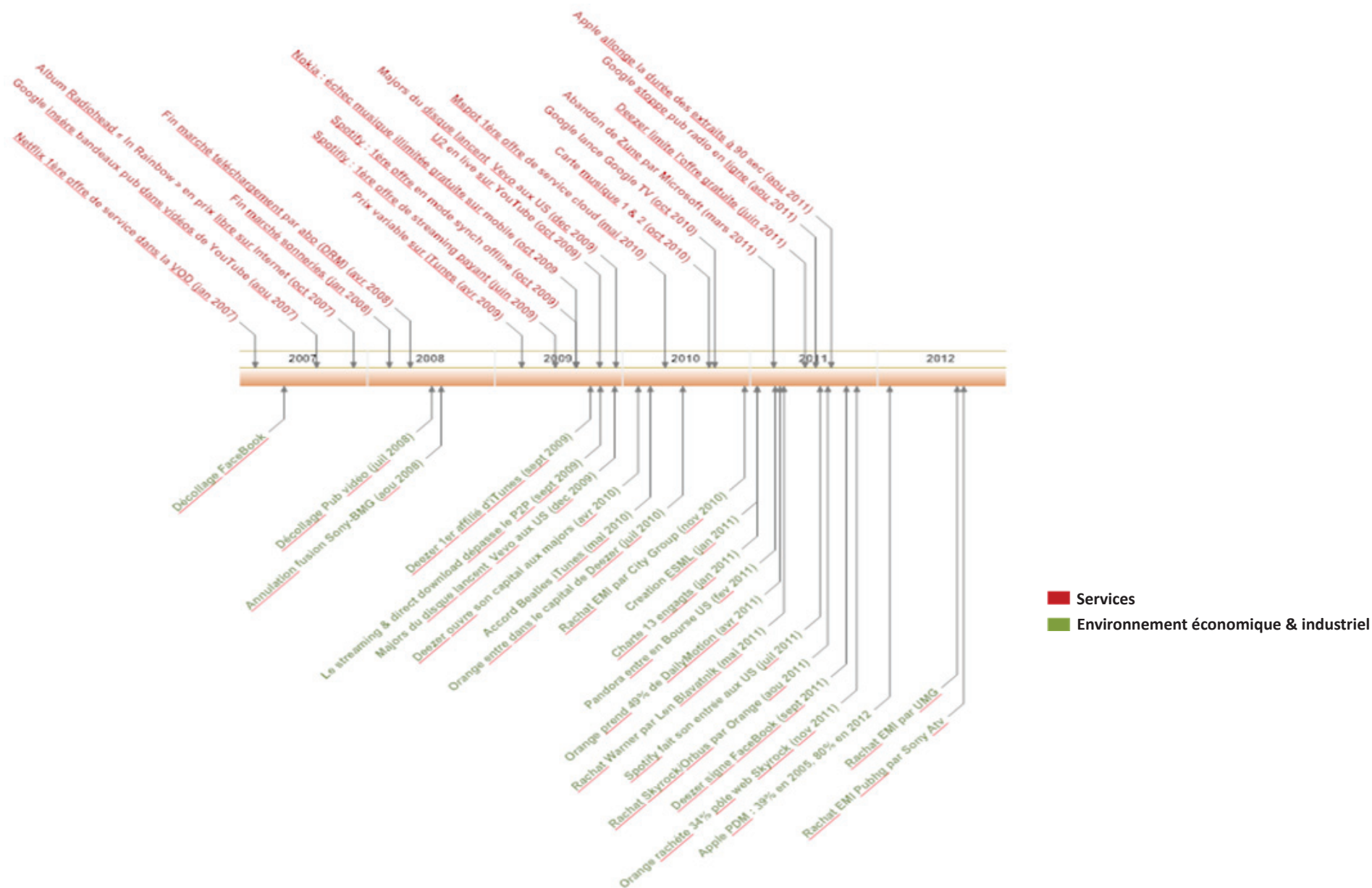
Synthèse de la saisonnalité des suppressions de services par sites

		Service	S2 2007	S1 2008	S2 2008	S1 2009	S2 2009	S1 2010	S2 2010	S1 2011	S2 2011	Total
Généralistes			-	-7	0	-3	-4	-2	-1	-6	0	-23
	1	iTunes	-	-1	0	0	0	0	0	0	0	-1
	2	Rhapsody	-	0	0	0	0	-2	0	0	0	-2
	3	Emusic	-	0	0	-1	0	0	-1	0	0	-2
	4	Virginmega	-	-1	0	-1	0	0	0	-2	0	-4
	5	Fnac	-	-1	0	-1	0	0	0	-2	0	-4
	6	Musicme	-	-3	0	0	0	0	0	0	0	-3
	7	Cellfish	-	-1	0	0	-4	0	0	-2	0	-7
Spécialisées			-	-2	-2	0	-3	-1	-2	-3	-5	-18
	8	MusiClassics	-	0	-1	0	-1	0	0	-1	-5	-8
	9	Deutsche Grammophon	-	0	-1	0	-1	-1	-2	-2	0	-7
	10	Musique en ligne	-	-2	0	0	-1	0	0	0	0	-3
Portails			-	0	-12	0	-4	-5	-2	-4	-5	-32
	11	Yahoo music	-	0	-6	0	0	0	-1	-1	-1	-9
	12	Orange	-	0	-1	0	-1	-2	0	0	-2	-6
	13	SFR	-	0	0	0	0	-1	-1	-3	0	-5
	14	Neuf music	-	0	-1	0	-1	0	0	0	-2	-4
	15	NRJ	-	0	-4	0	-2	-2	0	0	0	-8
Radios			-	-4	-14	-2	0	-17	-5	-9	-1	-52
	16	Skyrock	-	0	-3	0	0	-10	0	-5	-1	-19
	17	Hotmix radio	-	-1	-4	0	0	-6	0	-2	0	-13
	18	Liveradio	-	0	-4	-1	0	0	-1	-1	0	-7
	19	Nexus radio	-	-2	-1	-1	0	0	-4	0	0	-8
	20	Awdio	-	-1	-2	0	0	-1	0	-1	0	-5
Streaming			-	-2	-18	-4	0	0	0	-2	-1	-27
	21	Last FM	-	-1	-5	0	0	0	0	0	0	-6
	22	Pandora	-	0	-2	0	0	0	0	0	0	-2
	23	Finetune	-	-1	-10	-1	0	0	0	-2	-1	-15
	24	Deezer	-	0	-1	-3	0	0	0	0	0	-4
Communautaires			-	-2	-1	-1	0	0	0	0	-2	-6
	25	YouTube	-	-2	-1	0	0	0	0	0	0	-3
	26	MySpace	-	0	0	0	0	0	0	0	-2	-2
	27	Jamendo	-	0	0	-1	0	0	0	0	0	-1
		Total	-	-17	-47	-10	-11	-25	-10	-24	-14	-158

5. Frise chronologique des principaux évènements survenus entre 2007 et 2011



Frise chronologique des principaux évènements survenus entre 2007 et 2011



6. Annexe

Liste des acquisitions de Google (source wikipédia)

Liste des acquisitions de Google, http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Liste_des_acquisitions_de_Google&oldid=81520752 (Page consultée le août 28, 2012).

Google a racheté des sociétés qui lui ont permis d'améliorer son moteur de recherche sur internet et de conserver son avance technologique et marketing. Chaque acquisition concerne la société dans son ensemble (si ce n'est pas le cas, cela est spécifié). Les dates listées sont les dates de l'accord entre Google et les sociétés qui ont fait l'objet de l'acquisition. La valeur de chaque acquisition est listée en dollar américain car le siège de Google est aux États-Unis. Si la valeur n'est pas mentionnée, c'est qu'elle est restée confidentielle. Lorsqu'un service Google résulte de cette acquisition, cela est spécifié.

Google a acquis plus de 100 sociétés, avec comme plus grosse acquisition, celle de Motorola Mobility, un fabricant de téléphones, pour un montant de 12,5 milliards de dollars américains. Sa deuxième plus grosse acquisition est DoubleClick, une régie publicitaire en ligne, pour un montant de 3,1 milliards de dollars américains. L'organisme antitrust américain a pris près d'un an pour donner son accord, de par la taille de l'acquisition. La majeure partie des sociétés acquises par Google sont aux États-Unis et pour la plupart sont autour de la baie de San Francisco.

N°	Date d'acquisition	Société	Activité	Pays	Valeur (M\$)	Utilisé comme / Intégré à
1	février 2001	Deja	Usenet	US		Google Groups
2	septembre 2001	Outride	Moteur de recherche	US		Google Personalized Search (iGoogle)
3	février 2003	Pyra Labs	Blogging	US		Blogger
4	avril 2003	Neotonic Software	Gestion de la relation client	US		Google Groups, Gmail
5	avril 2003	Applied Semantics	Publicité en ligne	US	102	AdSense, AdWords
6	septembre 2003	Kaltix	Moteur de recherche	US		iGoogle
7	octobre 2003	Sprinks	Publicité en ligne	US		AdSense, AdWords
8	octobre 2003	Genius Labs	Blogging	US		Blogger
9	mai 2004	Ignite Logic	Éditeur HTML	US		Google Sites
10	juillet 2004	Picasa	Hébergement d'images	US		Picasa, Blogger
11	septembre 2004	ZipDash	Analyse de trafic	US		Google Maps for Mobile
12	octobre 2004	Where2	Analyse cartographique	AU		Google Maps
13	octobre 2004	Keyhole, Inc	Analyse cartographique	US		Google Maps, Google Earth
14	mars 2005	Urchin Software Corporation	Mesure d'audience	US		Google Analytics
15	mai 2005	Dodgeball	Réseautage social	US		Google Latitude
16	juillet 2005	Reqwireless	Navigaton mobile	CA		Google Mobile
17	juillet 2005	Current Communications Group	Haut débit	US	100	Dorsale Internet
18	août 2005	Android	Applications mobile	US		Android
19	novembre 2005	Skia	Logiciels graphiques	US		Android, Google Chrome
20	novembre 2005	Akwan Information Technologies	Moteur de recherche	BR		Internet backbone
21	décembre 2005	AOL *	Haut débit	US	1 000	
22	décembre 2005	Phatbits	Widgets	US		Google Desktop
23	décembre 2005	allPAY GmbH	Applications mobile	DE		Google Mobile
24	décembre 2005	bruNET GmbH	Applications mobile	DE		Google Mobile
25	janvier 2006	dMarc Broadcasting	Publicité	US	102	AdSense
26	février 2006	Measure Map	Blogging	US		Google Analytics
27	mars 2006	Upstartle	Traitement de texte	US		Google Documents
28	mars 2006	@Last Software	Modélisation 3D	US		Google Sketchup
29	avril 2006	Orion	Moteur de recherche	AU		Google Search
30	juin 2006	2Web Technologies	Tableur web	US		Google Spreadsheet
31	août 2006	Neven Vision Germany GmbH	Vision par ordinateur	DE		Picasa & Google Goggles
32	octobre 2006	YouTube	Hébergement de vidéo	US	1 650	YouTube
33	octobre 2006	JotSpot	Applications Web	US		Google Sites
34	décembre 2006	Endoxon	Cartographie	CH	28	Google Maps
35	janvier 2007	Xunlei **	Partage de fichiers	CN	5	
36	février 2007	Adscape	Publicité dans le jeu vidéo	US	23	AdSense
37	mars 2007	Trendalyzer	Logiciels de statistiques	SE		Google Analytics
38	avril 2007	Tonic Systems	Logiciels de présentation	US		Google Docs
39	avril 2007	Marratech	Visioconférence	SE	15	Google Talk
40	avril 2007	DoubleClick	Publicité en ligne	US	3 100	AdSense
41	mai 2007	GreenBorder	Sécurité informatique	US		Google Chrome
42	juin 2007	Panoramio	Partage de photographies	ES		Panoramio
43	juin 2007	FeedBurner	Gestion de flux RSS	US	100	FeedBurner
44	juin 2007	PeakStream	Parallel processing	US		Server (computing)
45	juin 2007	Zenter	Programme de présentation	US		Google Docs
46	juillet 2007	GrandCentral	VoIP	US	45	Google Voice
47	juillet 2007	Image America	Photographie aérienne	US		Google Maps
48	juillet 2007	Postini	Sécurisation des communications	US	625	Gmail
49	septembre 2007	Zingku	Réseau social	US		Google Mobile
50	octobre 2007	Jaiiku	Micro-blogging	FI		Google Mobile
51	juillet 2008	Omnisio	Hébergement vidéo	US	15	YouTube
52	septembre 2008	TNC (Tatter and Company)	Hébergeur de blogs	KR		Blogger
53	août 2009	On2	Compression de vidéo	US	106	WebM & YouTube
54	septembre 2009	reCAPTCHA	Sécurité	US		
55	novembre 2009	AdMob	Publicité en téléphonie mobile	US	750	

56	novembre 2009	Gizmo5	VoIP	US	30	Google Voice
57	novembre 2009	Teracent	Publicité en ligne	US		Adsense
58	décembre 2009	AppJet (EtherPad)	Logiciel de groupe de travail en temps réel	US		Google Wave, Google Docs
59	février 2010	Aardvark	Moteur de recherche collaboratif	US	50	Aardvark
60	février 2010	reMail	Moteur de recherche d'email	US		Gmail
61	mars 2010	Picnik	Editeur de photo en ligne	US	5	Picasa
62	mars 2010	DocVerse	Partage de fichier Microsoft Office	US	25	Google Docs
63	avril 2010	Episodic	Hébergeur de vidéo platform start-up	US		YouTube
64	avril 2010	PlinkArt	Visual Search Engine Mobile start-up	GB		Google Goggles
65	avril 2010	Agnilux	Server technology start-up	US		
66	avril 2010	LabPixies	Gadgets	IL		
67	avril 2010	Bump Technologies	environnement bureau	CA	30	Android
68	mai 2010	Simplify Media	Music syncing	GB		Android
69	mai 2010	Ruba.com	Travel	US		Google
70	juin 2010	Invite Media	Advertising	US	81	DoubleClick
71	juillet 2010	ITA Software	Travel technology	US	700	
72	juillet 2010	Metaweb	Semantic Search	US		
73	juin 2010	Zetawire	Mobile payment, NFC	CA		Android
74	août 2010	Instantiations	Java/Eclipse/AJAX Developer Tools	US		Google Web Toolkit
75	août 2010	Slide.com	Social gaming	US	182	
76	août 2010	Jambool	Social Gold payment	US	70	
77	août 2010	Like.com	Visual Search Engine	US	100	boutiques.com
78	août 2010	Angstro	Social networking service	US		
79	août 2010	SocialDeck, Inc.	Social gaming	CA		
80	septembre 2010	Quiksee	Online video	IL	10	Google Maps
81	septembre 2010	Plannr	Schedule Management	US		
82	octobre 2010	BlindType	Touch Typing	GR		Android
83	décembre 2010	Phonetic Arts	Speech synthesis	GB		Google Voice
84	décembre 2010	Widevine Technologies	DRM	US		Google TV
85	janvier 2011	eBook Technologies	eBook	US		Google Books
86	janvier 2011	SayNow	Voice Recognition	US		Google Voice
87	janvier 2011	fflick	Social network service	US	10	YouTube
88	mars 2011	Zynamics	Security	DE		
89	mars 2011	BeatThatQuote.com	Price comparison service	GB	38	
90	mars 2011	Next New Networks	Online video	US		YouTube
91	mars 2011	Green Parrot Pictures	Digital video	IE		YouTube
92	avril 2011	PushLife	Service provider	CA	25	
93	avril 2011	TalkBin	Mobile software	US		Android
94	mai 2011	Sparkbuy	Price comparison service	US		Google Product Search
95	juin 2011	PostRank	Social media analytics service	CA		
96	juin 2011	Admeld	Online advertising	US	400	AdSense, AdWords
97	juin 2011	SageTV	Media Center	US		Google TV
98	juillet 2011	Punchd	Loyalty program	US		Google Wallet
99	juillet 2011	Fridge	Social groups	US		Google+
100	juillet 2011	PittPatt (Pittsburgh Pattern Recognition)	Système de reconnaissance facial	US		
101	août 2011	Dealmap	Site de géolocalisation de bonnes affaires	US		Google Offers
102	août 2011	Motorola Mobility	Brevets sur les téléphones mobiles	US	12 500	Android, Google TV
103	septembre 2011	Zave networks	Coupons de réduction numériques	US		Google Offers
104	septembre 2011	Zagat	Avis des clients sur le commerce local	US	151	Google Places
105	septembre 2011	Daily Deal	Ventes groupées - Clone allemand de Groupon	DE	114	Google Offers
106	octobre 2011	SocialGrapple	Spécialiste dans l'analyse des comptes Twitter	US		Google+
107	novembre 2011	Apture	Navigaton web	US		Google Chrome
108	novembre 2011	Katango	Spécialiste des interactions communautaires	US		Google+
109	décembre 2011	RightsFlow	Gestion de droits musicaux	US		Youtube
110	décembre 2011	Clever Sense	Recommandations vocales personnalisées de lieux	US		Android
111	avril 2012	TxVia	Paiement en ligne	US		Google Wallet
112	mai 2012	Mike and Maaike	Design industriel	US		Motorola Mobility
113	juin 2012	Meebo	Outils de messagerie instantanée	US	100	Google Plus
114	juin 2012	Quickoffice	Suite bureautique	US		Google Documents (?)
115	juillet 2012	Sparrow	Applications Mobile	FR		Google Mail
116	juillet 2012	Wildfire	Marketing social media	US	250	Google+
117	août 2012	Frommer's	Guides de voyages fondés en 1957	US	25	Google Maps

*Acquisition de 5% du capital - ** Acquisition de 4% du capital

7. Glossaire

Bundle : lot de produits ou services en ligne à titre promotionnel.

Codec : contraction de compression et de décompression, le **Codec** est un algorithme de compression de données et de décompression de ces données pour la lecture.

Content Centric : ensemble d'applications et services en ligne centrés sur le contenu.

Cloud : **Cloud Computing**, concept de déportation sur des serveurs distants des traitements informatiques traditionnellement localisés sur le poste utilisateur, permettant à la fois d'offrir un accès distant à ses informations et d'optimiser la puissance de calcul par la mutualisation des serveurs.

Creative Commons : licences d'autorisation non exclusives permettant aux titulaires de droits d'autoriser le public à effectuer certaines utilisations, tout en ayant la possibilité de réserver les exploitations commerciales, les œuvres dérivées ou le degré de liberté (au sens logiciel libre).

Déportation : décontextualisation d'un contenu de son environnement multimédia vers un autre, proposée à l'utilisateur final.

DRM : (Digital Rights Management) système numérique de gestion des droits ayant pour objectif de donner des renseignements concernant l'utilisation des œuvres numériques et de contrôler par des mesures techniques de protection (MTP) l'usage qui en est fait.

Flux : transmission d'informations multimédia temporelles.

Hébergement : espace de stockage dédié, réservé et personnel sur internet, permettant de mettre le contenu de son choix à disposition des internautes.

Kbps : (kilobits par seconde) taux de transfert de données.

Lyrics : traduction anglaise de paroles.

Player : logiciel (lecteur) permettant de lire un fichier multimédia (audio, vidéo, RSS).

Smartradio : programme personnalisable en mode **Flux**, permettant certaines interactions avec le contenu.

Streaming : diffusion de fichiers audio/vidéo sur internet.

User Centric : ensemble d'applications et services en ligne centrés sur l'utilisateur, par opposition à « **Content Centric** ».

UGC : User Generated Content, contenu généré par les utilisateurs.

Webradio : programme non personnalisable, reçu simultanément par le public en **Flux** continu, exclusivement sur internet.

Glossaire des formats de fichiers audio (Source Wikipedia)

Un format de fichier audio est un format de données utilisé en informatique pour stocker des sons (de la musique, des voix, etc.) sous forme numérique. De nombreux standards existent ; certains s'appliquent à la production, au stockage et à la diffusion, d'autres (ceux qui utilisent des algorithmes de compression de données ou de débit), sont destinés, en principe, uniquement à la diffusion. Actuellement, le format le plus utilisé est de loin le **MP3** suivi du **WMA**, et de l'**AAC**.

AAC * (ou MPEG-2 AAC) (Advanced Audio Coding)** est une extension du **MPEG-2** et a été amélioré en **MPEG-4**, **MPEG-4** version 2 et **MPEG-4** version 3. Il a été reconnu fin avril 1997. Le suffixe des fichiers créés est **.AAC**, **.mp4**, **.m4a**.

Apple a choisi l'**AAC** comme **Codec** privilégié, on le retrouve dans son iPod et son logiciel iTunes. Pour la vente musicale en ligne iTunes Music Store, la norme **AAC** ne proposant pas de système de gestion des droits numériques (**DRMs**), Apple a développé son propre système, appelé FairPlay. Il est lisible sur Mac OS et Windows, uniquement avec le logiciel iTunes.

Le fait que l'**AAC** soit le seul format de compression à pertes plus performant que le **MP3** qui soit supporté par les iPod a fortement contribué à sa popularité. Insuffisamment cependant pour qu'il s'impose comme successeur du **MP3** d'autres formats cités faisant largement jeu égal en performances.

AIFF * est un format de stockage de sons sur les ordinateurs d'Apple. C'est l'équivalent du format WAV dans le monde Windows. Les résolutions 8, 16, 20, 24 et 32 bits (à virgule flottante) sont acceptées. Le suffixe des fichiers créés est **.aif**.

FLAC ** (Free Lossless Audio Codec) est un format libre de compression audio sans perte. Maintenu par la fondation Xiph.org, il est apprécié pour conserver la qualité des fichiers sonores originaux en alternative aux formats de compression avec perte type **MP3**.

MP3 *** est l'abréviation de **MPEG-1/2 Audio Layer 3**. Cet algorithme de compression prend naissance en 1987. L'ISO en fera un standard dans les années 92-93. La couche (Layer) III est la couche la plus complexe. Elle est dédiée à des applications nécessitant des débits faibles (128 kbit/s) d'où une adhésion très rapide du monde Internet à ce format de compression. Les taux

de compression (ratio) sont d'ordinaire de 1 pour 10 (1:10) (1:4 à 1:12). Très rapide à l'encodage. Des royalties importantes sont à payer pour exploiter la licence **MP3**. Utiliser l'encodeur **MP3 LAME** dernière version, encodé à 130 kbit/s (V5) permet d'obtenir une qualité comparable au **AAC** (Advanced Audio Coding) encodé à 48 kbit/s[5].

MPEG, MPEG 4 également appelé ISO/CEI 14496, est une norme de codage d'objets audiovisuels spécifiée par le Moving Picture Experts Group (**MPEG**). La norme **MPEG-4** spécifie d'abord des techniques pour gérer le contenu de scènes comprenant un ou plusieurs objets audio-vidéo. Contrairement à **MPEG-2** qui visait uniquement des usages liés à la télévision numérique (diffusion DVB et DVD), les usages de **MPEG-4** englobent toutes les nouvelles applications multimédias comme le téléchargement et le **Streaming** sur Internet, le multimédia sur téléphone mobile, la radio numérique, les jeux vidéo, la télévision et les supports haute définition.

La norme spécifie de nouveaux **Codecs** audio et vidéo et enrichit les contenus multimédia, en ajoutant de

nouvelles applications comme le VRML (étendu), la prise en charge de la gestion des droits numériques et de plusieurs types d'interactivités.

OGG *** Le format **OGG** Vorbis est un format libre, fruit de la fondation Xiph.org. Vorbis se différencie des **MP3**, **WMA** et autre **AAC** par son algorithme. Il segmente les sources audio en paquets successifs, l'algorithme de compression agissant dans un premier temps sur chaque paquet indépendamment des autres. Cela lui permet d'avoir très peu de faiblesses sur certaines fréquences et de conserver la même qualité quel que soit le type de musique. Le suffixe des fichiers créés est **.OGG** ou parfois **.oga**.

WMA *** (**Windows Media Audio**) créé par Microsoft à partir des recommandations **MPEG-4** en 1999, est utilisé par le logiciel Windows Media **Player**. Ce format est lié à une gestion pointue des droits d'auteurs (Gestion numérique des droits, en anglais Digital Right Management ou **DRM**) qui permet de définir par exemple une durée de vie limitée pour les fichiers ou d'interdire les possibilités de gravure.

Multicanal, le son **Multicanal** englobe un éventail de techniques d'enregistrement, de mixage et de reproduction dit « Surround », c'est-à-dire, tout système de reproduction supérieur à deux voies (stéréo). La plupart des **Codecs** (**WAV**, **MP3**, **WMA**, **OGG**...) ont des versions qui supportent le **Multicanal**.

Surround 5.1, le format **Multicanal** 5.1 désigne un système audio à cinq voies, destiné à reproduire six canaux sonores. Suivant son utilisation (cinéma, home cinema, télévision HD, DVD, disque Blu-ray, Super Audio CD, jeux vidéo), la terminologie pourra correspondre à des réalités différentes.

NB : La plateforme spécialisée MySurround (en partenariat DBR Prod) propose les fichiers musicaux aux formats DBR suivants : **DBR.WAV** (fichiers de musique Surround avec lesquels il est possible de graver ses propres CD Surround), **DBR.AC3** (fichiers audio Surround encodés en AC3), **DBR.WMA** (fichiers audio Surround au format propriétaire Microsoft®, nécessitant le décodeur Windows Media Audio), **DBR.OGG** (fichiers audio Surround encodés par des algorithmes « libres », à savoir un encodage audio Vorbis et une encapsulation **OGG**), **DBR.MP3** (fichiers stéréo et non Surround).

* formats audio sans compression

** formats audio compressés sans perte

*** formats audio compressés avec perte

Ce rapport 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>

Ce rapport a été établi avec la collaboration de **Xavier Filliol**, expert indépendant

Pour toutes informations complémentaires, veuillez prendre contact avec :
André Nicolas, Responsable de l'Observatoire de la musique
Judith Véronique, Isabelle Martiréné, Chargées 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
Site internet : <http://observatoire.cite-musique.fr>