



**L'ÉCONOMIE
DE LA
PRODUCTION
MUSICALE** **EDITION 2011**

snep
profession
producteur

Syndicat National de
l'Édition Phonographique

L'ÉCONOMIE DE LA PRODUCTION MUSICALE

SOMMAIRE 2011

EDITO	4
→ Chapitre 1	
L'ÉTAT DU MARCHÉ EN 2010	7
1.1 - LES CHIFFRES CLÉS	8
→ Chapitre 2	
LA TVA A L'ÈRE NUMÉRIQUE	15
2.1 - UNE DISTORSION DES TAUX DE TVA EN FRANCE SELON LA NATURE DES BIENS CULTURELS	16
2.2 - UNE DISTORSION DE TVA SELON LE PAYS D'IMPLANTATION DES PLATEFORMES DE DISTRIBUTION DE BIENS CULTURELS SUR INTERNET.	17
2.3 - L'APPLICATION D'UN TAUX DE TVA INTERMÉDIAIRE SUR LA VENTE DE MUSIQUE SUR INTERNET GÉNÉRERAIT DES RECETTES PLUS ÉLEVÉES POUR L'ÉTAT FRANÇAIS.	18
→ Chapitre 3	
MUSIQUE ET NUMÉRIQUE : PRATIQUES ET PERCEPTIONS DES FRANÇAIS	21
3.1 - PROFIL DES CONSOMMATEURS NUMÉRIQUES	22
3.2 - LES TYPES D'USAGES LES PLUS FRÉQUENTS DE MUSIQUE NUMÉRIQUE	22
3.3 - LES CONSOMMATEURS DE MUSIQUE EN LIGNE SONT TRÈS SATISFAITS DES SERVICES PROPOSÉS	23
→ Chapitre 4	
PANORAMA DE LA CONSOMMATION DE MUSIQUE	25
4.1 - LA PLACE DE LA MUSIQUE DANS L'UNIVERS DE L'ENTERTAINEMENT	26
4.2 - LES ACHATS DE CD	27
4.3 - LA BAISSÉ DU PRIX DES ALBUMS SE POURSUIT.....	30
4.4 - LA BAISSÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES ALBUMS : UN EFFET VOLUME ET UN EFFET PRIX	31
4.5 - L'ACHAT DE MUSIQUE EN TÉLÉCHARGEMENT	32
4.6 - LA CONSOMMATION DE MUSIQUE EN STREAMING	34
4.7 - UNE DÉSAFFECTION DES SITES DU P2P DEPUIS LE VOTE DE LA LOI HADOPI	34
4.8 - UNE DÉSAFFECTION DU P2P AU PROFIT DE L'OFFRE LÉGALE	35
4.9 - LES MEILLEURES VENTES EN 2010	36
→ Chapitre 5	
MUSIQUE ET MEDIAS	43
5.1 - MUSIQUE ET RADIO	44
L'AUDIENCE DE LA RADIO	44
UN NÉCESSAIRE RÉAMÉNAGEMENT DES CONDITIONS D'APPLICATION DE LA LOI SUR LES QUOTAS	44
L'ANNÉE 2010 EN RADIO	47
LES MEILLEURES DIFFUSIONS EN RADIO EN 2010	47
5.2 - MUSIQUE ET TELEVISION	50
LE DÉFICIT DE LA MUSIQUE À LA TÉLÉVISION	50

→ Chapitre 6	
LE MARCHÉ MONDIAL DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE.....	51
6.1 - ÉVOLUTION 2010/2009 PAR PAYS	53
6.2 - ZOOM SUR LES VENTES DE SUPPORTS	55
6.3 - ZOOM SUR LES VENTES NUMÉRIQUES	56
6.4 - LES DIFFÉRENTES STRUCTURES DE MARCHÉ.....	58
6.5 - LES TAUX DE SUBSTITUTION NUMÉRIQUE/PHYSIQUE : DES SITUATIONS HÉTÉROGÈNES	61
→ Chapitre 7	
LA DISTRIBUTION	63
7.1 - LA DISTRIBUTION PHYSIQUE	64
7.2 - LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE	69
→ Chapitre 8	
LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ L'ANNÉE 2010	71
10.1 - LES 100 MEILLEURES VENTES DE TITRES FUSIONNÉES (PHYSIQUE + NUMÉRIQUE)	72
10.2 - LES 200 MEILLEURES VENTES D'ALBUMS FUSIONNÉES (PHYSIQUE + NUMÉRIQUE)	74
10.3 - LES 100 TITRES LES PLUS DIFFUSÉS EN RADIO	78
10.4 - LES CERTIFICATIONS « DISQUES D'OR » DE L'ANNÉE	80
10.5 - LES LAURÉATS DES VICTOIRES DE LA MUSIQUE	85
10.6 - LA SÉLECTION PRIX CONSTANTIN	86

Une édition du SNEP

Directeur de la publication :

David EL SAYEGH

Rédaction :

Antonie CARTIER

assistée de Fernande ZAHOROSKO

Coordination :

Patricia SARRANT

Maquette et infographie :

Pauline NAPOLY

Remerciements à tous ceux

qui nous ont aidés à réaliser

ce ouvrage en nous communiquant

leurs données.

Dépôt légal : juin 2011

ISBN : 2-907366-99-8

SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION

PHONOGRAPHIQUE

14 Boulevard du Général Leclerc

92200 Neuilly

Tél : 01 47 38 04 04

Fax : 01 47 38 04 00

L'année 2011 doit être considérée comme une année de transition pour les producteurs phonographiques.

La mise en œuvre de la réponse graduée par l'HADOPI constitue l'un des événements majeurs de l'année écoulée.

S'il est encore trop tôt pour évaluer l'efficacité de la réponse graduée, force est de constater que la catastrophe numérique annoncée par certains n'a pas lieu, bien au contraire.

En effet, il est indéniable que la loi HADOPI a eu un effet dissuasif sur la fréquentation des services P2P. Ces derniers ont perdu 2.2 millions de visiteurs uniques entre octobre 2009, date du vote de la loi, et décembre 2010. D'après Nielsen, plus de la moitié de cette baisse de fréquentation (soit 1.2 million de visiteurs uniques) a été réalisée depuis l'envoi des premiers mails d'avertissement.

Pour une loi que d'aucuns qualifient « inadaptée » et « obsolète », ce n'est pas si mal !

L'HADOPI devra toutefois démontrer sa capacité à appréhender les nouvelles formes de piraterie sur Internet.

Les producteurs phonographiques sont par ailleurs confrontés à d'autres enjeux.

Le plus important est certainement celui du développement de l'offre légale sur Internet. Il désormais incontestable que celle-ci s'est améliorée de manière très significative avec une quarantaine de plateformes mettant à disposition près de 14 millions de titres.

On observe d'ailleurs que le nombre de transactions sur les offres légales de musique en ligne a dépassé celui réalisé dans l'univers de la distribution physique, mais surtout que l'audience des sites légaux est désormais sensiblement supérieure à celle des services illégaux.

Ces changements sont très encourageants et placent le marché de la musique enregistrée en tête de la mutation numérique des industries culturelles.

Pour autant, il est indispensable que ces offres, qui suscitent l'adhésion des internautes avec un taux de satisfaction à hauteur de 90 %, puissent reposer sur des modèles économiques pérennes.

A cet égard, saluons l'engagement pris par les plateformes dans le cadre de la charte des « 13 engagements pour la musique en ligne » de mettre en œuvre des services à valeur ajoutée afin de développer la conversion de services gratuits vers des services payants.

Un pays comme la Suède, où l'on compte 700.000 abonnés payants à des plateformes musicales (pour une population de 9 millions d'habitants), doit servir d'exemple. Si la même proportion existait en France, notre pays compterait 4,5 millions d'abonnés payants à des services de streaming.

La hiérarchisation des modes d'exploitation dans une logique de gamme est un paramètre essentiel pour le développement de l'offre légale en jouant sur tout ou partie des critères de qualité de service, d'interactivité, de présence de messages publicitaires et de gratuité de l'accès aux œuvres.

Le deuxième enjeu qui retient l'attention reste l'absence de diversité dans la programmation des radios musicales. Pour mémoire, en 2010, 15 titres ont représenté 90 % des diffusions des nouveautés francophones. Comment se satisfaire d'une telle indigence ?

Rappelons-le, si les radios sont des sociétés privées, les fréquences sont des biens publics qui nécessitent que leur attribution soit soumise à certaines règles dont celles concernant la diversité musicale sur les ondes.

Les producteurs en appellent donc aux pouvoirs publics et notamment au CSA pour donner une réelle consistance à l'exigence de diversité à laquelle doivent souscrire les diffuseurs.

Enfin, le maintien d'une production locale, riche et diversifié, dans cet univers en pleine mutation est devenu crucial.

En 2010, l'ensemble des revenus des producteurs phonographiques issus de la production de nouveautés francophones est évalué à 181 millions d'euros. Ces recettes sont toutefois insuffisantes puisque les charges liées à cette production sont de 213 millions, soit un déficit de 34 millions d'euros, compensé aujourd'hui par l'exploitation du fonds de catalogue.

Mais pour combien de temps ?

Les producteurs du SNEP ne sollicitent pas une mise sous perfusion de la production locale, laquelle est d'ailleurs la moins subventionnée des industries culturelles (à peine 2%).

En revanche, il est urgent d'instaurer un dispositif constituant un véritable « new deal » destiné à dynamiser la production locale sous peine sinon de la voir se réduire comme une peau de chagrin.

En cette année pré-électorale, il s'agit là d'un défi auquel devra se confronter l'ensemble des partis politiques qui entendent déployer une véritable politique de soutien à la filière musicale.

David El Sayegh
Directeur Général

Handwriting practice area consisting of 20 horizontal dotted lines.



1 L'ETAT DU MARCHÉ EN 2010

→ Les chiffres clés

Les ventes numériques
progressent de

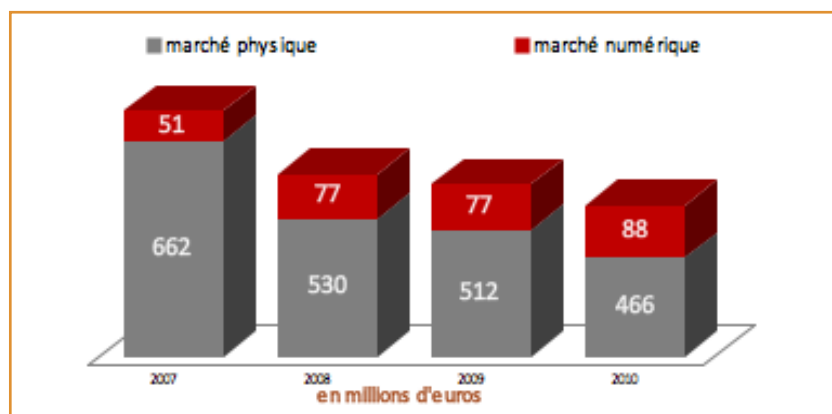
14%
en 2010

LES CHIFFRES CLÉS 2010

En 2010, le marché de gros de la musique enregistrée a représenté 554.4 millions d'euros, contre 589.3 millions d'euros en 2009 soit une baisse de 5.9 % par rapport à 2009.

- **le marché numérique : 88.1 millions d'euros, en hausse de 14.1 %.**
- **le marché physique : 466.3 millions d'euros, en baisse de 8.9 %.**

L'évolution du marché en 2010 a par ailleurs été pénalisée par une consommation de fin d'année qui a beaucoup souffert : novembre et décembre 2010 ont tous les deux enregistré une baisse de 9 % des achats dans les magasins.



En 2010, les ventes numériques représentent 16 % du chiffre d'affaires des éditeurs phonographiques (contre 13 % en 2009).

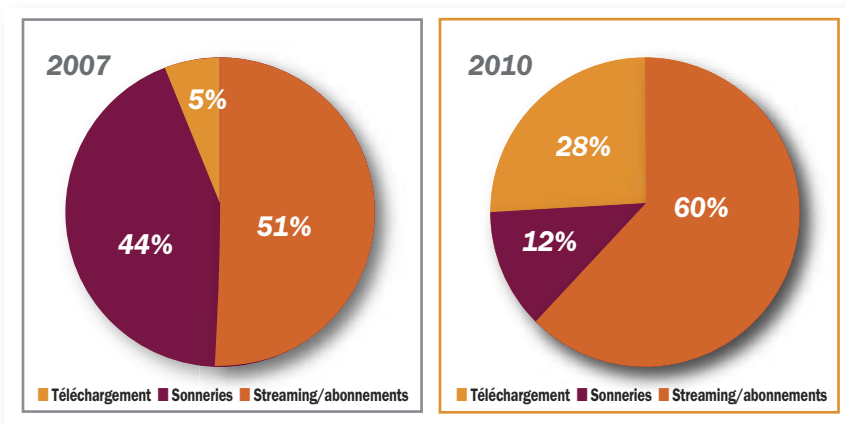
➔ **Explosion des revenus issus des abonnements : + 60 %**

14.5 millions d'euros en 2010 pour 9 millions d'euros en 2009.

Cette progression témoigne du succès de ces offres : fin décembre 2010, plus de 600 000 personnes en France avaient souscrit à un abonnement à un service de musique en ligne.

La structure des revenus numériques est donc en pleine évolution :

- Croissance de la part du téléchargement : 60 % en 2010 contre 51 % en 2007,
- Forte croissance des modèles de streaming (notamment par abonnement) : 28 % en 2010 contre 5 % en 2009,
- Déclin des sonneries : seulement 12 % en 2010 contre 44 % en 2007



➔ **Forte progression des ventes en téléchargement : +29 %**

- +25 % pour les titres
- +35 % pour les albums

30.6 millions de titres ont été téléchargés en 2010

Le marché des titres est aujourd’hui un marché quasiment numérique puisque 96 % des ventes sont réalisées en téléchargement.

Millions d'euros	2009	2010	Evolution
Titres vendus à l'unité	28.5	30.6	+7.3 %
Supports	6.9	3.8	-44 %
Téléchargement	21.6	26.8	+25 %

Progression de
60%
issus des
abonnements

● **4 millions d'albums ont été téléchargés en 2010**

Le marché des albums, malgré la forte progression des ventes numériques en 2010 (+34.6 %), reste axé sur les supports physiques qui représentent 92 % des ventes d'albums : 4 millions d'albums vendus en téléchargement pour 47 millions vendus dans les magasins.

Millions d'euros	2009	2010	Evolution
Albums	480.5	439.7	-8.5 %
Albums vendus en magasins	464.4	418	-10 %
Albums vendus en téléchargement	16.1	21.7	+34.6 %

➔ **Progression de 8 % des revenus du streaming financé par la publicité**

Ces revenus atteignent 9.8 millions d'euros en 2010 pour 9 millions en 2009.

➔ **Les ventes de sonneries sont en fin de cycle**

Le chiffre d'affaires des sonneries a chuté de 21 % passant de 6.7 millions d'euros en 2009 à 5.2 millions d'euros en 2010.

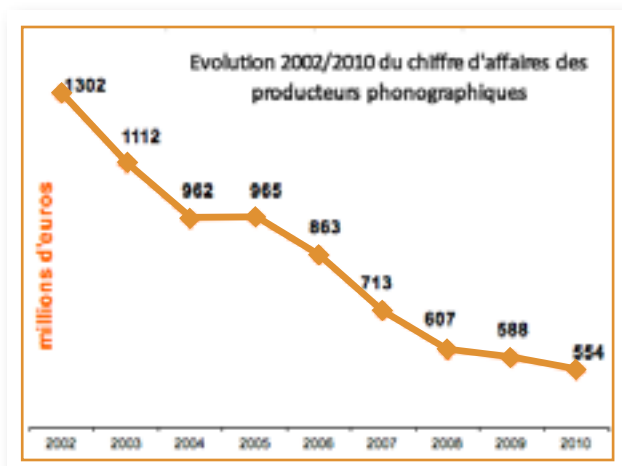
Le développement
du haut débit s'est
effectué au
détriment des
industries
culturelles

**LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE EN 2010
(MILLIERS D'EUROS)**

VENTES DE SUPPORTS	2009	2010	Evolution
Singles	6 894	3 853	-44%
Albums	464 420	417 947	-10%
DVD	40 209	43 842	+9%
Autres	618	726	+17%
TOTAL MARCHÉ PHYSIQUE	512 141	466 368	-8,9%
MARCHÉ NUMÉRIQUE	2009	2010	Evolution
TELECHARGEMENT INTERNET	39 638	47 424	19.6%
Titres	15 503	20 986	+35.4%
Albums	16 149	21 743	+34.6%
Vidéomusicales	814	676	-17 %
Autres	7 172	4 019	-44%
TELEPHONIE MOBILE	19 457	16 313	-16.2%
Sonneries	6 684	5 260	-21.3%
Titres	6 067	5 840	-3.7%
Vidéomusicales	693	441	-36.4%
Autres	6 013	4 772	-20.6%
STREAMING ET ABONNEMENTS	18 139	24 379	+34.4%
Streaming financé par la publicité	9 069	9 821	+8.3%
Abonnements à des services de musique en ligne	9 070	14 558	+60.5%
TOTAL MARCHÉ NUMÉRIQUE	77 234	88 116	+14.1%
TOTAL MARCHÉ	589 375	554 484	-5.91%

● **Le développement du haut débit s'est effectué au détriment des industries culturelles**

Le téléchargement illégal de musique permis par le développement de l'Internet haut débit (700 000 lignes en 2002, 21 millions en 2010) a eu de graves conséquences sur le marché de la musique enregistrée. Un lien de corrélation peut être vérifié entre ces deux phénomènes.

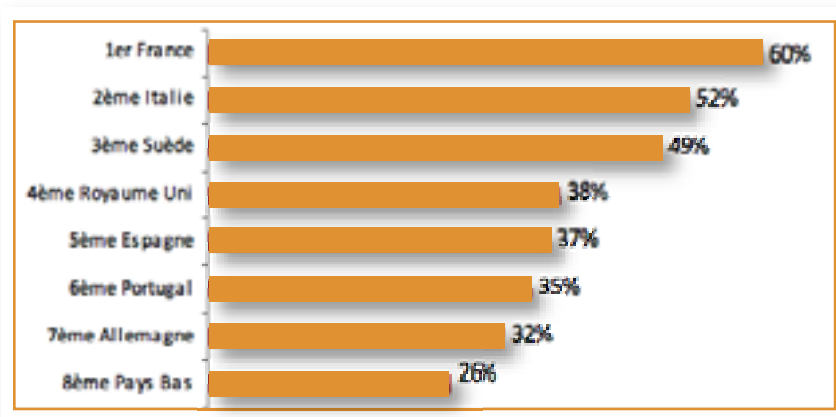


● **Un marché fragile ayant connu une récession depuis 8 ans.**

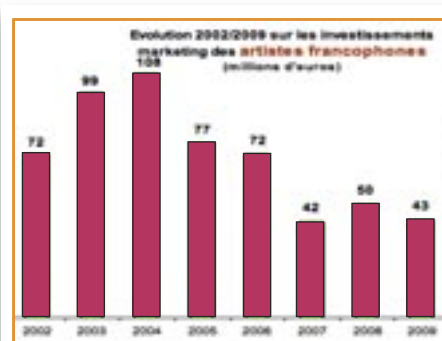
Entre 2002 et 2010, le marché de la musique enregistrée a perdu 57 % de sa valeur soit près de 750 millions d'euros.

Les ventes numériques ont connu chaque année des taux de croissance significatifs et s'établissent à 88 millions d'euros en 2010, mais sont bien loin de compenser la perte du chiffre d'affaires des supports (-836 millions d'euros).

PARTS COMPAREES DU POIDS DU REPERTOIRE LOCAL DANS LES PRINCIPAUX PAYS EUROPEENS



Les investissements marketing pour les productions des nouveaux talents ont chuté de 67 %, contre une baisse de 49 % pour l'ensemble des investissements marketing francophones.



Au sein des investissements marketing, les sommes dépensées en publicité télévisée ont particulièrement chuté : 92 millions en 2002 et 33 millions en 2010 (-66%).

● **Malgré des baisses de prix significatives, la concurrence de téléchargement gratuit illégal reste un frein majeur au redéploiement du marché de la musique enregistrée.**

Au cours de ces 10 dernières années, l'album (ventes physiques et ventes en téléchargement) est le seul bien culturel à avoir connu une déflation : son prix moyen a chuté de 28 % alors que les prix des autres biens culturels ont connu des croissances substantielles.

Entre 2002 et 2010, la perte de chiffre d'affaires des producteurs phonographiques n'a pas été compensée par la progression des autres revenus.

Millions d'euros	2002	2010	Evolution en millions €	Evolution en %
VENTES	1 302	554.5	- 747.5	- 57.4%
- Physique	1 302	466.4	- 835.6	-64.2%
- Numérique	0	88.1	+ 88.1	+100%
DROITS PERCUS en Gestion Collective (SCPP/SPPF)	62	88	+ 26	+ 42%
AUTRES REVENUS (merchandising, droits de synchronisation, ...)	18.5	27.3	+ 8.8	+ 47.6%
TOTAL REVENUS	1 382.5	669.8	- 712.7	- 51.5 %

Les autres revenus n'ont gagné que 34.8 millions d'euros alors que le chiffre d'affaires a perdu 747.5 millions d'euros, soit une perte nette de revenus de 712.7 millions d'euros.

Au sein de la filière musicale, ce sont les producteurs qui ont le plus souffert de la crise.

A titre de comparaison :

- **Les sommes versées aux artistes interprètes par l'ADAMI** ont progressé de 122 % en 8 ans (23 millions d'euros en 2002 et 51 millions d'euros en 2010,
- **Les sommes versées aux auteurs/compositeurs par la SACEM** ont progressé de 19 % en 8 ans (672 millions d'euros en 2002 et 803 millions d'euros en 2010).
- **La taxe sur le spectacle vivant**, en ligne avec l'évolution du chiffre d'affaires dans ce secteur d'activité, a progressé de 15 % entre 2007 et 2009.

2

LA TVA A L'ERE NUMERIQUE

- Une distorsion des taux de TVA en France selon la nature des biens culturels
- Une distorsion de TVA selon le pays d'implantation des plateformes de distribution de biens culturels sur Internet.
- L'application d'un taux de TVA intermédiaire sur la vente de musique sur Internet générerait des recettes plus élevées pour l'Etat français.



19,6%
de TVA pour
la musique enregistrée

● **Une distorsion des taux de TVA en France selon la nature des biens culturels**

Une analyse des taux de TVA pratiqués en France sur les biens culturels permet de constater une grande disparité des taux appliqués sans aucune justification.

Ainsi, l'achat d'un billet de spectacle pour un artiste est soumis à une TVA de 2.1 % alors que l'achat, sous forme de support physique ou dématérialisée, d'un phonogramme de ce même artiste implique le paiement d'une TVA de 19.6 %. Par ailleurs, on observe qu'il n'existe aucune dérogation sur les transactions dématérialisées de biens culturels, lesquelles sont soumises à un taux plein de 19.6 %.

MUSIQUE Téléchargement CD	19.6 % 19.6 %
AUDIOVISUEL Salle de cinéma TV payante DVD VOD	5.5 % 5.5 % 19.6 % 19.6 %
LIVRE Supports Téléchargement	5.5 % 5,5¹ %
SPECTACLE VIVANT	2.1 %

1- A compter du 1er janvier 2012.

● **Une distorsion de TVA selon le pays d'implantation des plateformes de distribution de biens culturels sur Internet.**

La problématique des plateformes françaises est principalement liée à un taux de TVA sensiblement supérieur à celui pratiqué dans d'autres pays.

A titre d'illustration, les plateformes américaines bénéficient d'un moratoire sur la TVA fédérale, instauré par l'administration Clinton en février 1998. Concrètement, cela signifie que l'Etat américain a renoncé à percevoir une taxe sur la vente dématérialisée de biens culturels sur Internet. De la même manière, les transactions interétatiques aux Etats Unis ne sont pas soumises aux taxes locales.

Par ailleurs, pour ce qui concerne l'Europe, ces mêmes acteurs ont choisi de s'implanter au Luxembourg où le taux de TVA moyen est estimé de 9 à 12% alors que le taux français est de 19.6 %.

Les effets de ces distorsions sont résumés dans le tableau ci-dessous qui fait ressortir que le taux de TVA pratiqué en France est discriminatoire pour les plateformes situées dans ce territoire.

Prix détail TTC : 0.99 €		Prix détail TTC : 0.99 €	
TVA	0.00	TVA	0.16
MARGE PLATEFORMES	0.26	MARGE PLATEFORMES	0.10
AUTEURS	0.07	AUTEURS	0.07
CA PRODUCTEUR	0.66	CA PRODUCTEUR	0.66
PLATEFORME LOCALISÉE AUX ETATS UNIS		PLATEFORME LOCALISÉE EN FRANCE	

Ainsi, la marge des plateformes américaines est 2,6 supérieure à celle des plateformes françaises alors que rémunération des ayants droit est identique².

L'absence de TVA sur les ventes en téléchargement a nettement favorisé la croissance de ce marché aux Etats-Unis : au cours de ces 5 dernières années, le marché américain du téléchargement a été multiplié par 9 et seulement par 4 pour le marché français.

2 - Ne figure pas dans ce tableau les rabais et ristournes sollicités par les plateformes auprès des ayants droit..

72%

du téléchargement
légal en France ne rapporte
aucune TVA à l'état
français

Ce phénomène est illustré par le graphique suivant :

EVOLUTION DU MARCHÉ DIGITAL PAR CONTINENT (EN MILLIONS DE DOLLARS) SOURCE IFPI



Il montre clairement la prédominance de la dynamique du marché digital américain par rapport au marché européen.

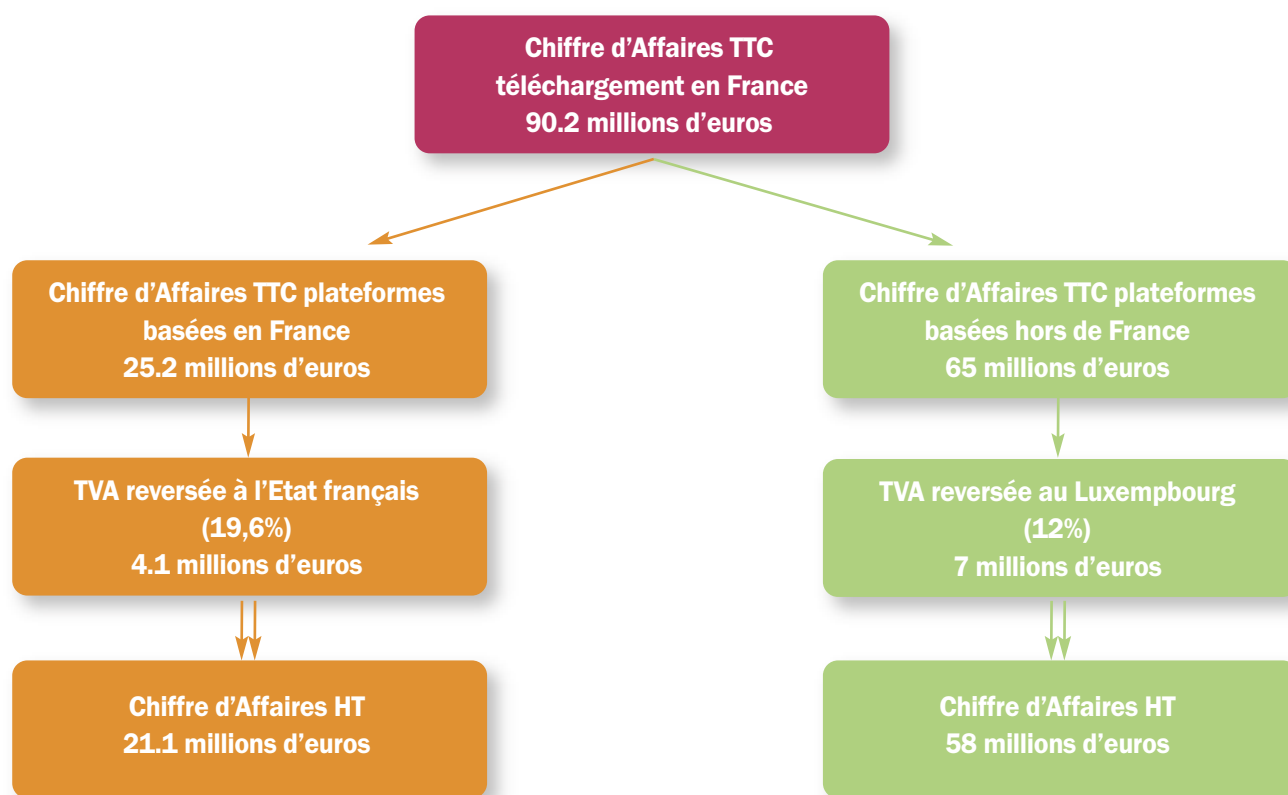
● **L'application d'un taux de TVA intermédiaire sur la vente de musique sur Internet générerait des recettes plus élevées pour l'Etat français.**

En 2010, le marché du téléchargement légal a représenté 90.2³ millions d'euros en valeur TTC.

Sur ces 90.2 millions d'euros, 72 % ont été réalisés par des plateformes basées hors de France (iTunes, Amazon) soit 65 millions d'euros et 28 % par les plateformes françaises soit 25.2 millions d'euros.

- Sur les 25.2 millions d'euros de chiffre d'affaires des plateformes françaises, l'Etat français a perçu 4.1 millions d'euros de TVA,
- Sur les 65 millions d'euros de chiffre d'affaires des plateformes basées hors de France, l'Etat français n'a perçu aucune TVA.

3 - Chiffre détail / source GfK



● **Le constat :**

➔ 72 % du chiffre d'affaires du téléchargement en France, échappe à la TVA française, soit un manque à gagner de 10.7 millions d'euros en 2010 pour l'Etat français.

● **Proposition :**

Un taux de TVA intermédiaire de 12 % aurait pour incidence de rapatrier les plateformes américaines en France et générerait donc des perceptions plus élevées au profit de l'Etat français.

BASE ACTUELLE		Simulation avec un taux de TVA réduit à 12 %
TAUX DE TVA APPLIQUÉ AU TÉLÉCHARGEMENT	19.6%	12%
ASSIETTE 2010	25.2	75.4
MONTANT PERÇU 2010	4.1	9

La TVA perçue sur 75.4 millions d'euros (chiffre d'affaires H.T. 2010) à un taux intermédiaire de 12 % aurait généré une recette fiscale qui aurait plus que doublé (9 millions d'euros contre 4.1 millions d'euros effectivement perçus) pour l'année 2010.

Ce taux intermédiaire permettrait également de rendre les plateformes françaises plus compétitives face à leurs homologues américains et créer ainsi le socle d'une véritable diversité culturelle en matière de distribution de musique sur Internet.

La mise en œuvre de ce taux intermédiaire n'implique pas une révision de la directive européenne sur la TVA dans la mesure où il s'agirait, à l'instar des pratiques luxembourgeoises, de procéder à un panachage entre le taux applicable aux prestations de services (19,6 %) et celui qui s'applique aux droits des auteurs et artistes (5,5 %).



3

MUSIQUE ET NUMÉRIQUE : PRATIQUES ET PERCEPTIONS DES FRANÇAIS

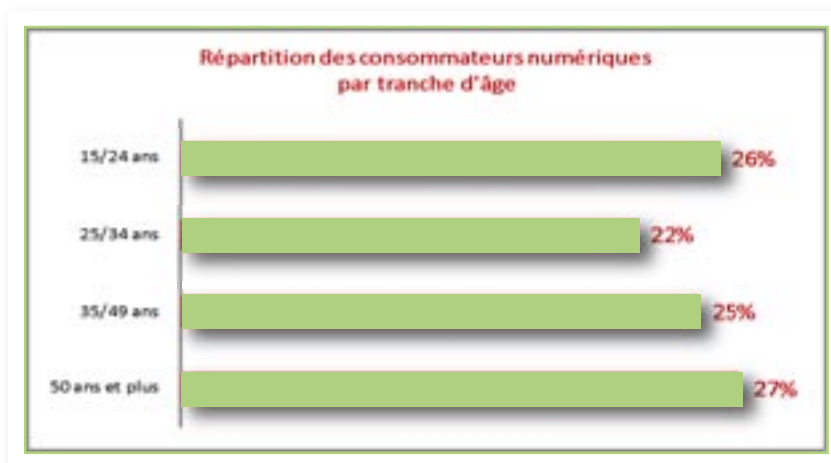
- Profil des consommateurs numériques
- Les types d'usages les plus fréquents de musique numérique
- Les consommateurs de musique en ligne sont très satisfaits des services proposés
- Seulement 5 % des consommateurs de musique numérique connaissent bien la carte musique et ses avantages

Les consommateurs de musique en ligne sont satisfaits des services proposés

Source : enquête IFOP sur la base d'un échantillon de 1 067 individus âgés de 15 ans et plus janvier 2011

3.1 - PROFIL DES CONSOMMATEURS NUMÉRIQUES

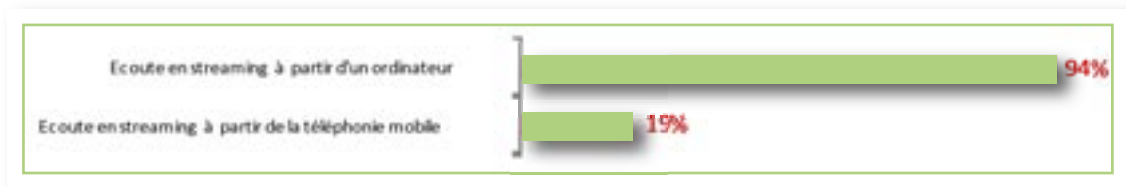
- 45 % des internautes consomment de la musique légale sous forme numérique.
- 46 % des consommateurs numériques sont âgés de 15 à 34 ans.



- 53 % des consommateurs numériques habitent une agglomération inférieure à 100 000 habitants.

3.2 - LES TYPES D'USAGES LES PLUS FRÉQUENTS DE MUSIQUE NUMÉRIQUE

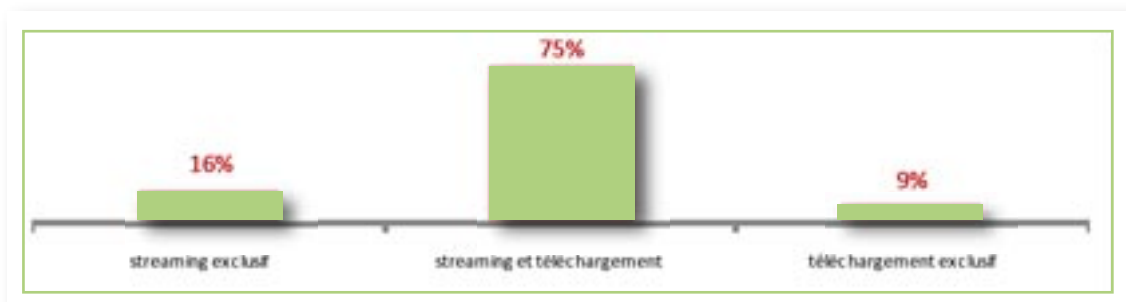
- 61 % des consommateurs de musique numérique pratiquent le streaming, et plus particulièrement, 77 % des 15/24 ans.



→ 44 % des consommateurs de musique numérique téléchargent des titres et/ou des albums.



→ 75 % des consommateurs de musique numérique pratiquent à la fois l'écoute en streaming et le téléchargement.



3.3 - LES CONSOMMATEURS DE MUSIQUE EN LIGNE SONT TRÈS SATISFAITS DES SERVICES PROPOSÉS

90 % sont satisfaits de la facilité d'utilisation des services (ergonomie et portabilité)

86 % sont satisfaits de la disponibilité des titres recherchés

87 % sont satisfaits de la qualité audio

74 % sont satisfaits du rapport qualité/prix

Notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spanning the width of the page.

PANORAMA **4** DE LA CONSOMMATION DE MUSIQUE

- La place de la musique dans l'univers du divertissement
- Les achats de CD
- La baisse du prix des albums se poursuit
- La baisse du chiffre d'affaires des albums : un effet volume et un effet prix
- L'achat de musique en téléchargement
- La consommation de musique en streaming
- Une désaffection des sites du P2P depuis le vote de la loi Hadopi
- Une désaffection du P2P au profit de l'offre légale
- Les meilleures ventes en 2010

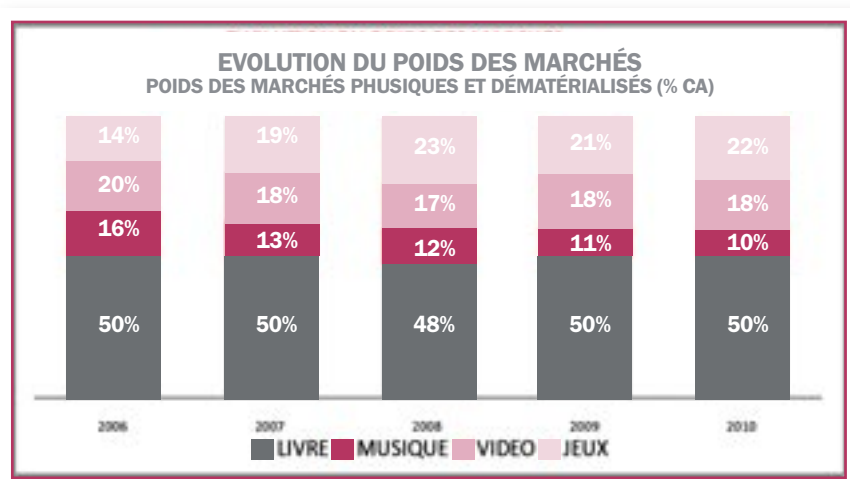
Le marché français du divertissement représente

8.2

milliards d'euros,
dont 10 % sont consacrés à
l'achat de musique
enregistrée

4.1 - LA PLACE DE LA MUSIQUE AU SEIN DES INDUSTRIES CULTURELLES ET DE LOISIRS EN FRANCE

→ Le marché du divertissement représente 8.2 milliards d'euros, dont 10 % sont consacrés à l'achat de musique enregistrée.



Source GFK

→ En 2010, le marché du divertissement a baissé de 2 % en valeur, évolution disparate selon les secteurs.

Livres : -0.5 % →

Vidéo : +0.1 % →

Jeux : +10 % →

- Musique : -8 % →

→ Parmi les 15 biens culturels les plus vendus en 2010, on trouve :

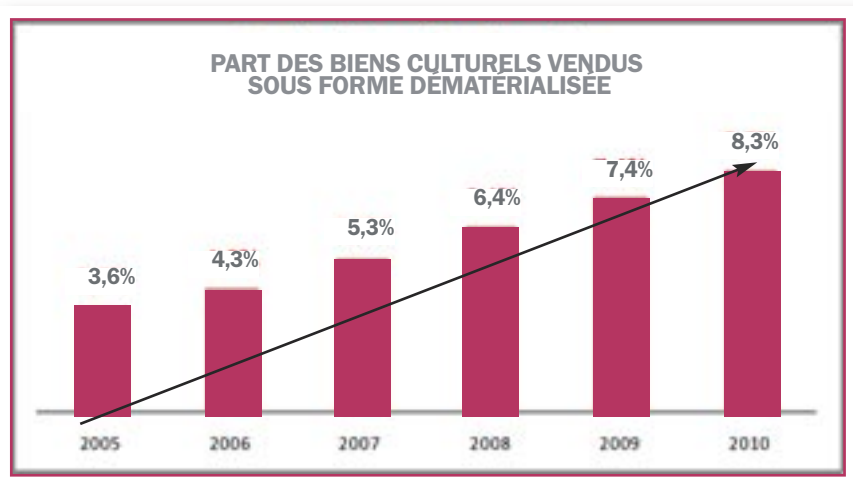
6 livres

4 DVD

3 jeux vidéo

2 albums (Christophe Maé et les Prêtres)

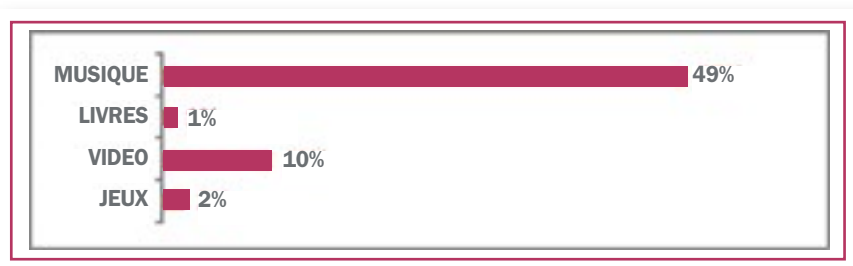
→ 8.3 % des biens culturels sont vendus sous forme dématérialisée.



Source GFK

Cette moyenne de 8.3 % des actes d'achat sous forme numérique se décompose en :

Musique*	49 % (*96% des titres et 10% des albums)
Livres	1 %
Vidéo	10 %
Jeux	2 %



Source GFK

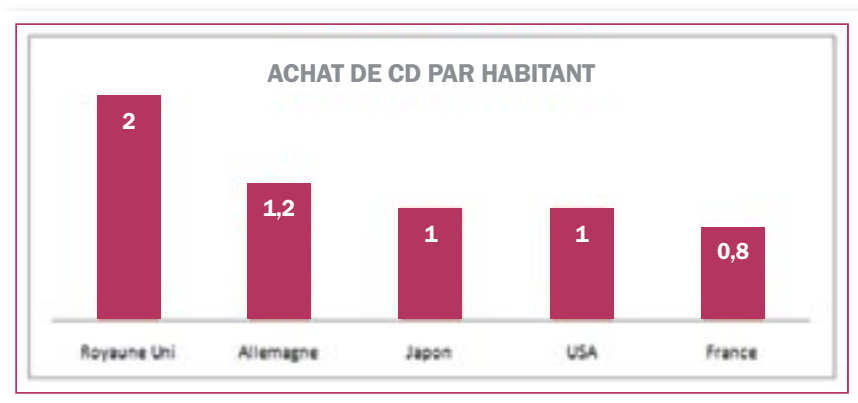
4.2 - LES ACHATS DE CD

→ 54 millions de CD ont été achetés en 2010.

Cela représente un peu moins d'un CD par français (contre 2 CD par français en 2002)

Entre 2007 et 2010, les achats de CD ont perdu 23 millions d'unités dont 18 millions d'albums. Cette perte n'a été compensée par l'achat en téléchargement qu'à hauteur de 3.7 millions d'albums, soit un taux de substitution de seulement 20 %.

Au sein des cinq principaux marchés, les français sont les plus faibles consommateurs de CD. En moyenne et par habitant, ils achètent 2 fois moins de CD que les anglais et un tiers de moins que les allemands.

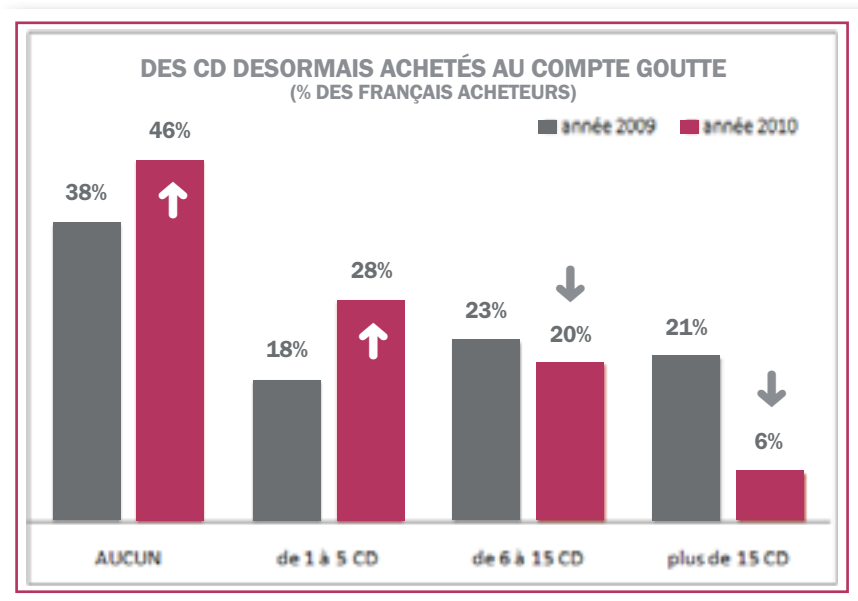


→ La baisse des achats de CD albums est concentrée sur les gros acheteurs (plus de 6 CD par an)

Près d'un français sur deux n'achète jamais de CD. Entre 2009 et 2010 :

Les non acheteurs de CD ont augmenté de 21 %

Les gros acheteurs de CD (plus de 6 CD par an) ont baissé de 41 %.



Source GfK

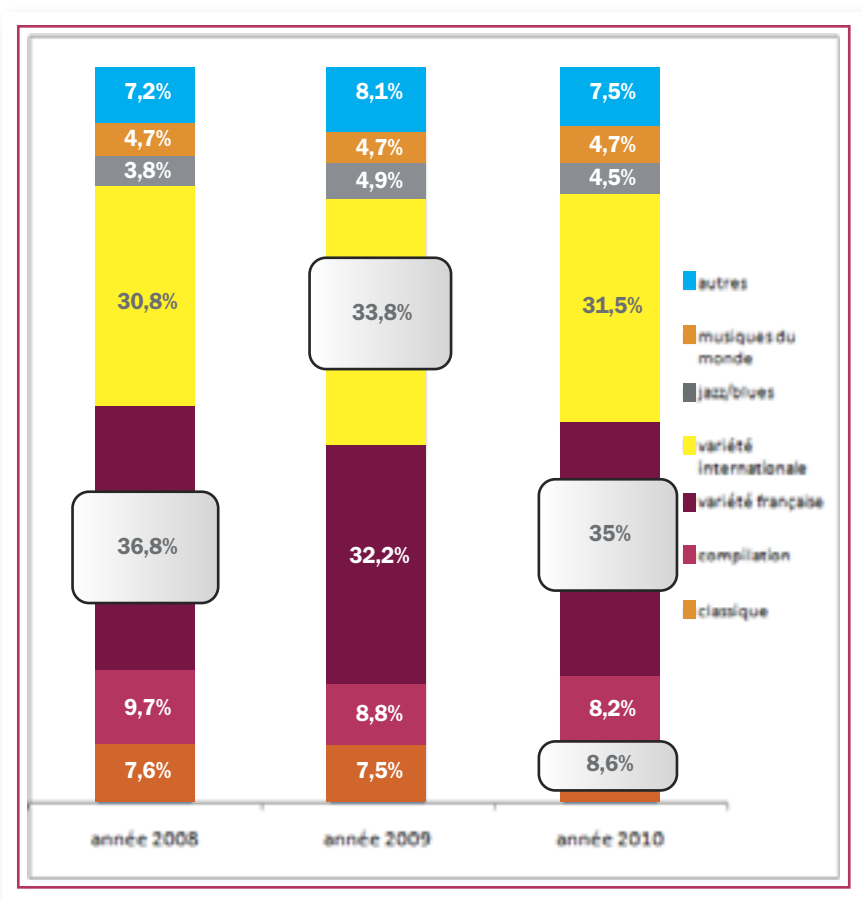
→ La variété française est le genre musical préféré des consommateurs de CD

Avec 35 % de part de marché, la variété francophone est le genre musical le plus acheté en 2010.

L'ensemble variétés (variété francophone + variété internationale) représente près des 2/3 des achats.

Viennent ensuite le répertoire classique (8.6 %) puis les musiques du Monde (4.7 %) et le jazz (4.5 %).

Les compilations multi artistes représentent 8 % des achats.

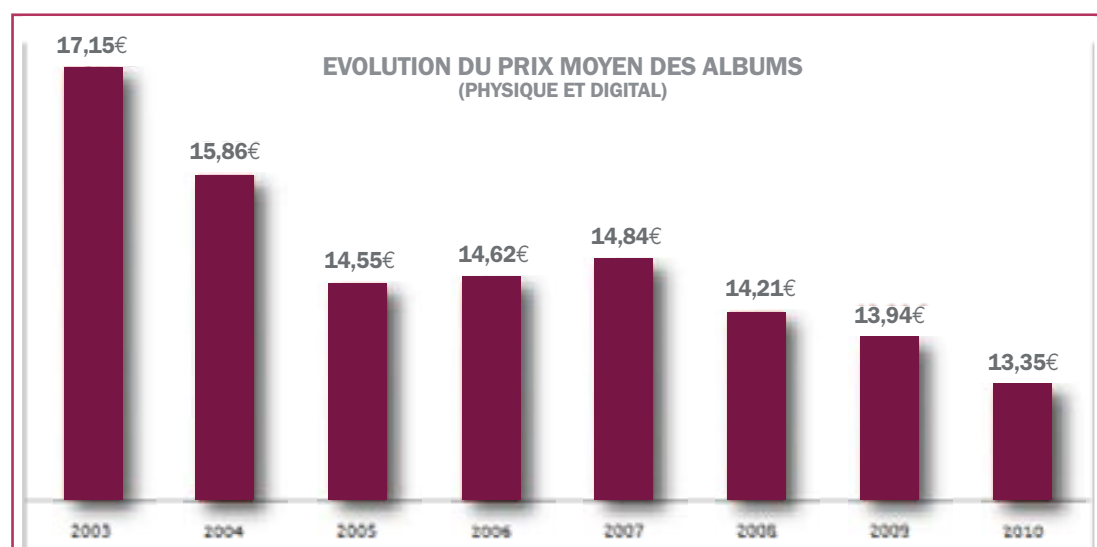


Source GFK

En euros constants, le prix des albums a chuté de **34%** depuis 2003

4.3 - LA BAISSÉ DU PRIX DES ALBUMS SE POURSUIT

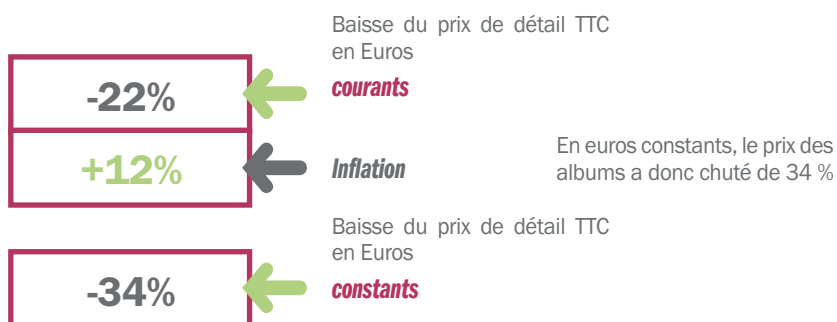
Depuis 2003, le prix moyen (prix détail) des albums a chuté de 22 % passant de 17.15 € en 2003 à 13.35 € en 2010.



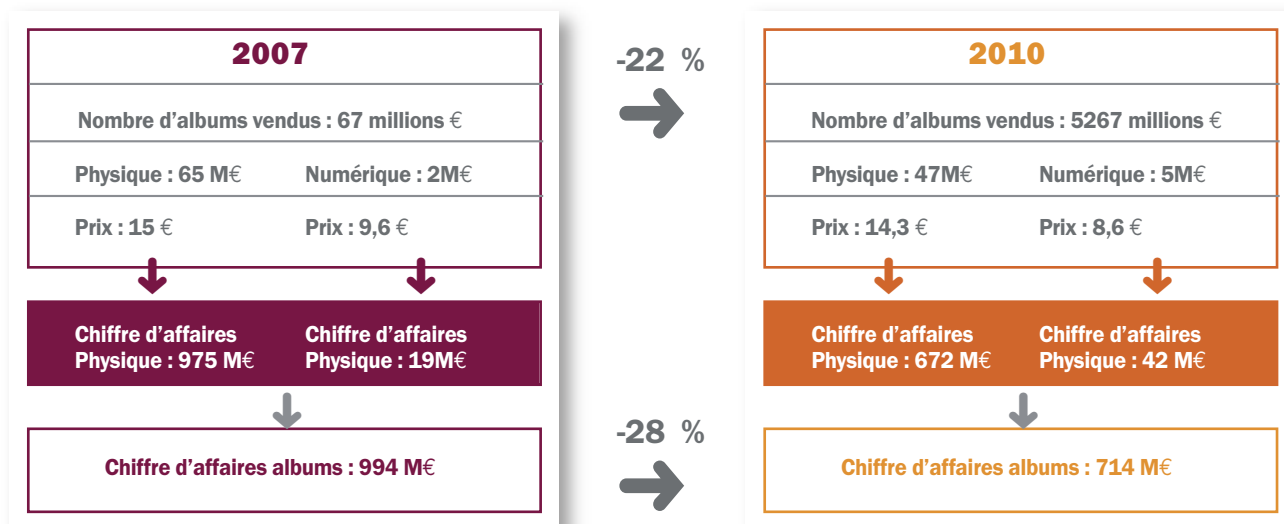
Source

Au cours de la même période, l'indice des prix à la consommation a progressé de 11.85 %.

2003/2010 : PRIX DE L'ALBUM (PHYSIQUE + DIGITAL)



4.4 - LA BAISSÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES ALBUMS : UN EFFET VOLUME ET UN EFFET PRIX



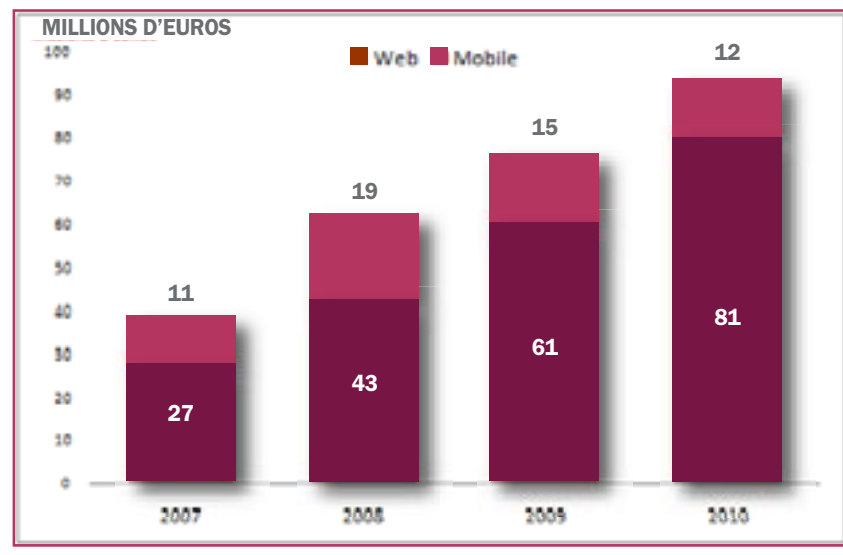
Entre 2007 et 2010 :

- Le chiffre d'affaires albums physique de détail a perdu 303 millions d'euros qui se décompose en :
 - Une perte de 18 millions d'unités à 15 € soit 270 millions d'euros (effet volume = 89 % de la baisse),
 - Une baisse de prix de 0.7 euro pour les 47 millions d'albums vendus en 2010 soit 33 millions d'euros (effet prix = 11 % de la baisse).
- Le chiffre d'affaires albums en téléchargement a gagné 23 millions d'euros qui se décomposent :
 - Un gain de 3 millions d'unités à 8.6 euros soit +26 millions d'euros (effet volume),
 - Une baisse de près de 1 euro pour ces 3 millions d'albums soit 3 millions d'euros (effet prix)

Au total, la baisse de chiffre d'affaires de 280 millions d'euros est imputable à un effet volume pour 87 % (244 millions d'euros) et à un effet prix pour 13 % (36 millions d'euros).

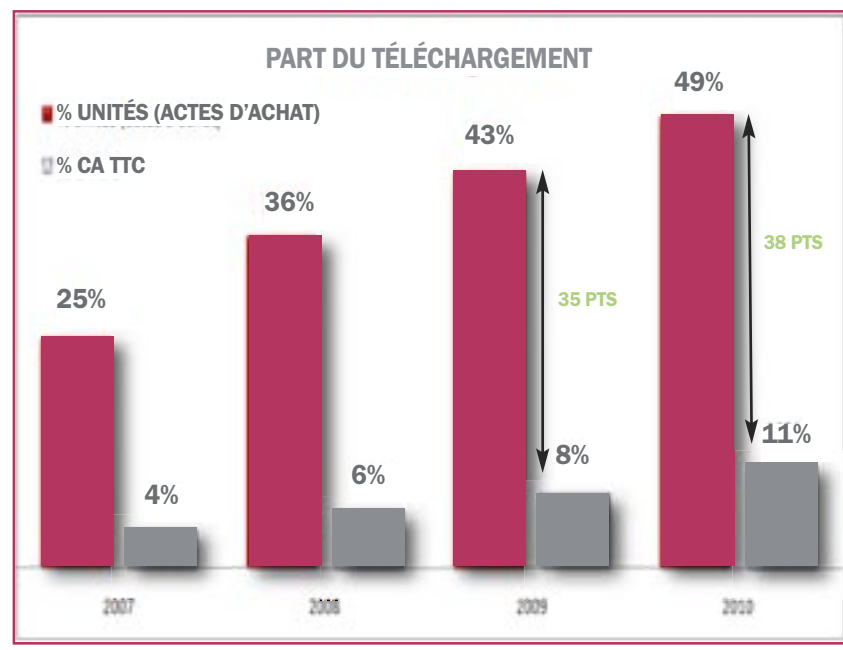
4.5 - L'ACHAT DE MUSIQUE EN TÉLÉCHARGEMENT

→ Le marché du téléchargement (valeur détail) a atteint 93 millions d'euros TTC en 2010 : +24% par rapport à 2009.



Source GfK

→ Le téléchargement de titres et d'albums représente 49 % de l'ensemble des unités vendues (titres et albums, marché physique et téléchargement), mais seulement 11 % du chiffre d'affaires correspondant.



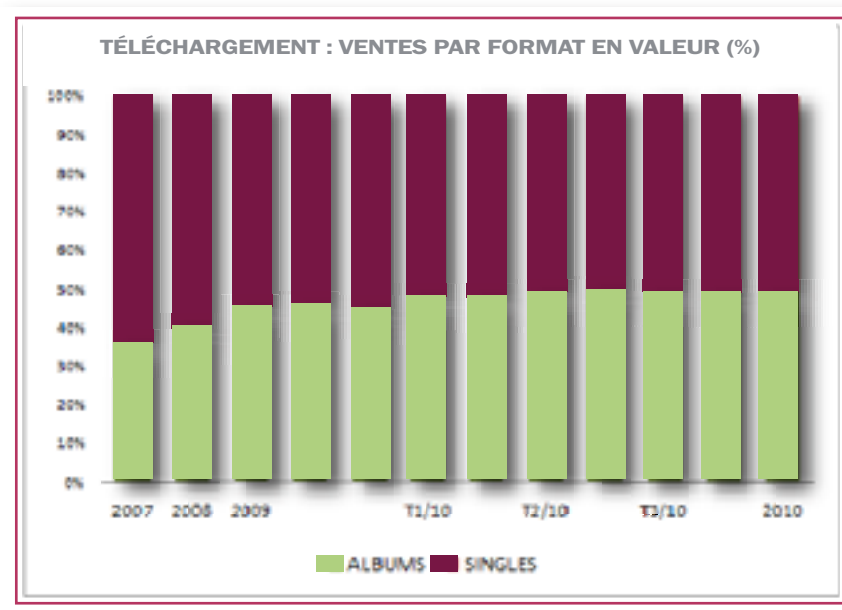
95%

des titres vendus à l'unité le sont par téléchargement

CHAPITRE 4

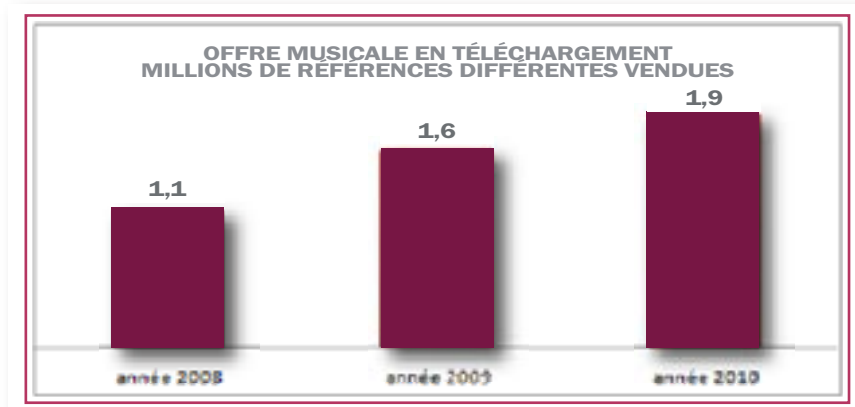
PANORAMA DE LA CONSOMMATION DE MUSIQUE

- Le téléchargement de titres représente 95 % du nombre de formats courts vendus 40 millions des titres téléchargés et 2 millions de singles vendus, 86 % du chiffre d'affaires des formats courts réalisé (44 millions d'euros pour les titres millions d'euros pour les singles).
- Le téléchargement d'albums représente 9 % des albums vendus pour 6% du chiffre d'affaires des albums.
- En 2010, le chiffre d'affaires des titres téléchargés (44 millions d'euros) fait jeu égal avec le chiffre d'affaires des albums téléchargés (46 millions d'euros).



Source GFK

- **L'offre en téléchargement s'est élargie : près de 2 millions de références différentes vendues en 2010 (sur 13 millions disponibles), soit 19 % de plus qu'en 2009 et 73 % de plus qu'en 2008.**



Source GFK

4.6 - LA CONSOMMATION DE MUSIQUE EN STREAMING

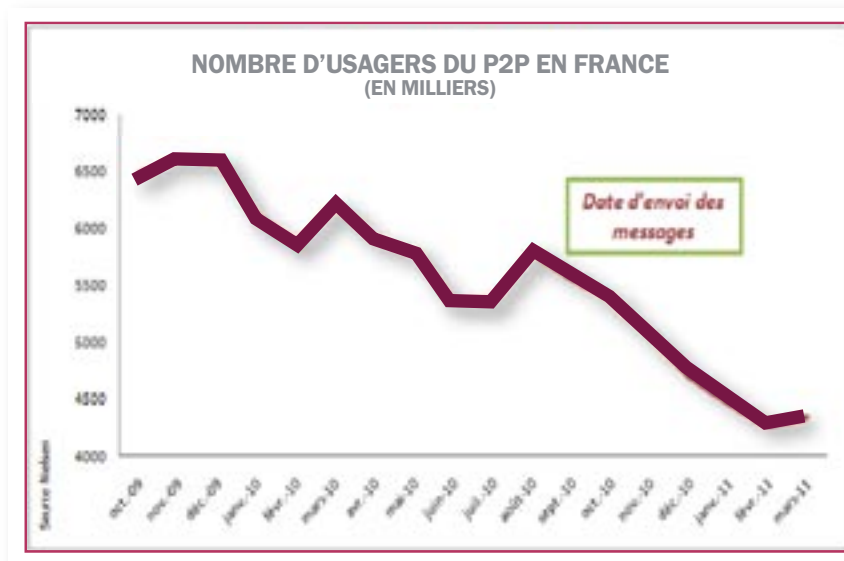
➔ Streaming vidéo : trois internautes sur quatre / Streaming audio : un internaute sur six

En décembre 2010, le streaming vidéo a rassemblé 29 millions de visiteurs uniques dont un tiers pour Dailymotion et deux tiers pour You Tube.

L'audience du streaming vidéo est donc 4.6 fois supérieure à celle du streaming audio.

On estime à plus de 5 milliards, le nombre de titres "streamés" en 2010 (audio et vidéo).

4.7 - UNE DÉSAFFECTION DES SITES DU P2P DEPUIS LE VOTE DE LA LOI HADOPI



Source Nielsen

Les premiers effets sont encourageants : -2 millions d'utilisateurs du P2P dont -1.2 million depuis l'envoi des premiers mails d'avertissement (sept. 2010)

4.8 - UNE DÉSAFFECTION DU P2P AU PROFIT DE L'OFFRE LÉGALE

Entre 2009 et 2010, l'audience des sites légaux a progressé de 27 %, dont +32.6 % pour le streaming vidéo, 14.3 % pour le streaming audio et 19.4 % pour le téléchargement.

	2009	2010	EVOLUTION
Streaming vidéo	21 955	29 127	+ 32.6 %
Streaming audio	5 593	6 396	+ 14.3 %
Téléchargement légal	6 333	7 562	+ 19.4 %
TOTAL	33 881	43 085	+ 27.0 %

Le streaming audio a gagné 800 000 visiteurs uniques et le téléchargement 1.2 million de visiteurs uniques, soit un gain de 2 millions de personnes pour la consommation légale audio.

	2009	2010	EVOLUTION	
			En %	En nombre de VU
P2P	6 473	4 564	-29%	-1 909
Légal audio (streaming audio + téléchargement)	11 926	13 958	+17%	+2 032

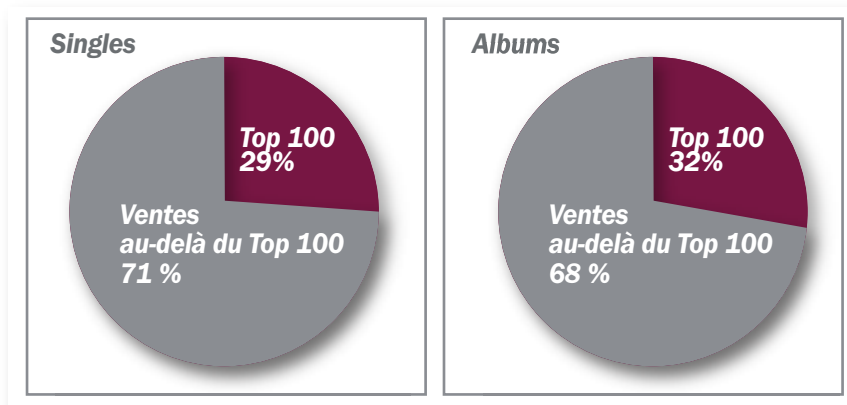
Enfin, au sein du légal audio, la répartition de l'audience est restée stable entre le streaming (46%) et le téléchargement (54 %).

4.9 - LES MEILLEURES VENTES EN 2010

→ Les 200 meilleures ventes d'albums (en magasins et téléchargement) ont représenté 17.1 millions d'unités vendues dont 16 millions (93%) dans les magasins et 1.1 million (7 %) en téléchargement.

La part du Top 200 dans les ventes d'albums est donc de 32 % (17.1 millions d'unités sur un total de 54 millions d'albums vendus ou téléchargés).

→ Les 100 meilleures ventes de singles (en magasins et téléchargement) ont représenté 9 millions d'unités vendues dont 1.1 million (12 %) dans les magasins et 7.9 millions (88 %) en téléchargement.



La part du Top 100 singles dans les ventes de titres/singles est donc de 29 % (9 millions d'unités sur un total de 60.6 millions de titres/singles vendus ou téléchargés).

→ Le TOP 20 albums comporte 14 artistes de production française dont 5 premiers albums (Les Prêtres, ZAZ, Cœur de Pirate, Ben l'Oncle Soul, Mozart l'Opéra Rock).



CLASSEMENT DES 20 PREMIERS FORMATS LONGS FUSIONNÉS PAR GfK MUSIC
- ANNÉE 2010

Rang	Artistes	titres	Distributeurs	Poids physique	poids numérique
1	CHRISTOPHE MAE	ON TRACE LA ROUTE	WARNER	95,0%	5,0%
2	LES PRETRES	SPIRITUS DEI	TF1 MUSIQUE	98,6%	1,4%
3	LES ENFOIRES	2010 LA CRISE DE NERFS	EMI	96,4%	3,6%
4	YANNICK NOAH	FRONTIERES	Columbia	97,4%	2,6%
5	JEAN FERRAT	BEST OF	SME Strategic Marketing Group	98,3%	1,7%
6	ZAZ	ZAZ	Play on	93,6%	6,4%
7	LADY GAGA	THE FAME MONSTER	POLYDOR	90,1%	9,9%
8	MUSE	THE RESISTANCE	WARNER MUSIC FRANCE	90,3%	9,7%
9	THE BLACK EYED PEAS	THE E N D INTERNATIONAL DELUXE VERSION	INTERSCOPE RECORDS	91,4%	8,6%
10	MYLENE FARMER	BLEU NOIR	POLYDOR	95,2%	4,8%
11	SEXION D ASSAUT	L ECOLE DES POINTS VITAUX	Jive Epic	91,0%	9,0%
12	COEUR DE PIRATE	COEUR DE PIRATE	BARCLAY	91,0%	9,0%
13	SHAKIRA	SALE EL SOL	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP	96,2%	3,8%
14	DAVID GUETTA	ONE MORE LOVE	EMI FRANCE	88,8%	11,2%
15	MULTI INTERPRETES	LE MEILLEUR DES ENFOIRES 20 ANS	LES RESTAURANTS DU COEUR	97,2%	2,8%
16	BEN L ONCLE SOUL	BEN L ONCLE SOUL	MOTOWN FRANCE	88,7%	11,3%
17	MICHEL SARDOU	ETRE UNE FEMME 2010 +LVT LTD	MERCURY	97,3%	2,7%
18	DIVERS	MOZART LOPERA ROCK/COLLECTOR	WARNER	96,5%	3,5%
19	BLACK EYED PEAS	THE BEGINNING & THE BEST OF THE E.N.D.	POLYDOR	93,9%	6,1%
20	SADE	SOLDIER OF LOVE	RCA Records Label	90,5%	9,5%



CLASSEMENT DES 20 PREMIERS SINGLES FUSIONNÉS PAR GfK MUSIC
- ANNÉE 2010

Rang	Artistes	titres	Distributeurs	Poids physique	poids numérique
1	SHAKIRA	WAKA WAKA (THIS TIME FOR AFRICA)	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP	26,2%	73,8%
2	STROMAE	ALORS ON DANSE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY	22,3%	77,7%
3	RENE LA TAUPE	MIGNON MIGNON	BELIEVE / FOX MOBILE DISTRIBUTION	49,4%	50,6%
4	SEXION D ASSAUT	DESOLE	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP	0,0%	100,0%
5	KESHA	TIK TOK	SONY MUSIC COLUMBIA GROUP	17,2%	82,8%
6	LADY GAGA	BAD ROMANCE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR	17,7%	82,3%
7	RIHANNA	ONLY GIRL	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY	14,1%	85,9%
8	SHAKIRA	LOCA	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP	6,3%	93,7%
9	CHRISTOPHE MAE	DINGUE DINGUE DINGUE	WARNER MUSIC FRANCE	31,5%	68,5%
10	TAIO CRUZ	BREAK YOUR HEART	UNIVERSAL MUSIC DIVISION AZ	14,8%	85,2%
11	EMINEM	LOVE THE WAY YOU LIE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR	8,7%	91,3%
12	YOLANDA BE COOL	WE NO SPEAK AMERICANO	HAPPY MUSIC	19,2%	80,8%
13	KATY PERRY	CALIFORNIA GURLS	CAPITOL RECORDS (NEW RELEASE)	14,6%	85,4%
14	K NAAN	WAVIN FLAG	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR	25,6%	74,4%
15	ZAZ	JE VEUX	PLAY ON / JO&CO	0,0%	100,0%
16	LADY GAGA	ALEJANDRO	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR	10,9%	89,1%
17	LADY GAGA	TELEPHONE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR	12,4%	87,6%
18	COEUR DE PIRATE	POUR UN INFIDELE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY	24,4%	75,6%
19	THE BLACK EYED PEAS	I GOTTA FEELING	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR	1,1%	98,9%
20	THE BLACK EYED PEAS	THE TIME	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR	0,0%	100,0%

→ En termes de chiffre d'affaires, incluant les singles et les albums dans les magasins comme en téléchargement. Le classement est le suivant :

1	LES ENFOIRES
2	MYLENE FARMER
3	MICHAEL JACKSON
4	JEAN FERRAT
5	CHRISTOPHE MAE
6	LES PRETRES
7	BLACK EYED PEAS
8	YANNICK NOAH
9	LADY GAGA
10	MUSE

→ L'évolution des ventes au sein des classements d'albums annuels entre 2006 et 2010.

- Les ventes physiques :

Les ventes du TOP 200 ont chuté de 35 %, celles du TOP 100 de 33 %, celles du TOP 20 de 21 % et celles du numéro 1 de 9 %

<i>En milliers d'unités</i>	2006	2010	<i>Evolution</i>
Ventes du N° 1	603	546	-9 %
Ventes des 20 premiers	7 130	5 632	-21 %
Ventes des 50 premiers	12 150	8 560	-30 %
TOP 200	21 266	13 843	-35 %

- Les ventes numériques :

Les ventes du TOP 50 albums téléchargés

<i>En unités</i>	2006	2010	<i>Evolution</i>
Ventes du N° 1	9 260	36 365	x 4
Ventes des 20 premiers	107 328	398 248	x 3.7
TOP 50	181 800	663 522	x 3.6

Entre 2006 et 2010, les 50 meilleures ventes d'albums physiques ont chuté de 30 % soit une perte de 3.6 millions d'unités.

Dans le même temps, les 50 albums les plus téléchargés ont vu leurs ventes se multiplier par 3.7 mais gagner seulement 291 000 unités, soit un taux de substitution de 8 %.

Le Top 50 albums physiques représente 18 % des ventes en magasins (contre 17 % en 2006).

Le Top 50 albums téléchargés représente 12 % des ventes en téléchargement (contre 13 % en 2006).

- La comparaison des meilleures ventes mondiales et des meilleures ventes en France

14 des 20 meilleures ventes mondiales d'albums sont également présentes dans le TOP français.

Présents dans le TOP 20 mondial des albums et pas dans le Top français 2010 : Susan Boyle, Taylor Swift, Lady Antebellum, Take That, Bon Jovi, Kings of Leon.



**COMPARATIF MEILLEURES VENTE/MONDE
- ANNÉE 2010**

Rang français	Rang mondial	Artiste	Titre	Ventes mondiale en millions d'unités	% numérique
41	1	EMINEM	RECOVERY	6.0	20 %
7	2	LADY GAGA	THE FAME MONSTER	4.8	16 %
NC	3	SUSAN BOYLE	THE GIFT	4.4	1 %
NC	4	TAYLOR SWIFT	SPEAK NOW	4.3	1 %
NC	5	LADY ANTEBELLUM	NEED YOU NOW	3.7	10 %
37	6	MICHAEL JACKSON	MICHAEL	3.0	2 %
40	7	RIHANNA	LOUD	3.0	13 %
21	8	JUSTIN BIEBER	MY WORLDS	3.0	2 %
NC	9	JUSTIN BIEBER	MY WORLDS 2.0	2.9	7 %
NC	10	TAKE THAT	PROGRESS	2.8	6 %
51	11	KATY PERRY	TEENAGE DREAM	2.8	11 %
49	12	MICHAEL BUBLÉ	CRAZY LOVE	2.8	9 %
9	13	BLACK EYED PEAS	THE E.N.D.	2.6	16 %
20	14	SADE	SOLDIER OF LOVE	2.4	12 %
NC	15	BON JOVI	GREATEST HITS	2.4	4 %
NC	16	KINGS OF LEON	COME AROUND SUNDOWN	2.2	17 %
102	17	KE\$HA	ANIMAL	2.2	25 %
19	18	BLACK EYED PEAS	THE BEGINNING	2.1	8 %
81	19	LINKIN PARK	A THOUSAND SUNS	2.1	11 %
82	20	AC/DC	IRON MAN 2	2.0	0 %

Source IFPI/SNEP

**CLASSEMENTS ANNUELS PHYSIQUES
ALBUMS**

VOLUMES	2006	2007	2008	2009	2010
Ventes du N°1	603 307	820 933	611 191	506 515	546 578
PDM TOP	2,8%	4,3%	3,4%	3,4%	3,9%
Ventes TOP 20	7 130 123	7 403 873	6 487 531	5 160 673	5 632 347
PDM TOP	33,5%	39,0%	36,3%	35,0%	40,7%
Ventes TOP 30	9 079 199	9 207 247	8 213 744	6 506 457	6 787 875
PDM TOP	42,7%	48,5%	45,9%	44,2%	49,0%
Ventes TOP 50	12 150 493	11 689 991	10 675 525	8 491 717	8 559 666
PDM TOP	57,1%	61,5%	59,7%	57,6%	61,8%
Ventes TOP 100	16 604 479	15 266 308	14 267 480	11 758 831	11 162 140
PDM TOP	78,1%	80,3%	79,7%	79,8%	80,6%
VENTES TOP 200	21 266 332	19 000 224	17 891 092	14 736 209	13 843 486
Part de Marché	100%	100%	100%	100%	100%

**CLASSEMENTS ANNUELS NUMERIQUES
ALBUMS**

VOLUMES	2006	2007	2008	2009	2010
Ventes du N°1	9 260	26 126	26 069	30 481	36 365
PDM TOP	5,1%	9,9%	7,5%	5,5%	5,5%
Ventes TOP 20	107 328	169 104	202 498	320 522	398 248
PDM TOP	59,0%	64,4%	58,4%	58,2%	60,0%
Ventes TOP 50	181 800	262 673	346 448	550 360	663 522
Part de Marché	100%	100%	100%	100%	100%

**CLASSEMENTS ANNUELS PHYSIQUES
SINGLES**

VOLUMES	2006	2007	2008	2009	2010
Ventes du N°1	355 842	309 481	286 790	121 127	114 546
PDM TOP	3,1%	4,8%	6,7%	5,6%	8,3%
Ventes TOP 20	4 984 548	2 822 680	1 899 698	1 153 275	753 626
PDM TOP	43,0%	43,9%	44,6%	51,1%	54,3%
Ventes TOP 30	6 343 473	3 539 211	2 402 651	1 421 555	922 399
PDM TOP	54,7%	55,1%	56,5%	62,9%	66,5%
Ventes TOP 50	8 339 250	4 673 174	3 161 966	1 782 938	1 132 649
PDM TOP	71,9%	72,7%	74,3%	78,9%	81,6%
VENTES TOP 100	11 597 324	6 426 557	4 255 202	2 259 046	1 387 657
Part de Marché	100%	100%	100%	100%	100%

**CLASSEMENTS ANNUELS NUMERIQUES
TITRES**

VOLUMES	2006	2007	2008	2009	2010
Ventes du N°1	66 637	91 771	85 424	207 918	275 342
PDM TOP	5,1%	6,1%	4,2%	4,6%	5,3%
Ventes TOP 20	692 374	808 539	1 155 664	2 605 154	2 685 629
PDM TOP	53,0%	54,2%	57,4%	57,4%	51,3%
Ventes TOP 50	1 305 665	1 492 956	2 014 886	4 534 769	5 234 614
Part de Marché	100%	100%	100%	100%	100%

A series of horizontal dashed lines for taking notes.

MUSIQUE ET MEDIAS

5

→ MUSIQUE ET RADIO

- L'audience de la radio
- Un nécessaire réaménagement des conditions d'application de la loi sur les quotas
- L'année 2010 en radio
- Les meilleures diffusions en radio en 2010.

→ MUSIQUE ET TELEVISION



A dix années d'intervalle,
le média radio a gagné

4.2

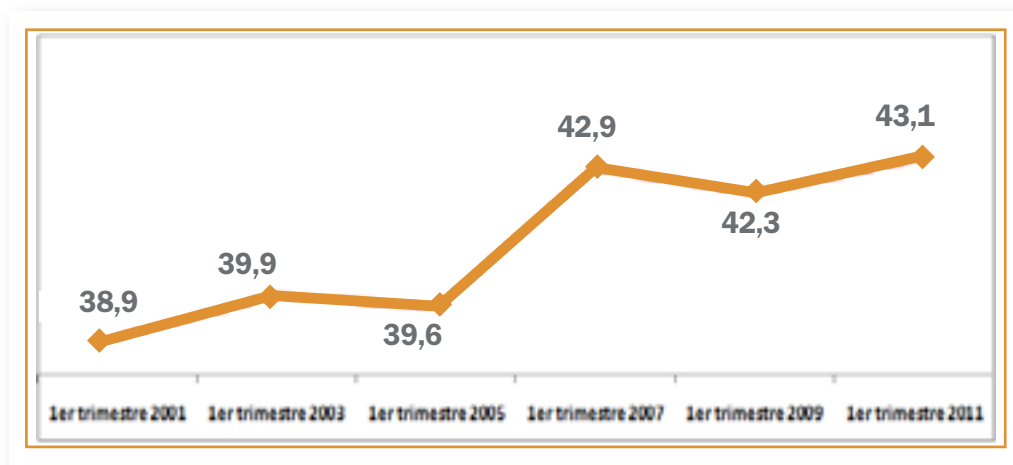
millions d'auditeurs

5.1 - MUSIQUE ET RADIO

● L'audience de la radio

Au cours du premier trimestre 2011, le média radio a rassemblé 43.1 millions de personnes soit plus des deux tiers de la population âgée de 13 ans et plus.

EVOLUTION DE L'AUDIENCE RADIO (MILLIONS DE PERSONNES)

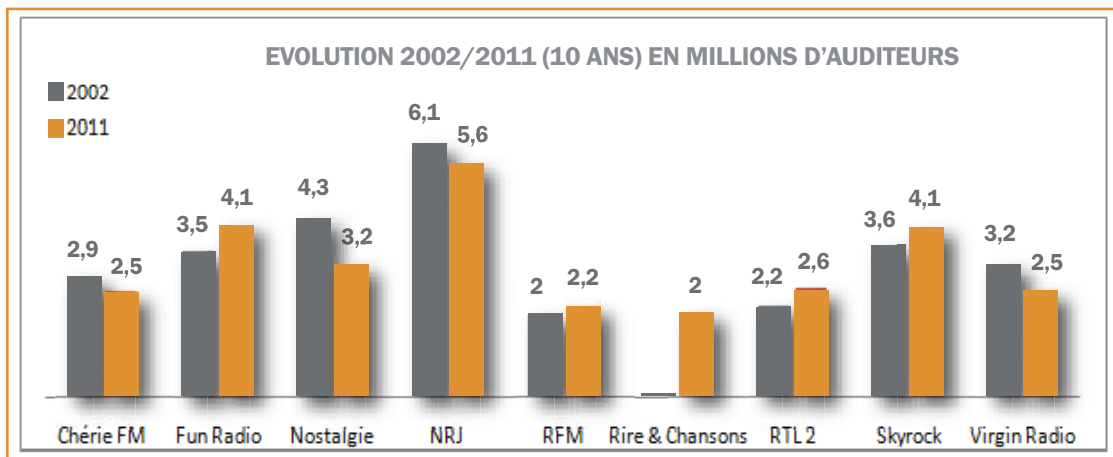
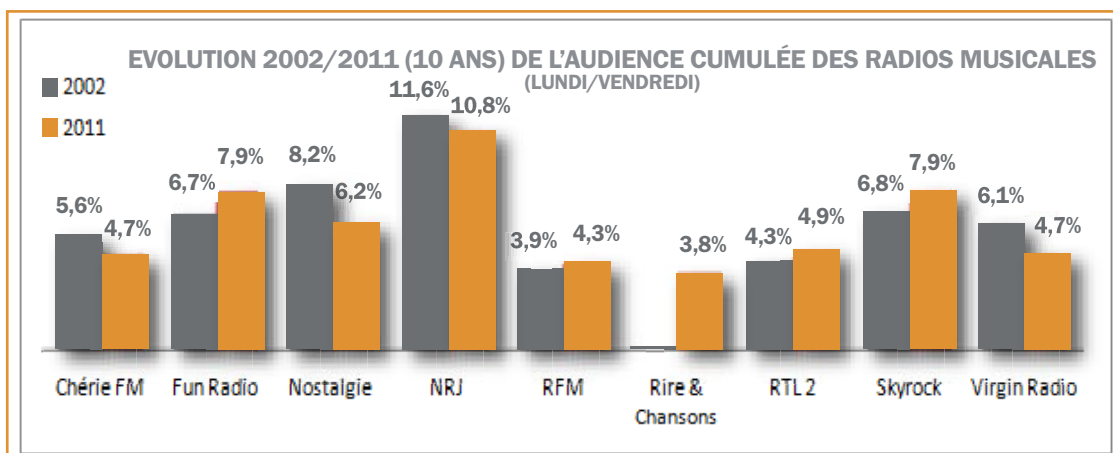


1er trimestre 2001	1er trimestre 2003	1er trimestre 2005	1er trimestre 2007	1er trimestre 2009	1er trimestre 2011
38.9	39.9	39.6	42.9	42.3	43.1

A dix années d'intervalle, le média radio a gagné 4.2 millions d'auditeurs (+11 %)

Parmi les 43.1 millions d'auditeurs de la radio, les musicales nationales ont représenté une audience cumulée de 28.9 millions de personnes (55.2 % du lundi ou vendredi) soit plus d'un auditeur sur deux.

Audience cumulée				en millions d'auditeurs		
	2002	2011	Evolution	2002	2011	Evolution
Chérie FM	5,6%	4,7%	↘	2,9	2,5	-14%
Fun Radio	6,7%	7,9%	↗	3,5	4,1	17%
Nostalgie	8,2%	6,2%	↘	4,3	3,2	-26%
NRJ	11,6%	10,8%	↘	6,1	5,6	-8%
RFM	3,9%	4,3%	↗	2	2,2	-10%
Rire & Chansons	0,0%	3,8%	—		2	—
RTL 2	4,3%	4,9%	↗	2,2	2,6	18%
Skyrock	6,8%	7,9%	↗	3,6	4,1	14%
Virgin Radio	6,1%	4,7%	↘	3,2	2,5	-22%
TOTAL	53,2%	55,2%	↗	27,8	28,9	4%



Entre 2002 et 2011, l'audience des radios musicales a progressé de 4 % passant de 27.8 à 28.9 millions d'auditeurs.

Les gains d'audience ont concerné Fun Radio (+17 %), RTL2 (+18 %) et Skyrock (+14 %).

Avec 5.6 millions d'auditeurs au premier trimestre 2011, NRJ est la radio musicale numéro 1, suivie par Fun Radio et Skyrock (4.1 millions d'auditeurs chacune).

Les trois réseaux captent 48 % de l'audience des réseaux musicaux.

● **Un nécessaire réaménagement des conditions d'application de la loi sur les quotas :**

→ **Une situation préoccupante** pour la création francophone et les nouveaux talents

Les 15 nouveaux talents francophones les plus diffusés	73.6 % →	Des diffusions totales de nouveaux talents francophones
--	-------------	---

→ **De très fortes rotations** sur un nombre de plus en plus restreints de titres

90% des diffusions de nouveautés francophones ont été concentrées sur 15 titres en 2010.

Les 15 nouveautés francophones les plus diffusées	90 % →	Des diffusions totales de nouveautés francophones
---	-----------	---

Seulement 11 nouveaux talents francophones figurent parmi les 100 plus fortes rotations en 2010 (hors duos) soit 56% de moins qu'en 2009. La part des titres francophones sur les 100 plus fortes rotations n'est plus que de 30 % en 2010, soit 28% de moins qu'en 2007.

→ **Une ghettoisation** des nouveautés et titres francophones aux heures d'écoute peu significatives.

- **Les titres francophones sont principalement diffusés le week-end entre 6h30 et 8h30. Dans cette tranche horaire, la présence de la musique est de 75% le week-end contre 44% en semaine.**

- **La part de chanson francophone est 3 fois supérieure le week-end qu'en semaine pour cette tranche horaire.**

→ **Une diffusion tronquée** des titres francophones pour satisfaire les quotas au mépris du droit moral des artistes et des auteurs/compositeurs

Les pratiques généralisées consistant à ne diffuser qu'une minute d'un titre pour satisfaire les quotas sont inacceptables. Outre l'atteinte au droit moral des auteurs et des artistes, comment dans ces conditions assurer une exposition des nouveaux artistes sans permettre aux auditeurs d'écouter leurs œuvres en intégralité ?

● **L'année 2010 en radio** - Réalisé par Yacast

Les faits marquants pour l'année 2010 en radio.

→ **Une baisse très sensible** des titres francophones et plus particulièrement des nouveaux talents dans le classement des 100 meilleures diffusions.

- Seulement 30 titres francophones parmi les 100 premiers soit 11 % de moins qu'en 2009 et 28 % de moins qu'en 2007,

- Seulement 11 nouveaux talents parmi les 100 premiers (18 nouveaux talents recensés auxquels il conviendrait de soustraire 7 duos qui, au regard des définitions, sont considérés comme des nouveaux talents), contre 25 en 2009 soit une baisse de plus de la moitié.

→ **Moins de relais** pour le format pop/rock

Les 3 principales radios pop/rock ont changé de format :

Oui FM → gold

Le Mouv → talk

Virgin → généraliste

Années	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Part des titres francophones dans les 100 plus fortes rotations	44%	32%	40%	42%	38 %	34%	30%
Part des nouveaux talents francophones dans les 100 plus fortes rotations	33%	18%	25%	31%	27%	25%	18%

→ **La présence francophone** au sein des plus fortes rotations baisse sensiblement. Cette baisse est accompagnée de celle des nouveaux talents.

→ **La part des diffusions** consacrées aux nouveautés est en légère baisse : 57 % en 2010 contre 57.3 % en 2009, 58.8 % en 2008.

→ **Le nombre d'entrées** en programmation baisse de 9.9 %

2 690 titres sont entrés en programmation cette année soit près de 300 titres de moins qu'en 2009 : forte baisse du répertoire international (-16%), baisse plus modérée du répertoire francophone (-4.5%).

	2008	2009	2010	Evolution
Nombre de titres entrés en programmation	3 106	2 987	2 690	-9.9 %
Dont francophones	930	869	830	-4.5 %
Dont internationaux	1 878	1 897	1 594	-16 %
Dont instrumentaux	298	223	223	-

NUMÉRO 1 DU CLASSEMENT GÉNÉRAL DE L'ANNÉE 2010 : Sean Paul et Zaho « Hold my hand » (WEA/Warner)

27.095 DIFFUSIONS / 1,2 MILLIARD DE CONTACTS*

* audience cumulée sur la période basée sur les enquêtes Médiamétrie (126.000 Nationale, IDF et Médialocales)

ARTISTE LE PLUS DIFFUSÉ : Rihanna (Barclay/Universal)

48 479 diffusions / 34 titres différents

3.2 milliards de contacts

NOMBRE TOTAL DE DIFFUSIONS MUSICALES : 3.760 764

(contre 3.682 373 en 2009)

ROTATION MOYENNE HEBDOMADAIRE PAR TITRE (24H/24H)

International : 3.9 diffusions (identique à 2009)

Francophone : 5.4 diffusions (identique à 2009)

PART DES DIFFUSIONS FRANCOPHONES PARMIS LES 100 PLUS FORTES ROTATIONS : 30 %

(34% en 2009, 38% en 2008, 42% en 2007 et 40% en 2006)

NOMBRE DE NOUVEAUX TALENTS FRANCOPHONES CLASSÉS PARMIS LES 100 PLUS FORTES ROTATIONS : 18

(25 en 2009, 27 en 2008, 31 en 2007 et 40 en 2006)

5.2 - MUSIQUE ET TELEVISION

● *Le déficit de la musique à la télévision*

Constat : chute de la diffusion de musique sur les chaînes publiques et relégation à des horaires tardifs et sur des chaînes plus confidentielles

→ **Le volume de chanson diffusé** sur les chaînes généralistes du groupe France Télévisions est en diminution importante et continue depuis 2000, notamment aux heures de grande écoute.

- Une baisse de 52% sur France 2 entre 2000 et 2009 (en 24h/24), et une baisse de 41% aux heures d'écoute significative sur France 2 et France 3 dans le même temps.

- Conséquence : le temps d'antenne occupé par les prestations musicales est faible. La musique occupe au total moins de 2 minutes par heure sur France 2, France 3 et France 4 (soit 35 minutes par jour).

- Ce sont pourtant ces chaînes qui possèdent **l'impact prescripteur le plus important**, donc entraînent la meilleure exposition du travail des créateurs et artistes, leur permettant de rencontrer leur public. **38% des Français** citent la télévision comme le moyen par lequel ils découvrent des nouveautés musicales. C'est le deuxième média le plus prescripteur après la radio.

→ **La musique subit** en plus de la chute des diffusions **une double « ghettoisation »** :

L'exposition de chanson se fait très majoritairement à des horaires peu fédérateurs (entre minuit et 6 heures du matin) et la diffusion de chanson fait l'objet d'un transfert des chaînes généralistes à forte audience vers une chaîne confidentielle (France 4 : 1,3 % d'audience contre 16,5 % pour France 2 ou 12,4 % pour France 3).

L'ensemble de ces facteurs a un impact négatif fort sur l'exposition de nouveaux talents – qui n'ont pas de place à l'écran – et au final sur la diversité musicale – les différents genres musicaux n'ayant pas d'espace d'expression donc peu de chance d'élargir leur public.

1 - Sondage OpinionWay pour la Sacem, décembre 2010, échantillon de 2010 personnes, méthode des quotas

6

LE MARCHE MONDIAL EN 2010

- Evolution 2010/2009 par pays
- Zoom sur les ventes de supports
- Zoom sur les ventes numériques
- Les différentes structures de marché
- Les taux de substitution numérique/
physique : des situations hétérogènes

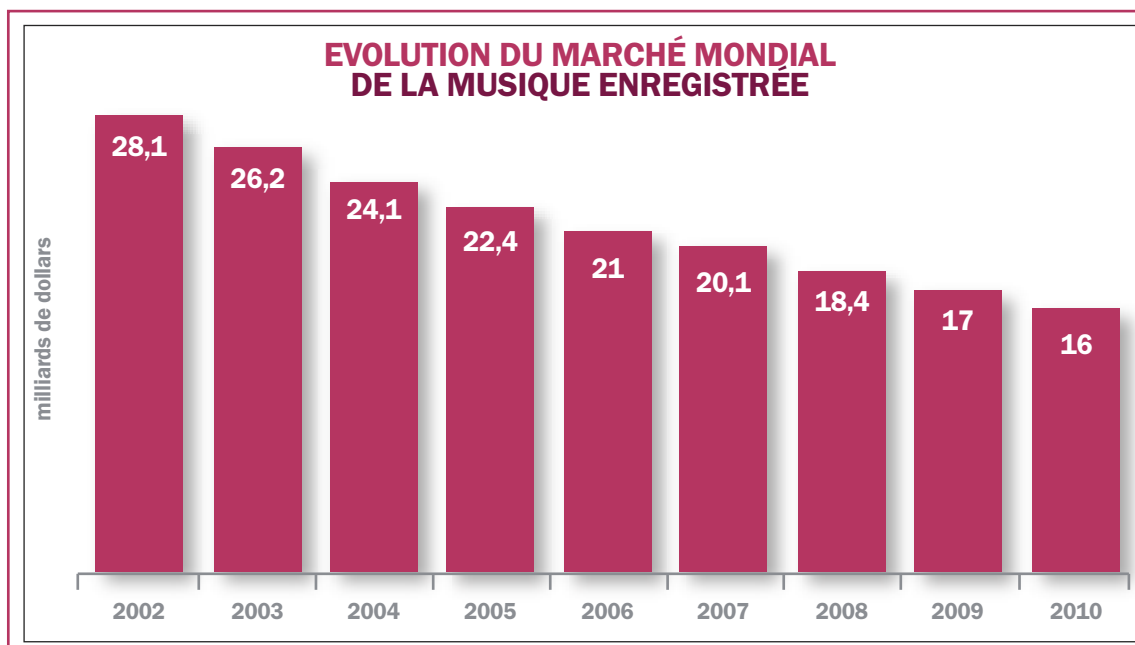
Aujourd'hui,
les ventes
numériques représentent

34%

des revenus mondiaux
de l'industrie
phonographique

En 2010, le marché mondial de la musique enregistrée (valeur gros) a représenté 16 milliards de dollars, en baisse de 8.4 % par rapport à 2009 et de 43 % par rapport à 2002.

Les chiffres présentés concernent exclusivement les marchés de gros, ventes éditeurs nettes de remises, de ristournes, et hors taxes.



Source IFPI

La perte du marché des supports (-1.7 milliard de dollars) est très partiellement compensée par la hausse des ventes numériques (+ 236 millions de dollars) et de celle des droits perçus (+ 38 millions de dollars).

En millions de dollars				En pourcentage		
	2009	2010	Evolution	2009	2010	Evolution
Vente de supports	12 165	10 439	- 14.2%	70%	66%	-4 points
Ventes numériques	4 407	4 643	+ 5.3%	25%	29%	+4 points
Droits perçus en gestion collective	813	851	+ 4.6 %	5%	5%	-
TOTAL MARCHÉ	17 386	15 933	- 8.4 %	100%	100%	

Source IFPI

Les ventes de supports chutent de 14.2 % tandis que les ventes numériques progressent de 5.3% et les droits perçus de 4.6 %.

Aujourd'hui, les ventes de supports représentent 66 % des revenus mondiaux de l'industrie phonographique contre 29 % pour les ventes numériques et 5 % pour les droits perçus.

2010	Ventes physiques	Ventes numériques	Droits perçus
Part de marché	66 %	29 %	5 %
Evolution 10/09	-14.2 %	+5.3 %	+4.6 %

Source IFPI

6.1 - LES ÉVOLUTIONS PAR PAYS

2010	MILLIONS \$	Part de marché 2010	Evolution 10/09
Etats-Unis	4 166	26 %	-10 %
Japon	3 958	25 %	-8 %
Allemagne	1 412	9 %	-4.1 %
Royaume Uni	1 3781	9 %	-11 %
France	866	5 %	-5.1 %
Canada	394	2 %	-13.5 %
Australie	393	2 %	-12.4%
Pays Bas	261	2 %	-2.6 %
Italie	237	1 %	-2.3 %
Espagne	186	1 %	-2.6 %
TOTAL TOP 10	13 251	83 %	-7.2 %
Autres	2 682	17 %	-2.4 %
TOTAL	15 933	100%	-8.4 %

L'Allemagne devient le 3^e marché devant le royaume Uni

● **Les faits marquants de l'année 2010**

- ➔ Les Etats Unis et le Japon, les deux principaux pays qui totalisent à eux deux 51 % du marché mondial, connaissent des baisses significatives (respectivement -10 % et -8.3 %).
Ils sont à l'origine de 57 % de la baisse du marché mondial (80 % en 2009)
- ➔ Le Royaume Uni qui avait mieux résisté à la crise au cours des années précédentes, a également vu ses ventes chuter de 11 %.
En conséquence, l'Allemagne, dont le marché n'a baissé que de 4.1 %, passe devant le Royaume Uni au rang de 3^e marché
- ➔ De fortes disparités d'évolution entre les pays européens
 - Fortes baisses en Espagne (-21%) et au Royaume Uni (-11%)
 - Baisses modérées en France (-5%), en Allemagne (-4%).

<i>Evolutions comparées des cinq principaux marchés</i>	<i>2008/2007</i>	<i>2009/2008</i>	<i>2010/2009</i>
Etats-Unis	-18.6 %	-10.7 %	-10 %
Japon	+0.9 %	-10.8 %	-8.3 %
Royaume Uni	-2.5 %	+1.9 %	-11 %
Allemagne	-4.1%	-3 %	-4.1 %
France	-13.4 %	-2.7 %	-5.1 %

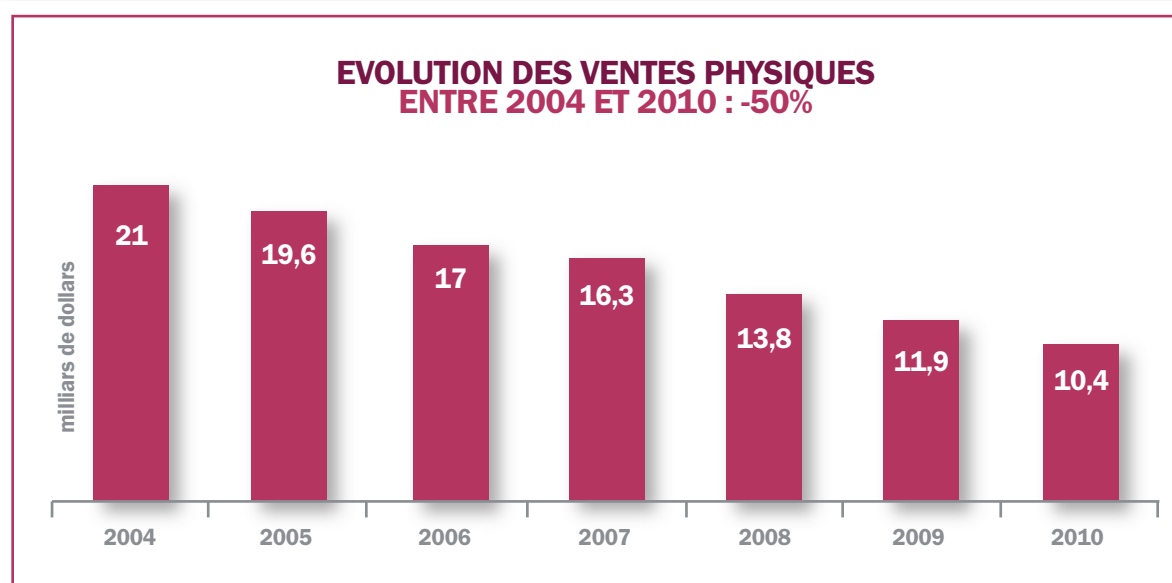
Source IFPI

Depuis 2002, le marché mondial a perdu 15 milliards de dollars soit 48 % de sa valeur. Le marché physique a perdu près de 20 milliards de dollars (-68 %), perte très partiellement compensée par les revenus numériques (4.6 milliards de dollars).

6.2 - ZOOM SUR LES VENTES DE SUPPORTS

	Evolution 08/07	Evolution 09/08	Evolution 10/09
Etats-Unis	- 31.2 %	-18.5 %	-19.8%
Japon	- 4 %	- 15.8 %	-9.5%
Grande Bretagne	- 9.7 %	- 6.1 %	-19.2%
Allemagne	- 5.3 %	- 5.2 %	-8.3%
France	-19.9 %	- 3.4 %	-9 %
Monde	- 15.4 %	- 12.7 %	-14.2%

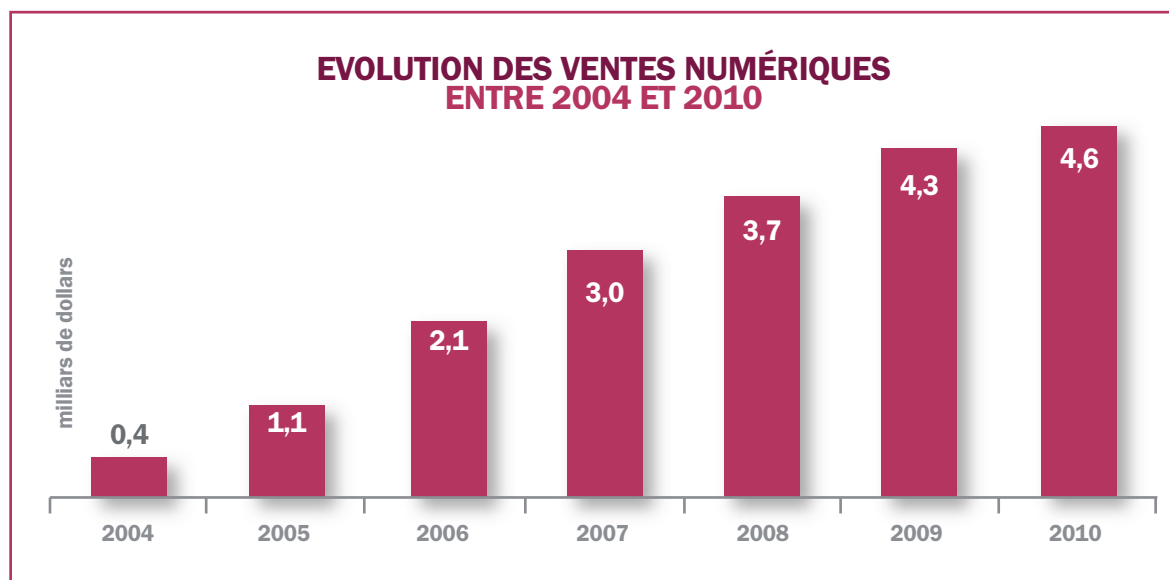
- ➔ A nouveau une forte dégradation du marché physique américain (-20 %).
- ➔ Chute subite du marché physique anglais (-19 %)
- ➔ Dégradation plus modérée en France (-9%), en Allemagne(-8%) et au Japon (-9%).



Source IFPI

6.3 - ZOOM SUR LES VENTES NUMÉRIQUES

Les ventes numériques mondiales ont représenté 4.6 milliards de dollars en 2010, en progression de 5.3% par rapport à 2009

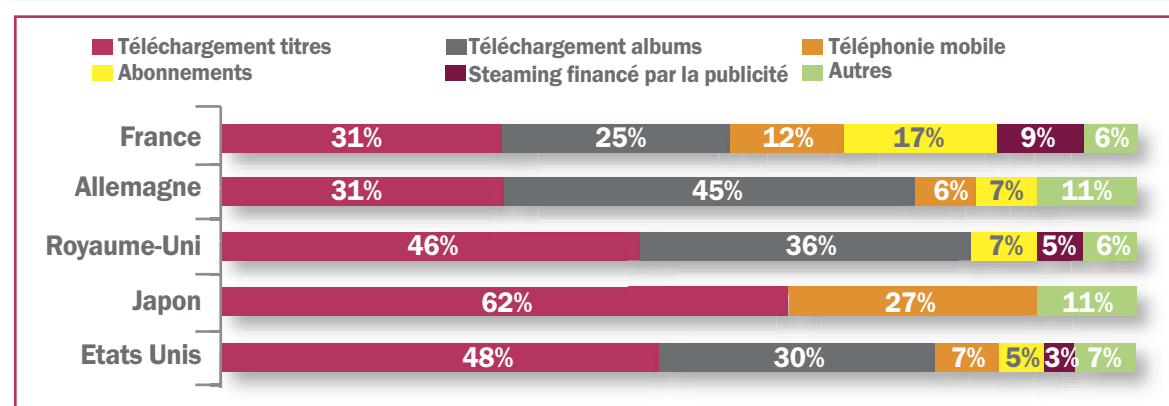


Source IFPI

→ **La structure des revenus numériques 2010 par pays**

	Téléchargement titres	Téléchargement albums	Téléphonie mobile	abonnements	Streaming financé par la publicité	autres
Etats Unis	48 %	30 %	7 %	5 %	3 %	7 %
Japon	62 %	-	27 %	-	-	11 %
Royaume Uni	46 %	36 %	-	7 %	5 %	6 %
Allemagne	31 %	45 %	6 %	7 %	-	11 %
France	31 %	25 %	12 %	17 %	9 %	6 %

Source IFPI



Source IFPI

- Le téléchargement de titres représente près des 2/3 des revenus numériques au Japon, la moitié aux Etats Unis et au Royaume Uni, un tiers en France et en Allemagne.

- Les revenus de streaming financé par la publicité peinent à décoller, même si c'est au sein du marché numérique français que leur part de marché est la plus importante (9 % en France contre 3 % aux Etats Unis et 5 % au Royaume Uni).

➔ **Répartition des revenus numériques mondiaux par pays**

PAYS (millions de \$)	Chiffre d'Affaires numérique 2010	Evolution 2010/2009	Part au sein du marché numérique mondial	
			2009	2010
ETATS-UNIS	2 029	+ 1 %	47 %	44 %
JAPON	979	+ 1 %	23 %	21 %
GRANDE BRETAGNE	347	+ 18 %	7 %	7 %
ALLEMAGNE	178	+ 14 %	4 %	4 %
FRANCE	147	+ 14 %	3 %	3 %
ENSEMBLE TOP 5	3 689	+ 4 %	84%	79 %
Autres	954	+ 27 %	16%	21 %
TOTAL	4 643	+ 5 %	100 %	100 %

Source IFPI

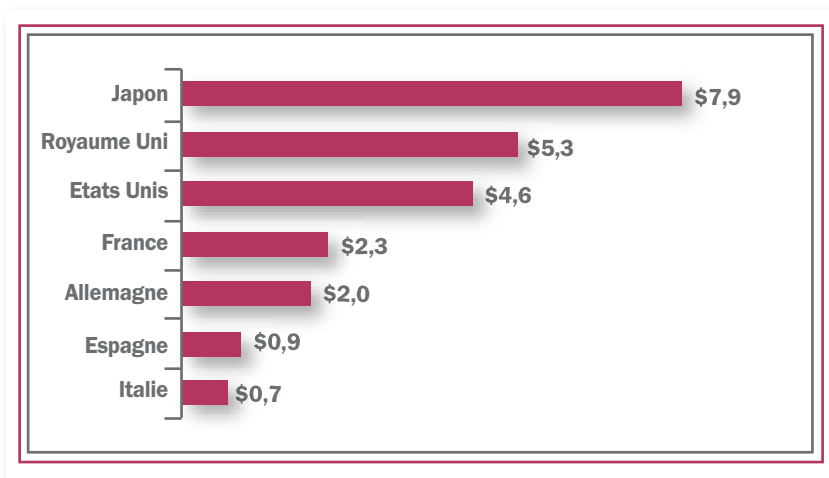
- Les Etats-Unis et le Japon représentent les deux tiers du marché numérique mondial.

- Ces marchés n'ont quasiment pas progressé en 2010, contrairement aux marchés européens qui totalisent 14 % de part de marché avec une croissance moyenne de 15 %.

➔ **Comparaison des revenus digitaux par habitant en 2010 (en dollars)**

Avec près de 8 \$ par an et par habitant, c'est au Japon que le revenu pondéré est le plus important.

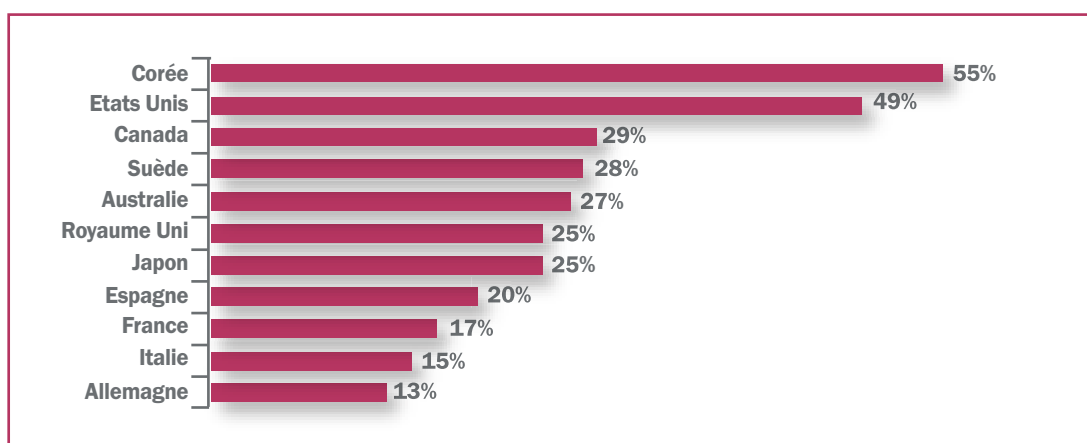
Viennent ensuite le Royaume Uni (5.3\$) puis les Etats-Unis (4.6 \$).



Source IFPI

6.4 - LES DIFFÉRENTES STRUCTURES DE MARCHÉ

➔ **Avec un tiers des revenus mondiaux, le poids du marché numérique (31 %) cache des disparités selon les pays.**



Le ratio physique/numérique est un indice trompeur.

Une part de marché numérique forte peut traduire une forte dégradation du marché physique comme c'est le cas en Espagne.

A l'inverse, la faible part du marché numérique en Allemagne peut signifier un marché physique qui s'est relativement bien comporté au cours de la crise qui a touché l'industrie phonographique.

A titre d'illustration, en 2010, l'Allemagne et l'Espagne ont connu des taux de progression du marché digital similaires (+19%) mais la chute du marché physique espagnol (-29 %) a été 3.5 fois supérieure à celle du marché physique allemand. Dès lors, la part de marché numérique du marché allemand (13%) est moins importante que celle de l'Espagne (20%) sans pour autant impliquer que ce dernier marché est plus dynamique.

La France est le 5ème pays mondial (et le 3ème pays européen). Rang identique, qu'il s'agisse du marché physique, du marché numérique ou en termes de droits perçus. C'est donc un marché équilibré.

Comparé aux autres pays européens, le marché physique français résiste mieux à la crise et son marché digital connaît une croissance significative.

<i>Evolution 2010/2009</i>	<i>Marché physique</i>	<i>Marché numérique</i>
Allemagne	-8.3 %	+19.4 %
Royaume Uni	-19.2 %	+19.6 %
France	-8.5 %	+14.1 %
Espagne	-28.5 %	+19.7 %
Italie	-3.2 %	+10 %

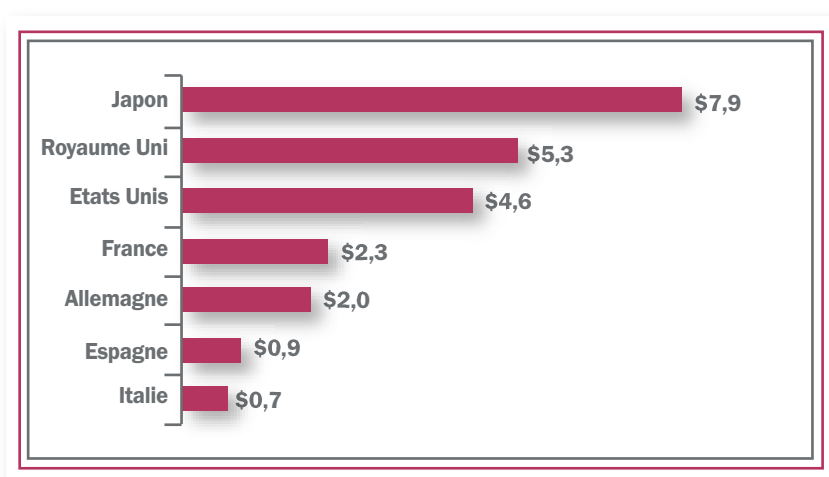
→ **Le critère pertinent pour juger et comparer** la vitalité des marchés numériques : le revenu musique numérique par habitant, pondéré par le PIB per capita de chaque pays

Le calcul de ce critère est résumé dans le tableau suivant. Avec près de 8 \$ par an et par habitant, c'est au Japon que le revenu pondéré est le plus important. Viennent ensuite le Royaume Uni (5.3\$) puis les Etats-Unis (4.6 \$).

Après le Royaume Uni, la France est le 2ème pays européen où le revenu numérique par habitant est le plus important. La dépense numérique moyenne française est deux fois et demie supérieure à la dépense de celle de l'Espagne et de l'Italie.

	Revenus numériques (millions \$)	Population (millions)	Revenus numériques par habitant	PIB/h (dollars)	Indice PIB/h* (base 100 = France)	Revenu numérique par habitant pondéré
Japon	979	126.8	7.7	32 400	1.03	7.9
Royaume Uni	347	62.3	5.6	35 100	0.95	5.3
Etats Unis	2 029	310.2	6.5	47 400	0.70	4.6
France	146	64.8	2.2	33 300	1	2.3
Allemagne	178	82.3	2.2	35 900	0.93	2
Espagne	37	46.8	0.8	29 500	1.13	0.9
Italie	36	58.1	0.6	30 700	1.08	0.7

*indice permettant de comparer les revenus moyens à PIB constant



6.5 - LES TAUX DE SUBSTITUTION NUMÉRIQUE/ PHYSIQUE : DES SITUATIONS HÉTÉROGÈNES.

Ce taux mesure la part de la baisse du chiffre d'affaires physique qui a été comblée par la croissance du marché numérique.

<i>Evolution 2010/2009 en millions de \$</i>	<i>Perte du marché physique</i>	<i>Gain du marché numérique</i>	<i>Taux de substitution</i>
Etats Unis	505	24	5 %
Japon	303	-57	Double perte
Allemagne	103	29	28 %
Royaume Uni	218	57	26 %
Suède	28	16	57 %
France	63	18	29 %

→ *Etats-Unis/Japon : aucune substitution*

- La hausse du marché numérique américain ne comble que 5 % de la perte du marché physique.
- Le marché numérique japonais est en décroissance

→ *Allemagne/Royaume-Uni/France : des taux de substitution similaires à hauteur d'un peu plus d'un quart de la perte du chiffre d'affaires physique comblé par la croissance des ventes numériques*

La France a le deuxième meilleur taux de substitution en Europe derrière la Suède.

En France, la croissance des revenus numériques compense la baisse du physique à hauteur de 29%

Notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes, spanning most of the page width.

7

LES ACTEURS DE LA DISTRIBUTION DE LA MUSIQUE

→ La distribution physique

- Zoom sur les grandes surfaces spécialisées (GSS)
- Zoom sur les grandes surfaces alimentaires (GSA)
- Hiérarchie des principales enseignes
- Analyse de l'évolution des ventes de DVD musicaux par circuit de distribution

→ La distribution numérique

- Ventes à la carte : titres et albums
- Sonneries téléphoniques
- Streaming

Le circuit des grandes surfaces spécialisées est le seul circuit qui a gagné des parts de marché

Cette étude réalisée par GFK à la demande du SNEP, se fonde uniquement sur les ventes des maisons de disques aux enseignes de la distribution. Il ne s'agit donc pas des ventes détail aux consommateurs.

Les données ont donc été recueillies auprès des sociétés suivantes : EMI, SONY, UNIVERSAL, WAGRAM et WARNER.

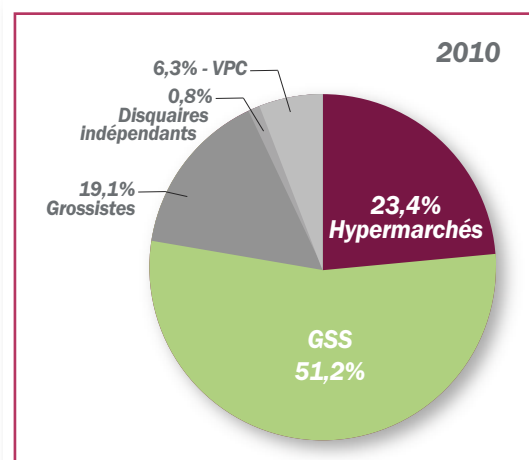
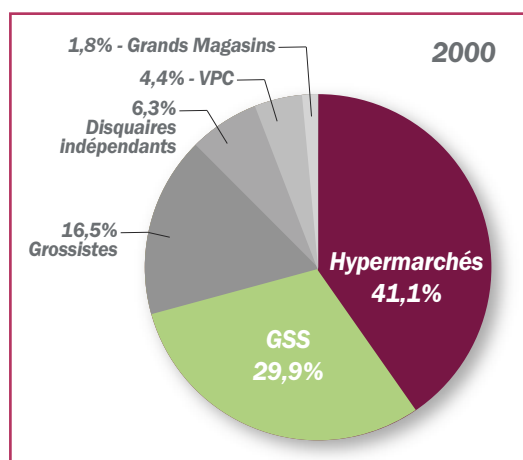
Elles concernent leurs volumes et montants d'achats nets, (distribution physique et numérique), pour l'année 2010.

7.1 - LA DISTRIBUTION PHYSIQUE

En 2010, les grandes enseignes spécialisées (FNAC, Virgin Mégastore, MediaSaturn, Starter, Espaces Culturels Leclerc) sont le circuit de distribution leader avec une part de marché en légère baisse : 51.2% contre 54.6 % en 2009, 53.7 % en 2008, 45.2% en 2007, 40.1% en 2006, 39.6% en 2005 et 39.4% en 2004.

Au cours de la dernière décennie, les grandes surfaces spécialisées ont, au fil des années, gagné progressivement du terrain pour cumuler un gain de 21 points de part de marché. Le circuit grandes surfaces spécialisées est le seul circuit qui a gagné des parts de marché, à l'exception de la Vente par Correspondance (+1.9 point) et les grossistes (+2.6 points).

2000-2010 : PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR (TOUS FORMATS)



Source : GFK/SNEP

	Evolution 2000/2010	Evolution 2009/2008	
Hypermarchés	-18.5 points	-0.8 points	
Grandes Surfaces Spécialisées	+21.3 points	+3.4 points	+
Grossistes	+2.6 points	+3.1 points	+
Disquaires Indépendants	-5.5 points	-	
VPC	+1.9 point	+1.1 point	+
Grands Magasins	-1.8 point	-	

Source : GFK/SNEP

En 10 ans, la part de marché des grandes surfaces alimentaires (ventes directes aux hypermarchés + ventes grossistes) a perdu 15.9 points, passant de 57.6% à 41.7%.

A l'inverse, celle du circuit des spécialistes (GSS + disquaires indépendants) a gagné 15 points passant de 36.2 % à 51.2%.

Les réductions des linéaires consacrés aux disques ayant été plus importantes dans les grandes surfaces alimentaires que dans les points de vente spécialisés, les parts de marché s'en sont trouvées fortement modifiées. Traditionnellement dans un rapport de deux tiers (pour les GSA) et un tiers (pour les spécialistes), la part des GSS est aujourd'hui supérieure de 10 points à celle des GSA.

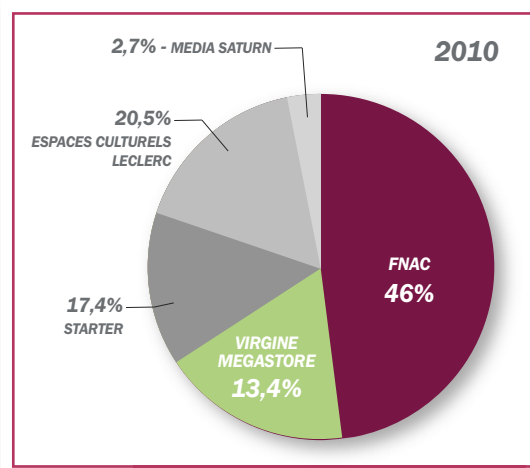
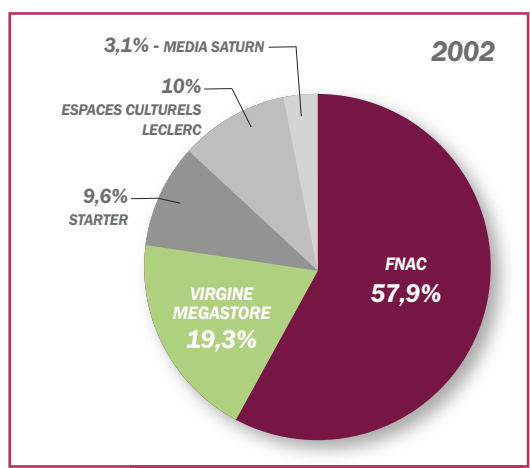
Notons enfin la disparition du disque des grands magasins et celle des disquaires indépendants.

● Zoom sur les grandes surfaces spécialisées (GSS)

La FNAC est l'enseigne leader, à la fois sur l'univers des spécialistes (46%) et sur l'ensemble de la distribution du disque (23.5%).

Au sein de la distribution spécialisée, si la FNAC représente un peu moins de la moitié du chiffre d'affaires (46%) viennent ensuite les Espaces Culturels Leclerc (20.5%), Starter (17.4%), Virgin Mégastore (13.4%) et MediaSaturn (2.7%).

**PARTS DE MARCHÉ COMPARÉES
DES GRANDES SURFACES SPÉCIALISÉES AUDIO
(TOUS FORMATS)**



Source : GFK/SNEP

A sept années d'intervalle, les Espaces Culturels Leclerc et les magasins Starter ont gagné 18.3 points de part de marché (respectivement +10.5 points pour les Espaces Culturels Leclerc et + 7.8 points pour Starter), au détriment de la FNAC (-11.9 points) et des Virgin Mégastore (-5.9 points).

Aujourd'hui, derrière l'enseigne leader FNAC (46%), se trouvent trois groupes :

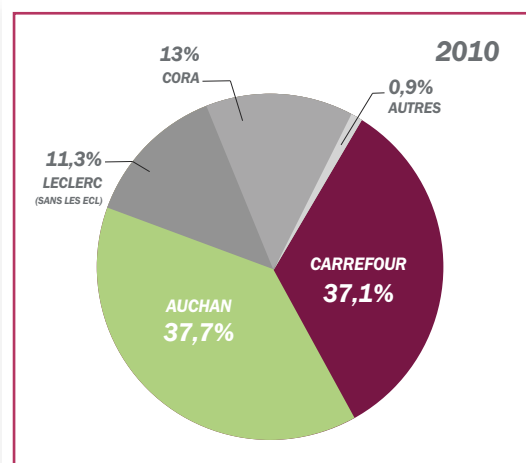
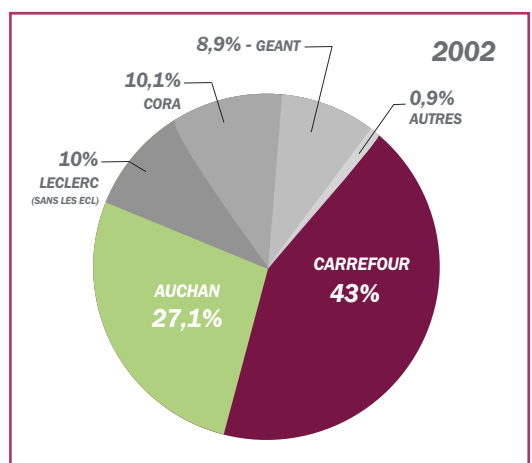
Espaces Culturels Leclerc	(20.5 %)
Starter	(17.4%)
Virgin Mégastore	(13.4 %)

Zoom sur les grandes surfaces alimentaires (GSA)

En 2010, Auchan a confirmé sa position d'enseigne leader sur l'univers des grandes surfaces alimentaires (37.7% des ventes de grandes surfaces alimentaires), légèrement devant Carrefour (37.1 %).

Au sein des grandes surfaces alimentaires, si Auchan représente 37.7% des ventes, viennent ensuite Carrefour (37.1%), Cora (13 %), Leclerc (11.3%). Les autres enseignes totalisent moins de 1% de part de marché.

PARTS DE MARCHÉ DES GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES AUDIO (TOUS FORMATS)



Source : GFK/SNEP

En termes d'évolution, au cours des huit dernières années : baisse de Carrefour (-5.9points), de Géant (-8.9 points) au profit notamment de Auchan (+10.6 points), de Cora (+ 2.9 points) et des Leclerc (sans les Espaces Culturels) (+1.2 point).

● Hiérarchie des dix principales enseignes

	En 2002	En 2010	
FNAC	20.9%	23.5%	↗
Espaces Culturels Leclerc	3.6%	10.5%	↗
Starter	3.5%	8.9%	↗
Auchan	10.5%	8.5%	↘
Carrefour	16.6%	8.4%	↘
Virgin Mégastore	7%	6.9%	↘
Cora	3.9%	2.9%	↘
Leclerc	3.9%	2.5%	↘
Media Saturn	1.1%	1.4%	↗

Source : GFK/SNEP

Si La FNAC est toujours l'enseigne leader avec 23.5% de part de marché, le tiercé de tête s'est modifié par rapport à 2002 : les Espaces Culturels arrivent en seconde position (10.5%), devant Starter (8.9%). Carrefour

longtemps resté la deuxième enseigne dans la distribution du disque, arrive maintenant en 5ème position.

Les trois principales enseignes sont des distributeurs spécialisés, le premier hyper (Auchan) n'arrivant qu'en 4ème position.

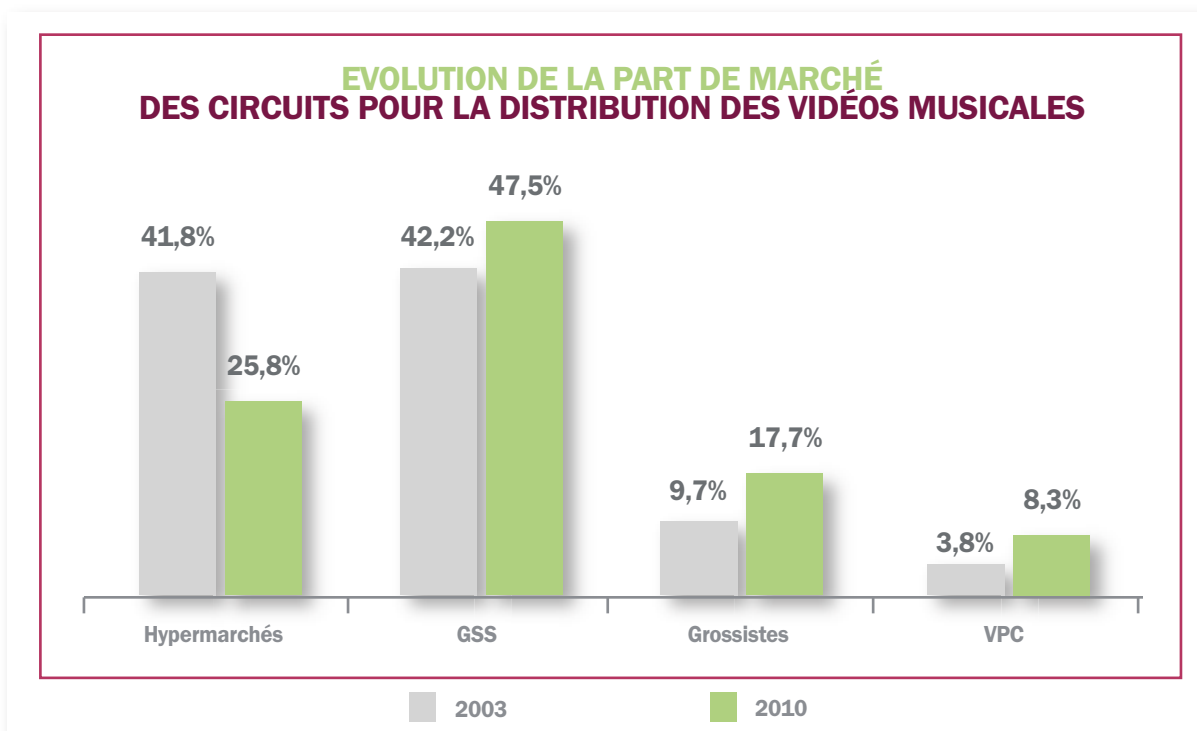
● **Analyse de l'évolution des ventes de DVD musicaux par circuit de distribution**

Avec une part de marché de 47.5% (en baisse de 3.1points par rapport à 2009), les grandes surfaces spécialisées sont le circuit leader des ventes de DVD musicaux, devant les hypermarchés (25.8% en baisse de 5.4 points par rapport à 2009).

Mais cumulant la part de marché des hypermarchés (25.8%) et celle des grossistes (17.7%), l'univers des grandes surfaces alimentaires représente 43.5% des ventes de DVD musicaux, faisant jeu égal avec les distributeurs spécialisés.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Hypermarchés	41.8%	40.2%	38%	41.1%	36.2%	31.7%	31.2%	25,8%
GSS	42.2%	41.9%	43.1%	41%	45.9%	54.5%	50.6%	47,5%
Grossistes	9.7%	10.5%	12.7%	9.9%	10.9%	6.4%	10.6%	17,7%
VPC	3.8%	4.9%	4.4%	5.4%	5.9%	6.3%	6.9%	8,3%
Autres	2.5%	2.5%	1.8%	2.6%	1.1%	1.1%	0.7%	0,7%

Source: GFK/snep

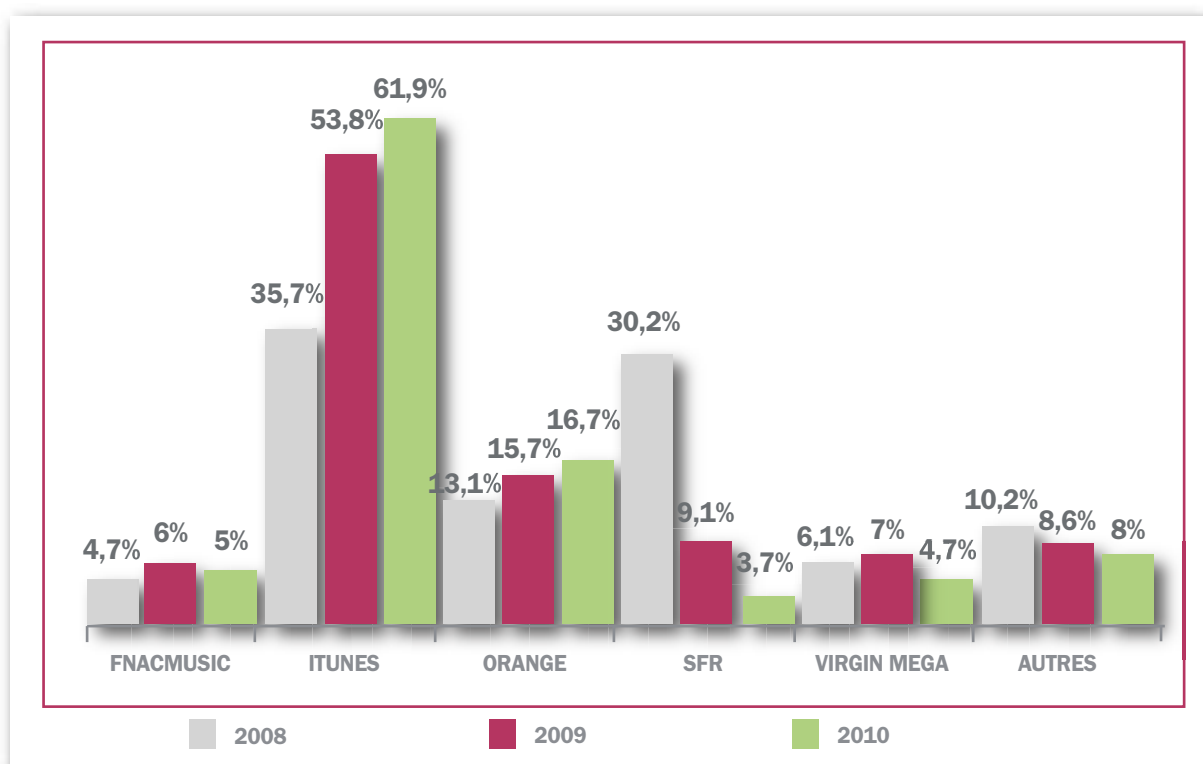


Source: GFK/SNEP

7.2 - LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE

● **Ventes à la carte : titres et albums**

Les ventes de titres et d'albums en téléchargement sont réalisées à 82 % par trois acteurs. Le premier d'entre eux est iTunes avec 61.9 % de part de marché en 2010 (contre 53.8 en 2009 et 35.7 % en 2008). Viennent ensuite les opérateurs de téléphonie mobile (20.4 % des ventes à la carte, dont 16.7 % pour Orange et 3.7 % pour SFR).



Source : GFK/SNEP

iTunes a pratiquement doublé sa part de marché du téléchargement en deux ans.

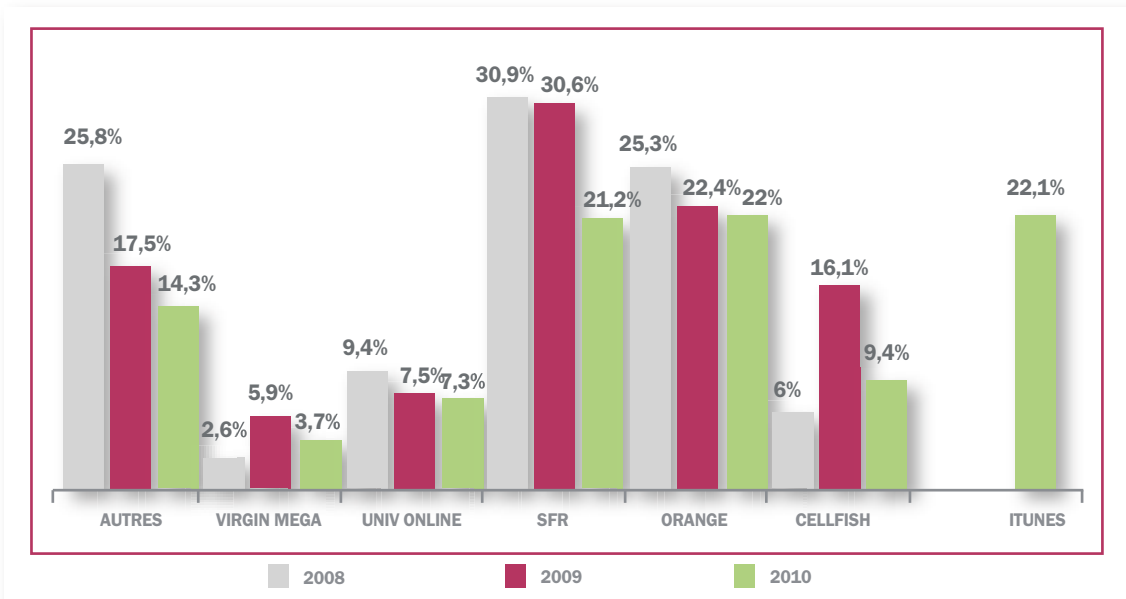
Les ventes de titres et d'albums en téléchargement sont réalisées avec 3 acteurs :

82%
des ventes

● **Sonneries téléphoniques**

Le marché des sonneries téléphoniques est partagé entre 3 principaux acteurs à hauteur de 21/22 % chacun : itunes (22.1%), Orange (22 %) et SFR (21.2 %).

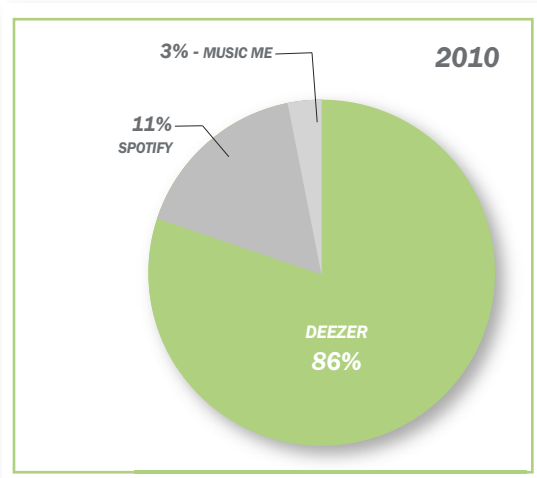
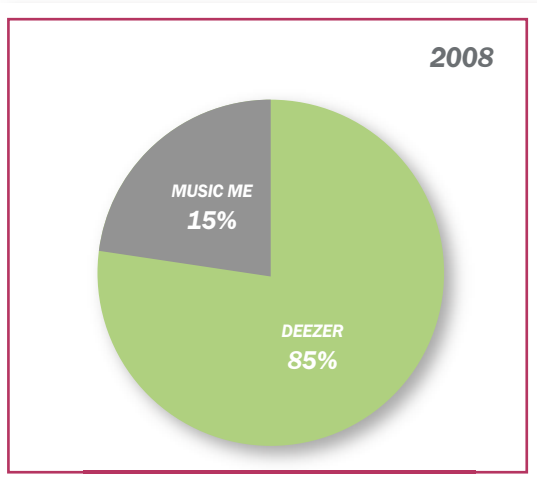
L'entrée d'iTunes sur ce marché s'effectue donc à la première place, détrônant SFR le principal leader.



Source: GFK/SNEP

● **Streaming**

PARTS DE MARCHÉ STREAMING AUDIO



Source: GFK/SNEP



8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ L'ANNÉE 2010 AU TRAVERS :

- Des 100 meilleures ventes fusionnées de titres (physique + numérique)
- Des 200 meilleures ventes fusionnées d'albums (physique + numérique)
- Des 100 titres les plus diffusés en radio
- Des certifications « DISQUES D'OR » de l'année
- Des lauréats des Victoires de la Musique
- De la sélection Prix Constantin.

8.1 - CLASSEMENT FUSIONNÉ DES 100 MEILLEURES VENTES SINGLES 2010
2010 - DU 1ER JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2010/GFK MUSIC

Rang	Artistes	titres	Distributeurs
1	SHAKIRA	WAKA WAKA (THIS TIME FOR AFRICA) (THE 2010 OFFICIAL FIFA WORLD CUP SONG)	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
2	STROMAE	ALORS ON DANSE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
3	RENE LA TAUPE	MIGNON MIGNON	BELIEVE / FOX MOBILE DISTRIBUTION
4	SEXION D ASSAUT	DESOLE	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
5	KESHA	TIK TOK	SONY MUSIC COLUMBIA GROUP
6	LADY GAGA	BAD ROMANCE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
7	RIHANNA	ONLY GIRL	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
8	SHAKIRA	LOCA	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
9	CHRISTOPHE MAE	DINGUE DINGUE DINGUE	WARNER MUSIC FRANCE
10	TAIO CRUZ	BREAK YOUR HEART	UNIVERSAL MUSIC DIVISION AZ
11	EMINEM	LOVE THE WAY YOU LIE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
12	YOLANDA BE COOL	WE NO SPEAK AMERICANO	HAPPY MUSIC
13	KATY PERRY	CALIFORNIA GURLS	CAPITOL RECORDS (NEW RELEASE)
14	K NAAN	WAVIN FLAG	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
15	ZAZ	JE VEUX	PLAY ON / JO&CO
16	LADY GAGA	ALEJANDRO	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
17	LADY GAGA	TELEPHONE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
18	COEUR DE PIRATE	POUR UN INFIDELE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
19	THE BLACK EYED PEAS	I GOTTA FEELING	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
20	THE BLACK EYED PEAS	THE TIME	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
21	DAVID GUETTA	MEMORIES	EMI FRANCE
22	DAVID GUETTA	GETTIN OVER YOU	EMI FRANCE
23	EDWARD MAYA FEATURING VIKA JIGULINA		STEREO LOVE Play on
24	INNA	AMAZING	UNIVERSAL MUSIC DIVISION UMSM
25	GAETAN ROUSSEL	HELP MYSELF	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
26	JAY Z	EMPIRE STATE OF MIND	WARNER MUSIC FRANCE
27	JUSTIN BIEBER	BABY	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
28	TAIO CRUZ	DYNAMITE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION AZ
29	INNA	HOT	AIRPLAY
30	RIHANNA	RUDE BOY	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
31	FATAL BAZOOKA FEATURING BIG ALI PZK DOGG SOSO CHRIS PROLLS	CE MATIN VA ETRE UNE PURE SOIREE	WARNER MUSIC FRANCE
32	SEAN PAUL	HOLD MY HAND	WARNER MUSIC FRANCE
33	DUCK SAUCE	BARBRA STREISAND	SCORPIO MUSIC
34	SEXION D ASSAUT	WATI BY NIGHT	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
35	B O B FEAT HAYLEY WILLIAMS OF PARAMORE B O B AIRPLANES		WARNER MUSIC FRANCE



Rang	Artistes	titres	Distributeurs
36	IYAZ	REPLAY	WARNER BROS
37	THE BLACK EYED PEAS	MEET ME HALFWAY	INTERSCOPE RECORDS
38	SHY M	JE SAIS	WARNER MUSIC FRANCE
39	KATY PERRY & TIMBALAND	IF WE EVER MEET AGAIN	INTERSCOPE RECORDS
40	CAMELIA JORDANA	NON NON NON	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
41	USHER	DJ GOT US FALLIN IN LOVE	LaFace Records
42	EDWARD MAYA FEATURING VIKA JIGULINA	THIS IS MY LIFE	Play on
43	MYLENE FARMER	OUI MAIS NON	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
44	MOHOMBI	BUMPY RIDE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION AZ
45	ISRAEL KAMAKAWIWO OLE	OVER THE RAINBOW	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
46	LUCENZO	VEM DANCAR KUDURO	UNIVERSAL MUSIC DIVISION UMSM
47	JASON DERULO	WHATCHA SAY	WARNER MUSIC FRANCE
48	FLO RIDA FEAT DAVID GUETTA	CAN T HANDLE ME	WARNER MUSIC FRANCE
49	TRAIN	HEY, SOUL SISTER	SONY MUSIC COLUMBIA GROUP
50	OWL CITY	FIREFLIES	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
51	THE BLACK EYED PEAS	ROCK THAT BODY	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
52	REMADY P&R	NO SUPERSTAR	HAPPY MUSIC
53	JOYCE JONATHAN	PAS BESOIN DE TOI	WARNER MUSIC FRANCE
54	KLAAS	OUR OWN WAY	HAPPY MUSIC
55	JESSY MATADOR	ALLEZ OLA OLE	WAGRAM MUSIC
56	RIHANNA	TE AMO	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
57	GOSSIP	HEAVY CROSS	SONY MUSIC COLUMBIA GROUP
58	MUSE	UPRISING	WARNER MUSIC FRANCE
59	ENRIQUE IGLESIAS	I LIKE IT	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
60	PLAN B	SHE SAID SHY	WARNER MUSIC FRANCE
61	MARTIN SOLVEIG	HELLO	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
62	ROBERT FRANCIS	JUNEBUG	WARNER MUSIC FRANCE
63	JULIAN PERRETTA	WONDER WHY	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
64	RIHANNA	RUSSIAN ROULETTE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
65	KATY PERRY	TEENAGE DREAM	CAPITOL
66	GUILLAUME GRAND	TOI ET MOI	EMI FRANCE
67	EMINEM	NOT AFRAID	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
68	MUSE	UNDISCLOSED DESIRES	WARNER MUSIC FRANCE
69	CHRISTOPHE MAE	J AI LAISSE	WARNER MUSIC FRANCE
70	SEXION D ASSAUT	RIEN N T APPARTIENT	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
71	USHER FEATURING WILL I AM OMG	WILL I AM USHER	SONY MUSIC COLUMBIA GROUP
72	MIKA	RAIN	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
73	MIKE POSNER	COOLER THAN ME	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
74	JOYCE JONATHAN	JE NE SAIS PAS	WARNER MUSIC FRANCE
75	DAVID GUETTA	SEXY BITCH	EMI FRANCE
76	THE BLACK EYED PEAS	MISSING YOU	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR
77	CHERYL COLE	FIGHT FOR THIS LOVE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION AZ
78	REMADY	GIVE ME A SIGN	HAPPY MUSIC
79	L ALGERINO	SUR LA TETE DE MA MERE	BELIEVE / SIX-0-NINE
80	V V BROWN	SHARK IN THE WATER	UNIVERSAL MUSIC DIVISION AZ
81	SOPRANO INDILA	HIRO FEAT INDILA	EMI FRANCE
82	YANNICK NOAH	ANGELA	SONY MUSIC COLUMBIA GROUP
83	PONY PONY RUN RUN	HEY YOU	3EME BUREAU
84	CHRISTOPHE MAE	JE ME LCHE	WARNER MUSIC FRANCE
85	LADY ANTEBELLUM	NEED YOU NOW	EMI MUSIC
86	ALOE BLACC	I NEED A DOLLAR EP	CAROLINE THIRD PARTY
87	GERALDINE NAKACHE & LEILA BEKHTI	CHANSON SUR UNE DROLE DE VIE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION AZ
88	VANESSA PARADIS	IL Y A	UNIVERSAL MUSIC DIVISION BARCLAY
89	BEN L ONCLE SOUL	SEVEN NATION ARMY	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
90	SWEDISH HOUSE MAFIA	ONE (YOUR NAME)	VIRGIN RECORDS

Rang	Artistes	titres	Distributeurs
91	JENA LEE	JE ME PERDS	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
92	JENA LEE	J AIMERAIS TELLEMENT	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
93	MICHAEL BUBLE	HAVEN T MET YOU YET	WARNER MUSIC FRANCE
94	LILY ALLEN	22	EMI MUSIC
95	M POKORA	JUSTE UNE PHOTO DE TOI	EMI MUSIC
96	KYLIE MINOGUE	ALL THE LOVERS	EMI MUSIC
97	GNARLS BARKLEY	GOING ON	WARNER MUSIC FRANCE
98	EXAMPLE	WON T GO QUIETLY	HAPPY MUSIC
99	INNA	DEJA VU	UNIVERSAL MUSIC DIVISION UMSM
100	LADY GAGA	POKER FACE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION POLYDOR

8.2 - CLASSEMENT FUSIONNÉ DES 200 MEILLEURES VENTES DE FORMATS LONGS 2010 - DU 1ER JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2010/ GfK MUSIC

Rang	Artistes	titres	Distributeurs
1	CHRISTOPHE MAE	ON TRACE LA ROUTE	WARNER
2	LES PRETRES	SPIRITUS DEI	TF1 MUSIQUE
3	LES ENFOIRES	2010 LA CRISE DE NERFS	EMI
4	YANNICK NOAH	FRONTIERES	Columbia
5	JEAN FERRAT	BEST OF	SME Strategic Marketing Group
6	ZAZ	ZAZ	Play on
7	LADY GAGA	THE FAME MONSTER	POLYDOR
8	MUSE	THE RESISTANCE	WARNER MUSIC FRANCE
9	THE BLACK EYED PEAS	THE E N D INTERNATIONAL DELUXE VERSION	INTERSCOPE RECORDS
10	MYLENE FARMER	BLEU NOIR	POLYDOR
11	SEXION D ASSAUT	L ECOLE DES POINTS VITAUX	Jive Epic
12	COEUR DE PIRATE	COEUR DE PIRATE	BARCLAY
13	SHAKIRA	SALE EL SOL	SONY MUSIC JIVE EPIC GROUP
14	DAVID GUETTA	ONE MORE LOVE	EMI FRANCE
15	MULTI INTERPRETES	LE MEILLEUR DES ENFOIRES 20 ANS	LES RESTAURANTS DU COEUR
16	BEN L ONCLE SOUL	BEN L ONCLE SOUL	MOTOWN FRANCE
17	MICHEL SARDOU	ETRE UNE FEMME 2010 +LVT LTD	MERCURY
18	DIVERS	MOZART LOPERA ROCK/COLLECTOR	WARNER
19	BLACK EYED PEAS	THE BEGINNING & THE BEST OF THE E.N.D.	POLYDOR
20	SADE	SOLDIER OF LOVE	RCA Records Label
21	JUSTIN BIEBER	MY WORLDS	UNIVERSAL MUSIC
22	FLORENT PAGNY	TOUT & SON CONTRAIRE	AZ
23	COMPILATION	NRJ SUMMER HITS ONLY 2010	WARNER MUSIC FRANCE
24	JEAN LOUIS AUBERT	ROC ECLAIR	EMI
25	COMPILATION	NRJ MUSIC AWARDS 2010	JV
26	GREGOIRE	LE MME SOLEIL	MY MAJOR COMPANY
27	SEAL	6 COMMITMENT ALBUM EN PRECOMMANDE SORTIE 2009	WARNER BROS
28	NOLWENN LEROY	BRETONNE	MERCURY
29	JAMES BLUNT	SOME KIND OF TROUBLE	WARNER MUSIC FRANCE
30	GAETAN ROUSSEL	GINGER	BARCLAY
31	MARC LAVOINE	VOLUME 10	MERCURY
32	MIKA	THE BOY WHO KNEW TOO MUCH	ISLAND
33	VANESSA PARADIS	BEST OF 4 INEDITS	BARCLAY

CHAPITRE 8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ
L'ANNÉE 2010

Rang	Artistes	titres	Distributeurs
34	EDDY MITCHELL	COME BACK	POLYDOR
35	SOPRANO	LA COLOMBE	EMI FRANCE
36	GOSSIP	MUSIC FOR MEN	Columbia
37	MICHAEL JACKSON	MICHAEL	Epic
38	BERNARD LAVILLIERS	CAUSES PERDUES ET MUSIQUES TROPICALES	BARCLAY
39	GREGOIRE	TOI+MOI	MY MAJOR COMPANY
40	RIHANNA	LOUD	DEF JAM
41	EMINEM	RECOVERY	INTERSCOPE RECORDS
42	CAMELIA JORDANA	CAMELIA JORDANA	Jive Epic
43	DIVERS	NRJ HITS 2011	WARNER MUSIC FRANCE
44	ZAZIE	ZAZIE INTEGRALE D2C	MERCURY
45	JOYCE JONATHAN	SUR MES GARDES	MY MAJOR COMPANY
46	CHARLIE WINSTON	HOBO ALBUM A 4 99	ATMOSHPERIQUES
47	CALOGERO	VERSION ORIGINALE & VERSION SYMPHONIQUE	MERCURY
48	PHIL COLLINS	GOING BACK	WARNER MUSIC FRANCE
49	MICHAEL BUBLE	CRAZY LOVE	WARNER BROS
50	SAEZ	J ACCUSE	CINQ 7
51	KATY PERRY	TEENAGE DREAM	CAPITOL RECORDS
52	MICHAEL JACKSON	MICHAEL JACKSONS THIS IS IT	Epic
53	COMPILATION	NRJ EXTRAVADANCE 2010	UMSM
54	GOTAN PROJECT	TANGO 3.0	BARCLAY
55	PATRICK FIORI	LINSTINCT MASCULIN	Columbia
56	JAMIROQUAI	ROCK DUST LIGHT STAR	MERCURY
57	RAPHAEL	PACIFIC 231	EMI FRANCE
58	GORILLAZ	PLASTIC BEACH	EMI
59	JOE DASSIN	LES 100 PLUS BELLES CHANSONS DE JOE DASSIN	SME Strategic Marketing Group
60	RIHANNA	RATED R	DEF JAM
61	BENJAMIN BIOLAY	LA SUPERBE	NAIVE
62	MASSIVE ATTACK	HELIGOLAND	VIRGIN RECORDS UK
63	MELODY GARDOT	MY ONE AND ONLY THRILL	UNIVERSAL MUSIC DIVISION JAZZ
64	BOOBA	LUNATIC	BECAUSE MUSIC / TALLAC RECORDS
65	CALOGERO	L EMBELLIE	MERCURY
66	JENA LEE	VOUS REMERCIER	MERCURY
67	GRAND CORPS MALADE	3EME TEMPS	AZ
68	SHY M	PRENDRE LAIR	WARNER
69	CHIMENE BADI	LAISSE LES DIRE	AZ
70	BB BRUNES	NICO TEEN LOVE	WARNER
71	MULTI INTERPRETES	SALUT LES COPAINS COFFRET COLLECTOR	UMSM
72	M	MISTER MYSTERE	BARCLAY
73	MICHAEL JACKSON	THRILLER	Epic/Legacy
74	DIAM S	S O S	EMI FRANCE
75	ANGUS & JULIA STONE	DOWN THE WAY	DISCOGRAPH
76	AMEL BENT	OU JE VAIS	Jive Epic
77	COMPILATION	NRJ 200 HITS 2010	UMSM
78	FRANCOISE HARDY	LA PLUIE SANS PARAPLUIE	EMI RECORDS LTD
79	ERA	ERA CLASSICS	MERCURY
80	GERALD DE PALMAS	SORTIR	AZ
81	LINKIN PARK	A THOUSAND SUNS	WARNER BROS
82	AC/DC	IRON MAN 2	Columbia
83	COMPILATION	NRJ HIT LIST 2010	UMSM
84	ERA	CLASSICS II	MERCURY
85	MELUA	THE HOUSE	DRAMATICO
86	MULTI-INTERPRETES	URGENCE HAITI	UMSM

CHAPITRE 8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ
L'ANNÉE 2010

Rang	Artistes	titres	Distributeurs
87	JACQUES HIGELIN	COUP DE Foudre	EMI FRANCE
88	CHRISTOPHE MAE	MON PARADIS 6 VIDEOS 2 INEDITS	WARNER
89	SEAL	SOUL	WARNER BROS
90	MULTI INTERPRETES	NRJ 200% HITS 2010 VOL 2	UMSM
91	MUSE	BLACK HOLES AND REVELATIONS	WARNER MUSIC FRANCE
92	DIVERS	NRJ HIT MUSIC ONLY 2010	WARNER MUSIC FRANCE
93	PONY PONY RUN RUN	YOU NEED PONY PONY	3EME BUREAU
94	AARON	BIRDS IN THE STORM	CINQ 7
95	COMPILATION	GÉNÉRATION 90	EMI MARKETING
96	CHRISTOPHE MAE	COMME A LA MAISON	WARNER MUSIC FRANCE
97	YODELICE	CARDIOID	MERCURY
98	COMPILATION	NRJ DANCE 2010	SME Strategic Marketing Group
99	LYNDA LEMAY	BLESSEE	WARNER MUSIC FRANCE
100	COMPILATION	SALUT LES COPAINS VOLUME 2	UMSM
101	ISRAEL KAMAKAWIWO OLE	ALONE IN IZ WORLD	UNIVERSAL MUSIC
102	KE\$HA	ANIMAL + CANNIBAL (DELUXE EDITION)	RCA Records Label
103	RENAN LUCE	LE CLAN DES MIROS	BARCLAY
104	M	LES SAISONS DE PASSAGE	BARCLAY
105	MELODY GARDOT	WORRISOME HEART	UCJ MUSIC
106	COCOON	WHERE THE OCEANS END	BARCLAY
107	AMAURY VASSILI	CANTERO	WARNER
108	INNA	HOT (VERY)	AIRPLAY
109	THE ROLLING STONES	EXILE ON MAIN STREET	POLYDOR
110	VERONIQUE SANSON	PLUSIEURS LUNES	WARNER
111	TOM FRAGER	BETTER DAYS	AZ
112	STROMAE	CHEESE	UNIVERSAL MUSIC DIVISION MERCURY
113	EDDY MITCHELL	GRAND ECRAN	POLYDOR
114	ERA	ERA BEST OF THE ESSENTIAL	MERCURY
115	ALICIA KEYS	THE ELEMENT OF FREEDOM	J Records
116	LUZ CASAL	LA PASION	EMI
117	DIDIER BARBELIVIEN	ATELIER D ARTISTES	SME Strategic Marketing Group
118	DAVID GUETTA & CATHY	F*** ME I M FAMOUS IBIZA MIX 2010	EMI FRANCE
119	NAIM Yael	SHE WAS A BOY	TOT OU TARD
120	JEAN FERRAT	MA FRANCE	BARCLAY
121	ARCADE FIRE	THE SUBURBS	UNIVERSAL MUSIC
122	SUPERBUS	HAPPY BUSDAY	POLYDOR
123	ALOE BLACC	GOOD THINGS	STONES THROW
124	MYLENE FARMER	N° 5 ON TOUR	POLYDOR
125	INDOCHINE	LA REPUBLIQUE DES METEORS	Jive Epic
126	COLDPLAY	VIVA LA VIDA	CAPITOL MUSIC
127	VANESSA PARADIS	UNE NUIT A VERSAILLES	BARCLAY
128	COMPILATION	LE SON DANCEFLOOR 2010	UMSM
129	HINDI ZAHRA	HANDMADE	BLUE NOTE FRANCE
130	GREGORY LEMARCHAL	REVES	MERCURY
131	FREDERIC FRANCOIS	CHANTEUR D AMOUR	MBM Records
132	CHARLOTTE GAINSBORG	IRM	BECAUSE MUSIC
133	AMAURY VASSILI	VINCERO	WARNER
134	COMPILATION	M6 HITS ETE 2010	UMSM
135	DANY BRILLANT	PUERTO RICO	WARNER
136	MULTI INTERPRETES	NRJ HIT LIST 2010 VOL 2	UMSM
137	CHRISTOPHE WILLEM	CAFEINE	Sony
138	MUSE	ABSOLUTION	WARNER MUSIC FRANCE
139	JENIFER	APPELLE MOI JEN LIVRET	MERCURY

CHAPITRE 8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ
L'ANNÉE 2010

Rang	Artistes	titres	Distributeurs
140	STACEY KENT	RACONTE MOI	BLUE NOTE FRANCE
141	BOF	LES PETITS MOUCHOIRS	Columbia
142	PINK	GREATEST HITS SO FAR	LaFace Records
143	ROHFF	LA CUENTA	EMI FRANCE
144	I MUVRINI	GIOIA Columbia	
145	DUFFY	ENDLESSLY	POLYDOR
146	NORAH JONES	THE FALL	BLUE NOTE FRANCE
147	MULTI INTERPRETES	TROIS POETES : BREL - BRASSENS - FERRE	BARCLAY
148	OLIVIA RUIZ	MISS METEORES	POLYDOR
149	ERIC CLAPTON	CLAPTON	REPRISE
150	MULTI INTERPRETES	SALUT LES COPAINS VOL 3	UMSM
151	LARA FABIAN	BEST OF	POLYDOR
152	MADONNA	STICKY AND SWEET TOUR	WARNER BROS
153	COMPILATION	STARFLOOR 2010 VOL 2	UMSM
154	MILOW	MILOW	Play on
155	COMPILATION	SKYROCK 2010	SME Strategic Marketing Group
156	LOUIS CHEDID	ON NE DIT JAMAIS ASSEZ AUX GENS QU ON AIME QU ON LES AIME	ATMOSPHERIQUES
157	COMPILATION	NRJ MUSIC AWARDS 2011	SME Strategic Marketing Group
158	ROBBIE WILLIAMS	IN AND OUT OF CONSCIOUSNESS: GREATEST HITS 1990 - 2010	EMI MUSIC
159	FRANK MICHAEL	JOYEUX NOEL	WARNER
160	SANTANA	GUITAR HEAVEN: THE GREATEST GUITAR CLASSICS OF ALL TIME	Arista
161	V V BROWN	TRAVELLING LIKE THE LIGHT	ISLAND
162	IRON MAIDEN	THE FINAL FRONTIER	EMI UK
163	IZIA	IZIA AZ	
164	ALAIN BARRIERE	TRIPLE BEST OF	SME STRATEGIC MARKETING GROUP
165	PLAN B	DEFAMATION OF STRICKLAND BANKS	WARNER MUSIC FRANCE
166	COMPILATION	NRJ HITS 2010 VOL 2	WARNER MUSIC FRANCE
167	MULTI INTERPRETES	LE SON DANCEFLOOR 2011	UMSM
168	MICHAEL JACKSON	THE ESSENTIAL MICHAEL JACKSON	Epic/Legacy
169	KEITH JARRETT	JASMINE	ECM RECORDS
170	PETER GABRIEL	SCRATCH MY BACK	EMI UK
171	ASA	ASA - BEAUTIFUL IMPERFECTION	NAIVE
172	LA FOUINE	CAPITALE DU CRIME /VOL.2	JIVE
173	THE XX	XX BEGGARS	
174	ENRIQUE IGLESIAS	EUPHORIA	POLYDOR
175	COMPILATION	JE N AIME PAS LE CLASSIQUE MAIS CA J AIME BIEN	RCA Red Seal
176	PIERRE BACHELET	LALBUM SOUVENIR	SME Strategic Marketing Group
177	ROBERT FRANCIS	BEFORE NIGHTFALL	ATLANTIC
178	MIKA	LIFE IN CARTOON MOTION	ISLAND
179	JASON MRAZ	WE SING WE DANCE WE STEAL THINGS	ELEKTRA
180	COMPILATION	M6 HITS HIVER 2011	UMSM
181	DIVERS	NRJ HITS 2010	WARNER STRATEGIC MARKETING
182	M POKORA	MISE A JOUR	EMI FRANCE
183	MGMT	CONGRATULATIONS	Columbia
184	JENA LEE	MA REFERENCE	MERCURY
185	FEFE	JEUNE A LA RETRAITE	POLYDOR
186	RENE LA TAUPE	LES AVENTURES DE RENE LA TAUPE	BELIEVE / FOX MOBILE DISTRIBUTION GMBH
187	MICHAEL JACKSON	BAD SBME Strategic Marketing Group	
188	FRANK MICHAEL	RUE DES AMOURS	WARNER
189	MULTI INTERPRETES	STARFLOOR 2010	UMSM
190	MUSE	SHOWBIZ	WARNER MUSIC
191	THOMAS DUTRONC	COMME UN MANOUCHE SANS GUITARE	MERCURY
192	GUILLAUME GRAND	L AMOUR EST LAID	EMI FRANCE

Rang	Artistes	titres	Distributeurs
193	COMPILATION	ANNEES 80 - 2010	WAGRAM
194	BOF	THE TWILIGHT SAGA ECLIPSE THE SCORE	ATLANTIC
195	CELINE DION	LA TOURNEE MONDIALE TAKING CHANCES LE SPECTACLE	Columbia
196	CECILIA BARTOLI	SOSPURI	DECCA
197	PINK	FUNHOUSE	LaFace Records
198	KYLIE MINOGUE	APHRODITE	EMI
199	LADY GAGA	THE REMIX	POLYDOR
200	COMPILATION	M6 HITS 2010	UMSM

8.3 - DES 100 TITRES LES PLUS DIFFUSÉS EN RADIO

Classement pondéré réalisé à partir de l'audience par quarts d'heure des stations (source Médiamétrie)

RANG	ARTISTES	TITRES	LABELS	DISTRIBUTEURS	TV
1	Sean Paul et Zaho	Hold my hand (VF)	WEA	WARNER MUSIC	84
2	Taio Cruz	Dynamite	AZ	UNIVERSAL	31
3	Robert Francis	Junebug	WEA	WARNER MUSIC	37
4	Taio Cruz	Break your heart	AZ	UNIVERSAL	29
5	Ke\$ha	Tik tok	COLUMBIA	SONY MUSIC	21
6	Lily Allen & Ours	22 (Version française)	DELABEL / HOSTILE	EMI	71
7	Train	Hey, soul sister	COLUMBIA	SONY MUSIC	47
8	Gaëtan Roussel	Help myself (Nous ne faisons que passer)	BARCLAY	UNIVERSAL	5
9	Flo-Rida	Club can't handle me	WEA	WARNER MUSIC	62
10	David Guetta	Memories	VIRGIN GROUP	EMI	53
11	Vanessa Paradis	Il y a	BARCLAY	UNIVERSAL	48
12	Usher	OMG	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	108
13	Rihanna	Rude boy	BARCLAY	UNIVERSAL	65
14	Owl City	Fireflies	BARCLAY	UNIVERSAL	61
15	Zaz	Je veux	PLAY ON	SONY MUSIC	1
16	Shakira	Waka waka (Time for Africa)	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	19
17	Rihanna	Only girl (in the world)	BARCLAY	UNIVERSAL	44
18	Lady Antebellum	Need you now	CAPITOL GROUP	EMI	75
19	Michael Bublé	Haven't met you yet	WEA	WARNER MUSIC	78
20	Julian Perretta	Wonder why	POLYDOR	UNIVERSAL	15
21	Katy Perry	California gurls	CAPITOL GROUP	EMI	16
22	Black Eyed Peas	Missing you	POLYDOR	UNIVERSAL	170
23	Rihanna	Te amo	BARCLAY	UNIVERSAL	96
24	Remady	Give me a sign	HAPPY MUSIC	SONY MUSIC	105
25	Sexion d'assaut	Désolé	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	59
26	Justin Nozuka feat. Zaho	Heartless (Promesse)	PIAS	PIAS	9
27	Sexion d'assaut	Wati by night	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	552
28	Mohombi	Bumpy ride (Version francophone)	AZ	UNIVERSAL	69
29	Plan B	She said	WEA	WARNER MUSIC	28
30	Inna	Amazing	USM	UNIVERSAL	80
31	B.o.B	Airplanes	WEA	WARNER MUSIC	56
32	Usher	DJ got us fallin' in love	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	49
33	Jay Sean	Down	BARCLAY	UNIVERSAL	169

CHAPITRE 8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ
L'ANNÉE 2010

RANG	ARTISTES	TITRES	LABELS	DISTRIBUTEURS	TV
34	Coeur de pirate et Julien Doré	Pour un infidèle	BARCLAY	UNIVERSAL	3
35	Lady GaGa	Alejandro	POLYDOR	UNIVERSAL	233
36	Iyaz	Replay	WEA	WARNER MUSIC	120
37	Edward Maya	This is my life	PLAY ON	SONY MUSIC	nc
38	Stromae	Alors on danse	MERCURY	UNIVERSAL	4
39	Eminem	Love the way you lie	POLYDOR	UNIVERSAL	58
40	Remady	No superstar	HAPPY MUSIC	SONY MUSIC	155
41	Gaëtan Roussel	Dis-moi encore que tu m'aimes	BARCLAY	UNIVERSAL	17
42	Guillaume Grand	Toi et moi	DELABEL / HOSTILE	EMI	32
43	Inna	Hot	USM	UNIVERSAL	167
44	Maroon 5	Misery	POLYDOR	UNIVERSAL	22
45	De Palmas	Mon coeur ne bat plus	AZ	UNIVERSAL	123
46	Milow	You don't know	PLAY ON	SONY MUSIC	118
47	Klaas	Our own way	HAPPY MUSIC	SONY MUSIC	172
48	Joyce Jonathan	Je ne sais pas	MY MAJOR COMPANY	WARNER MUSIC	2
49	Christophe Maé	J'ai laissé	WARNER	WARNER MUSIC	33
50	Edward Maya	Stereo love	PLAY ON	SONY MUSIC	130
51	Muse	Undisclosed desires	WEA	WARNER MUSIC	40
52	Yannick Noah	Angela	COLUMBIA	SONY MUSIC	13
53	Timbaland	If we ever meet again	POLYDOR	UNIVERSAL	91
54	Antoine Clamaran	Live your dreams	STRATEGIC MARKETING	SONY MUSIC	203
55	Beyoncé	Sweet dreams	COLUMBIA	SONY MUSIC	129
56	Lady GaGa	Telephone	POLYDOR	UNIVERSAL	23
57	Mika	Rain	BARCLAY	UNIVERSAL	92
58	Cascada	Pyromania	MERCURY	UNIVERSAL	223
59	David Guetta	Gettin' over you	VIRGIN GROUP	EMI	45
60	Marc Lavoine	Rue des acacias	MERCURY	UNIVERSAL	168
61	Mike Posner	Cooler than me	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	70
62	Lady GaGa	Bad romance	POLYDOR	UNIVERSAL	60
63	Christophe Maé	Je me lâche	WARNER	WARNER MUSIC	7
64	Example	Won't go quietly	HAPPY MUSIC	SONY MUSIC	103
65	James Blunt	Stay the night	WEA	WARNER MUSIC	72
66	Kelly Rowland	Commander	BARCLAY	UNIVERSAL	206
67	Christophe Maé	Dingue, dingue, dingue	WARNER	WARNER MUSIC	38
68	Shakira	Loca	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	41
69	Black Eyed Peas	Rock that body	POLYDOR	UNIVERSAL	54
70	Muse	Uprising	WEA	WARNER MUSIC	139
71	Jay-Z	Empire state of mind	WEA	WARNER MUSIC	64
72	Inna	Déjà vu	USM	UNIVERSAL	116
73	Black Eyed Peas	Meet me halfway	POLYDOR	UNIVERSAL	68
74	Timbaland feat. SoShy	Morning after dark (Version française)	POLYDOR	UNIVERSAL	308
75	Yolanda Be Cool	We no speak Americano	HAPPY MUSIC	SONY MUSIC	107
76	Bruno Mars	Just the way you are	WEA	WARNER MUSIC	85
77	Calogero	Passage des cyclones	MERCURY	UNIVERSAL	154
78	Joyce Jonathan	Pas besoin de toi	MY MAJOR COMPANY	WARNER MUSIC	12
79	Robbie Williams	Morning sun	CAPITOL GROUP	EMI	374
80	Les Enfoirés	Si l'on s'aimait, si	EMI	EMI	42
81	Martin Solveig	Hello	MERCURY	UNIVERSAL	176
82	Marc Lavoine	Demande-moi	MERCURY	UNIVERSAL	296
83	BB Brunes	Nico teen love	WARNER	WARNER MUSIC	8
84	Ke\$ha	Your love is my drug	COLUMBIA	SONY MUSIC	197
85	BB Brunes	Lalalove you	WARNER	WARNER MUSIC	34
86	Coldplay	Viva la vida	CAPITOL GROUP	EMI	213
87	Peter Luts	The rain	POOL E MUSIC	POOL E MUSIC	618

RANG	ARTISTES	TITRES	LABELS	DISTRIBUTEURS	TV
88	Scarlett Johansson	Relator	WEA	WARNER MUSIC	186
89	Black Eyed Peas	The time (Dirty bit)	POLYDOR	UNIVERSAL	134
90	Ben l'oncle soul	Seven nation army	MERCURY	UNIVERSAL	94
91	Remady	Do it on my own	HAPPY MUSIC	SONY MUSIC	401
92	Mika	Blame it on the girls	BARCLAY	UNIVERSAL	111
93	Muse	Resistance	WEA	WARNER MUSIC	135
94	Klaas meets Haddaway	What is love 2K9	M6 MUSIC LABEL	SONY MUSIC	216
95	K'Naan feat. Féfé	Wavin' flag (Celebration mix)	POLYDOR	UNIVERSAL	20
96	Pitbull	Shut it down	JIVE / EPIC	SONY MUSIC	335
97	Shy'm	Je sais	WARNER	WARNER MUSIC	10
98	Laurent Wolf	Survive	M6 MUSIC LABEL	SONY MUSIC	214
99	Rihanna	Russian roulette	BARCLAY	UNIVERSAL	131
100	Grégoire	Danse	MY MAJOR COMPANY	WARNER MUSIC	11

8.4 - LES CERTIFICATIONS « DISQUES D'OR » DE L'ANNÉE

En juillet 2009, le SNEP a modifié les seuils d'obtention des certifications de tous les supports et ce, pour tenir compte des évolutions du marché qui s'appliquent aux sorties commerciales à compter du 1er juillet 2007.

Les nouveaux seuils sont les suivants :

ALBUM OR	50 000 exemplaires vendus
ALBUM PLATINE	100 000 exemplaires vendus
ALBUM DOUBLE PLATINE	200 000 exemplaires vendus
ALBUM TRIPLE PLATINE	300 000 exemplaires vendus
ALBUM DIAMANT	500 000 exemplaires vendus

SINGLE OR	150 000 exemplaires vendus
SINGLE PLATINE	250 000 exemplaires vendus
SINGLE DIAMANT	400 000 exemplaires vendus

VIDEO OR	7 500 exemplaires vendus
VIDEO PLATINE	15 000 exemplaires vendus
VIDEO DOUBLE PLATINE	30 000 exemplaires vendus
VIDEO TRIPLE PLATINE	45 000 exemplaires vendus
VIDEO DIAMANT	60 000 exemplaires vendus

En 2010, le SNEP a certifié 141 « disques d'or » dont :

- 6 singles OR
- 6 singles PLATINE
- 56 albums OR
- 35 albums PLATINE
- 10 albums DOUBLE PLATINE
- 8 albums TRIPLE PLATINE
- 11 albums DIAMANT

- 7 vidéos OR
- 5 vidéos PLATINE
- 4 vidéos DOUBLE PLATINE
- 3 vidéos DIAMANT

SINGLES

Artistes	Titres	Editeur/Distributeurs		Date de sortie	Date de constat
SINGLES OR					
KESHA	TIK TOK	COLUMBIA	SONY MUSIC	25/01/10	4/11/10
SEXION D'ASSAUT	DESOLE	JIVE EPIC	SONY MUSIC	29/03/10	4/11/10
RENE LA TAUPE	MIGNON MIGNON	FOX MOBIL GROUP	EMI MUSIC France	23/08/10	24/11/10
LADY GAGA	ALEJANDRO	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	21/06/10	17/12/10
LADY GAGA	TELEPHONE	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	6/04/10	17/12/10
DAVID GUETTA	FEATURING KID CUDI MEMORIES	SQUARE RIVOLI PUBLISHING	EMI MUSIC France	3/02/10	21/12/10
SINGLES PLATINE					
JENA LEE	J'AIMERAIS TELLEMENT	MERCURY	UNIVERSAL MUSIC France	5/10/09	10/03/10
SHAKIRA Featuring Freshyground	WAKA WAKA	JIVE EPIC	SONY MUSIC	19/07/10	4/11/10
THE BLACK EYED PEAS	MEET ME HALFWAY	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	23/11/09	17/12/10
THE BLACK EYED PEAS	I GOTTA FEELING	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	14/09/09	17/12/10
LADY GAGA	BAD ROMANCE	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	18/01/10	17/12/10
DAVID GUETTA	SEXY BITCH	SQUARE RIVOLI PUBLISHING	EMI MUSIC France	28/08/09	21/12/10

ALBUMS

Artistes	Titres	Editeur/Distributeurs		Date de sortie	Date de constat
ALBUMS OR					
AC/DC	IRON MAN 2	COLUMBIA	SONY MUSIC	19/04/10	8/07/10
ALDEBERT	ENFANTILLAGES	WARNER	WARNER MUSIC France	27/10/08	14/12/10
AMAURY VASSILI	CANTERO	WARNER	WARNER MUSIC France	22/11/10	14/12/10
ANAIS	THE LOVE ALBUM	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	10/11/08	17/12/10
ARCADE FIRE	THE SUBURBS	BARCLAY	UNIVERSAL MUSIC France	2/08/10	14/10/10
ARTHUR H	L'HOMME DU MONDE	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	2/06/08	24/02/10
CALI	LA VIE EST UNE TRUITE ARC EN CILE				
	QUI NAGE DANS MON CŒUR	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	10/11/10	21/12/10
CELINE DION	LA TOURNEE MONDIALE TAKING CHANCES	COLUMBIA	SONY MUSIC	3/05/10	8/07/10
COMPILATION	M6 HITS 2009	U.S.M.	UNIVERSAL MUSIC France	23/03/09	18/03/10
COMPILATION	NRJ HIT MUSIC ONLY 2010	WEA	WARNER MUSIC France	29/03/10	10/06/10
COMPILATION	FUN DANCEFLOOR WINTER 2010	STRATEGIC MARKETING	SONY MUSIC	11/12/09	8/07/10
COMPILATION	NRJ 200 % DANCE	STRATEGIC MARKETING	SONY MUSIC	2/11/09	8/07/10
COMPILATION	NRJ DANCE 2010	STRATEGIC MARKETING	SONY MUSIC	24/05/10	8/07/10

CHAPITRE 8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ
L'ANNÉE 2010

Artistes	Titres	Editeur/Distributeurs		Date de sortie	Date de constat
ALBUMS OR					
COMPILATION	COFFRET CHANTONS NOEL	CATALOGUE	SONY MUSIC	2/11/09	4/11/10
COMPILATION	GENERATION 90	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	21/07/10	21/12/10
COMPILATION	NRJ HIT 2010 VOL.2	WEA	WARNER MUSIC France	30/08/10	14/12/10
COMPILATION	100 TUBES SOUL	WEA	WARNER MUSIC France	23/03/09	14/12/10
DAFT PUNK	TRON LEGACY	DISNEY RECORDS	EMI MUSIC France	1/12/10	21/12/10
DAVID HALLYDAY	UN NOUVEAU MONDE	MERCURY	UNIVERSAL MUSIC France	15/03/10	27/10/10
EMMANUEL MOIRE	L'EQUILIBRE	WARNER	WARNER MUSIC France	13/04/09	10/06/10
ENRIQUE IGLESIAS	EUPHORIA	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	5/07/10	17/12/10
ERIC CLAPTON	CLAPTON	REPRISE	WARNER MUSIC France	27/09/10	14/12/10
FEFE	JEUNE A LA RETRAITE	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	12/10/09	2/09/10
FRANCK MICHAEL	JOYEUX NOEL	WARNER	WARNER MUSIC France	15/11/10	14/12/10
FRANCOISE HARDY	LA PLUIE SANS PARAPLUIE	Editions Kundalini/Virgin Music	EMI MUSIC France	24/03/10	21/12/10
FREDERIC FRANCOIS	CHANTEUR D'AMOUR	MBM	SONY MUSIC	8/11/10	31/12/10
GUILLAUME GRAND	L'AMOUR EST LAID	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	29/09/10	21/12/10
HINDI ZAHRA	HANDMADE	OURSOUUL RECORDS	EMI MUSIC France	13/01/10	21/12/10
I MUVRINI	GIOIA	COLUMBIA	SONY MUSIC	22/03/10	4/11/10
IRON MAIDEN	THE FINAL FRONTIER	EMI RECORDS LTD	EMI MUSIC France	11/08/10	21/12/10
JACQUES HIGELIN	COUP DE Foudre	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	17/02/10	21/12/10
JAY Z	BLUEPRINT 3	WEA	WARNER MUSIC France	14/09/09	10/06/10
KESHA	ANIMAL	COLUMBIA	SONY MUSIC	25/01/10	8/07/10
KERY JAMES	REEL	WARNER	WARNER MUSIC France	27/04/09	10/06/10
LARA FABIAN	BEST OF	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	15/11/10	17/12/10
LINE RENAUD	RUE WASHINGTON	WARNER	WARNER MUSIC France	8/11/10	14/12/10
LINKIN PARK	A THOUSAND SUNS	WARNER BROS	WARNER MUSIC France	13/09/10	14/12/10
LYNDA LEMAY	BLESSEE	WARNER	WARNER MUSIC France	6/09/10	14/12/10
MADONNA	STICKY AND SWEET TOUR	WEA	WARNER MUSIC France	29/03/10	10/06/10
MASSIVE ATTACK	HELIGOLAND	VIRGIN RECORDS LTD	EMI MUSIC France	3/02/10	21/12/10
MILEY CYRUS	TIME OF OUR LIVES	MERCURY	UNIVERSAL MUSIC France	19/10/09	10/03/10
MULTINTERPRETES	LES VOIX DE DAIA	TF1 MUSIQUE	UNIVERSAL MUSIC France	1/06/09	18/03/10
PHILIPPE JAROUSKY	JS BACH LA DOLCE FIAMMA	VIRGIN CLASSICS UK	EMI MUSIC France	30/10/09	21/12/10
PIERRE BACHELET	L'ALBUM SOUVENIR	SONY MUSIC	SONY MUSIC	15/02/10	8/07/10
PZK	PZK	WARNER	WARNER MUSIC France	19/10/09	10/06/10
QUEEN	ABSOLUTE GREATEST	EMI RECORDS LTD	EMI MUSIC France	13/11/09	21/12/10
RENAUD	LE PLEIN DE SUPER	COUCI COUCA/EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	17/11/10	21/12/10
ROBBIE WILLIAMS	IN AND OUT OF CONSCIOUSNESS	ROBBIE WILLIAMS/IN GOOD COMPANY	EMI MUSIC France	6/10/10	21/12/10
ROHFF	LA CUENTA	EMI MUSIC France	MI MUSIC France	8/12/10	21/12/10
SANTANA	GUITAR HEAVEN	JIVE EPIC INTERNATIONAL	SONY MUSIC	20/09/10	4/11/10
SEAL	HITS	WEA	WARNER MUSIC France	30/11/09	10/06/10
STACEY KENT	RACONTE MOI...	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	17/03/10	21/12/10
SUPERBUS	HAPPY BUS DAY	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	20/09/10	17/12/10
THE BEATLES	1962/1966 (remastérisés)	APPLE BEATLES/EMI RECORDS LTD	EMI MUSIC France	13/10/10	21/12/10
THE BEATLES	1967/1970 (remastérisés)	APPLE BEATLES/EMI RECORDS LTD	EMI MUSIC France	13/10/10	21/12/10
VERONIQUE SANSON	PLUSIEURS LUNES	WARNER	WARNER MUSIC France	25/10/10	14/12/10
ALBUMS PLATINE					
ALICIA KEYS	THE ELEMENT OF FREEDOM	JIVE EPIC	SONY MUSIC	11/12/09	8/07/10
AMAURY VASSILI	VINCERO	WARNER	WARNER MUSIC France	23/11/09	10/06/10
AMEL BENT	OU JE VAIS	JIVE EPIC	SONY MUSIC	4/12/09	8/07/10
B.O.F.	TWILIGHT	WEA	WARNER MUSIC FRANCE	29/11/08	10/06/10
BB BRUNES	NICO TEEN LOVE	WARNER	WARNER MUSIC France	16/11/09	10/06/10
CAMELIA JORDANA	CAMELIA JORDANA	JIVE EPIC	SONY MUSIC	29/03/10	8/07/10
COMPILATION	STARFLOOR	AIRPLAY/USM	UNIVERSAL MUSIC France	16/11/09	18/03/10
COMPILATION	M6 HITS HIVER 2010	U.S.M.	UNIVERSAL MUSIC France	7/12/09	18/03/10
COMPILATION	NRJ 200 % HITS 2009 Volume 2	U.S.M.	UNIVERSAL MUSIC France	28/09/09	18/03/10
COMPILATION	NRJ HIT LIST	U.S.M.	UNIVERSAL MUSIC France	18/05/09	18/03/10
COMPILATION	NRJ HITS 2009	WEA	WARNER MUSIC FRANCE	1/12/08	10/06/10
COMPILATION	NRJ SUMMER HITS ONLY 2010	WEA	WARNER MUSIC FRANCE	28/06/10	14/12/10
COMPILATION	NRJ HITS 2010	WEA	WARNER MUSIC FRANCE	30/11/09	14/12/10
COMPILATION	NRJ HITS 2011	WEA	WARNER MUSIC FRANCE	29/11/10	14/12/10
EDDY MITCHELL	COME BACK	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	18/10/10	17/12/10
EDDY MITCHELL	GRAND ECRAN	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	23/11/09	17/12/10
EMINEM	RECOVERY	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	21/06/10	17/12/10
FRANCK MICHAEL	RUE DES AMAOURS	WARNER	WARNER MUSIC France	23/11/09	10/06/10
GAETAN ROUSSEL	GINGER	BARCLAY	UNIVERSAL MUSIC France	24/03/10	16/09/10
GOTAN PROJECT	TANGO 3,0	BARLCAY	UNIVERSAL MUSIC France	20/08/10	2/12/10
JAMES BLUNT	SOME KIND OF TROUBLE	WEA U.K.	WARNER MUSIC France	8/11/10	14/12/10
JEAN LOUIS AUBERT	ROC' ECLAIR	LA LOUPE	EMI MUSIC France	24/11/10	21/12/10
JOE DASSIN	BEST OF L'ALBUM SOUVENIR	SONY MUSIC STRATEGIC MARKETING	SONY MUSIC	28/06/10	4/11/10

CHAPITRE 8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ
L'ANNÉE 2010

Artistes	Titres	Editeur/Distributeurs		Date de sortie	Date de constat
ALBUMS PLATINE					
JOHNNY HALLYDAY	LES CONCERTS MYTHIQUES DE L'OLYMPIA	UNIVERSAL MUSIC/KIOSKS	HACHETTE FILIPACCHI	20/09/10	2/12/10
KATY PERRY	TEENAGE DREAM	CAPITOL RECORDS	MI MUSIC France	24/08/10	21/12/10
LILY ALLEN	IT'S NOT ME, IT'S YOU	EMI RECORDS LTD	EMI MUSIC France	6/02/09	21/12/10
MICHAEL JACKSON	THE COLLECTION	SONY MUSIC	SONY MUSIC	26/06/09	8/07/10
PATRICK FIORI	L'INSTINCT MASCULIN	COLUMBIA	SONY MUSIC	27/09/10	31/12/10
PHIL COLLINS	GOING BACK	WEA INTERNATIONAL	WARNER MUSIC France	13/09/10	14/12/10
RAPHAEL	PACIFIC 231	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	22/09/10	21/12/10
RIHANNA	RATED R	DEF JAM / BARCLAY	UNIVERSAL MUSIC France	23/11/09	21/01/10
SEAL	VI COMMITMENT	WARNER BROS	ARNER MUSIC France	20/09/10	14/12/12
SHY'M	PRENDRE L'AIR	WARNER	ARNER MUSIC France	14/06/10	14/12/10
SOPRANO	LA COLOMBE	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	29/09/10	21/12/10
STING	IF ON A WINTER'S NIGHT	DEUTSCHE GRAMMOPHON	UNIVERSAL MUSIC France	26/10/09	21/01/10
ALBUMS DOUBLE PLATINE					
DANY BRILLANT	PUERTO RICO	WARNER	WARNER MUSIC France	5/10/09	10/06/10
GOSSIP	MUSIC FOR MEN	COLUMBIA	SONY MUSIC	22/06/09	8/07/10
MICHAEL BUBLE	CRAZY LOVE	WEA	WARNER MUSIC France	20/11/09	10/06/10
MICHAEL JACKSON	MICHAEL	JIVE EPIC	SONY MUSIC	10/12/10	31/12/10
MULTIINTERPRETES	SALUT LES COPAINS	U.S.M.	UNIVERSAL MUSIC France	16/11/09	18/03/10
RENAN LUCE	LE CLAN DES MIROS	BARCLAY	UNIVERSAL MUSIC France	12/10/09	22/04/10
SADE	SOLDIER OF LOVE	JIVE EPIC	SONY MUSIC	8/02/10	8/07/10
SUPERBUS	LOVALOVA	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	9/02/09	11/05/10
THE BLACK EYED PEAS	THE BEGINNING	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	29/11/10	17/12/10
VANESSA PARADIS	VANESSA PARADIS BEST OF	BARCLAY	UNIVERSAL MUSIC France	23/11/09	21/01/10
ALBUMS TRIPLE PLATINE					
JOHNNY HALLYDAY	TOUR 66	WARNER	WARNER MUSIC France	28/09/09	10/06/10
JULIEN CLERC	OU S'EN VONT LES AVIONS ?	CRECELLES & SIDONIE/VIRGIN France	EMI MUSIC France	12/09/08	21/12/10
MARC LAVOINE	VOLUME 10	MERCURY	UNIVERSAL MUSC France	31/08/09	10/03/10
MICHEL SARDOU	ETRE UNE FEMME 2010	MERCURY	UNIVERSAL MUSC France	30/08/10	2/02/11
MIKA	THE BOY WHO KNEW TOO MUCH	ISLAND / BARCLAY	UNIVERSAL MUSIC France	17/09/09	25/03/10
MYLENE FARMER	BLEU NOIR	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	6/12/10	17/12/10
SEXION D'ASSAUT	L'ECOLE DES POINTS VITAUZ	JIVE EPIC	SONY MUSIC	29/03/10	4/11/10
SHAKIRA	SALE EL SOL	JIVE EPIC INTERNATIONAL	SONY MUSIC	18/10/10	31/12/10
ALBUMS DIAMANT					
CHRISTOPHE MAE	ON TRACE LA ROUTE	WARNER	WARNER MUSIC France	22/03/10	14/12/10
DAVID GUETTA	ONE LOVE	SQUARE RIVOLI PUBLISHING/EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	21/08/09	21/12/10
JAMES BLUNT	ALL THE LOST SOULS	WEA U.K.	WARNER MUSIC France	17/09/07	14/12/10
JEAN FERRAT	BEST OF 3 CD	STRATEGIC MARKETING	SONY MUSIC	26/10/09	8/07/10
LADY GAGA	THE FAME	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	23/11/09	17/12/10
LES ENFOIRES	2010 LES ENFOIRES LA CRISE DE NERFS	LES RESTAURANTS DU CŒUR	EMI MUSIC France	9/03/10	21/12/10
MOZART L'OPERA ROCK	MOZART L'OPERA ROCK	WARNER	WARNER MUSIC France	21/09/09	10/06/10
MUSE	THE RESISTANCE	WEA	WARNER MUSIC France	14/09/09	10/06/10
THE BLACK EYED PEAS	THE E.N.D.	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	14/08/09	17/12/10
YANNICK NOAH	FRONTIERES	COLUMBIA	SONY MUSIC	23/08/10	31/12/10
ZAZ	ZAZ	PLAY ON	SONY MUSIC	10/05/10	31/12/10

CHAPITRE 8

LES ARTISTES QUI ONT MARQUÉ
L'ANNÉE 2010

VIDEOMUSIQUES

Artistes	Titres	Editeur/Distributeurs		Date de sortie	Date de constat
VIDEOMUSIQUES OR					
BRUCE SPRINGSTEEN & THE E STREET BAND	LONDON CALLING : LIVE IN HYDE PARK	COLUMBIA	SONY MUSIC	21/06/10	8/07/10
CHANTAL GOYA	PALAIS DES CONGRES 2009	STERNE	SONY MUSIC	29/03/10	8/07/10
CHARLES AZNAVOUR	ANTHOLOGIE VOLUME 2 1973-1999	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	24/11/10	21/12/10
COMPILATION	AGE TENDRE LA TOURNEE DES IDOLES V.5	STERNE	SONY MUSIC	25/10/10	4/11/10
SCORPIONS	AMAZONIA - LIVE IN THE JUNGLE	COLUMBIA	SONY MUSIC	20/11/09	8/07/10
TRUST	TRUST A L'OLYMPIA	XIII BIS RECORDS	SONY MUSIC	20/11/09	15/04/10
YANN ARMELINO	JE SUIS GUITARISTE !	CATALOGUE	SONY MUSIC	23/08/10	4/11/10
VIDEOMUSIQUES PLATINE					
CELION DION	AUTOUR DU MONDE	COLUMBIA	SONY MUSIC	3/05/10	8/07/10
COMPILATION	Le meilleur des tubes 2010 karaoké	FABRICE THIRE MUSIC	SONY MUSIC	25/10/10	4/11/10
JACQUES HIGELIN	HIGELIN EN PLEIN BATACLAN	EMI MUSIC France	EMI MUSIC France	7/12/07	21/12/10
NTM	LIVE BERCY 2008	JIVE EPIC	SONY MUSIC	11/12/09	8/07/10
PINK	FUNHOUSE TOUR : LIVE IN AUSTRALIA	JIVE EPIC	SONY MUSIC	26/10/09	8/07/10
VIDEOMUSIQUES DOUBLE PLATINE					
CHANTAL GOYA	HAPPY BIRTHDAY MARIE ROSE	STERNE	SONY MUSIC	17/11/08	8/07/10
COMPILATION	LE MEILLEUR DES TUBES	FABRICE THIRE MUSIC	SONY MUSIC	26/10/09	8/07/10
DEPECHE MODE	TOUR OF THE UNIVERSE : Barcelona 20/21,11,09	MUTE RECORDS LTD	EMI MUSIC France	3/11/10	21/12/10
MICHAEL JACKSON	MICHAEL JACKSON L'ARCHANGE DE LA POP	U.S.M.	UNIVERSAL MUSIC France	26/10/09	18/03/10
VIDEOMUSIQUES DIAMANT					
LES ENFOIRES	2010 LES ENFOIRES LA CRISE DE NERFS	Les restaurants du Cœur/Emi Music France	EMI MUSIC France	9/03/10	21/12/10
MICHAEL JACKSON	MICHAEL JACKSON'S VISION	SONY MUSIC CATALOGUE	SONY MUSIC	22/11/10	31/12/10
MYLENE FARMER	STADE DE France	POLYDOR	UNIVERSAL MUSIC France	12/04/10	11/05/10

8.5 - LES LAURÉATS DES VICTOIRES DE LA MUSIQUE

ALMARES DES 26ÈMES VICTOIRES DE LA MUSIQUE

PREMIERE PARTIE A LILLE LE 9 FEVRIER 2011

ARTISTE REVELATION DU PUBLIC	LILLY WOOD & THE PRICK
ARTISTE RÉVÉLATION SCÈNE	BEN L'ONCLE SOUL
ALBUM DE CHANSONS	« Causes perdues et musiques tropicales » - Bernard LAVILLIERS
ALBUM ROCK	« Ginger » - Gaëtan ROUSSEL
ALBUM DE MUSIQUES URBAINES	« Château rouge » - ABD AL MALIK
ALBUM DE MUSIQUES DU MONDE	« Handmade » - Hindi ZAHRA
ALBUM DE MUSIQUES ELECTRONIQUES OU DANCE	« Cheese » - STROMAE

DEUXIEME PARTIE A PARIS LE 1ER MARS 2011

ARTISTE INTERPRETE MASCULIN	Gaëtan ROUSSEL
ARTISTE INTERPRETE FEMININE	Yael NAIM
CHANSON ORIGINALE	« Je veux » - ZAZ Auteur : Kerredine SOLTANI - Compositeurs : Kerredine SOLTANI/TRYSS
SPECTACLE MUSICAL/ TOURNÉE/ CONCERT 2 ex-æquo	M au Château de Versailles Production : AUGURI PRODUCTIONS « Ma dernière séance » - Eddy MITCHELL à l'Olympia et en Tournée Production : CLAUDE WILD PRODUCTIONS
VIDÉO-CLIP	« La banane » - KATERINE - Réalisateur : Gaëtan CHATAIGNER

PALMARES DES 18ÈMES VICTOIRES DE LA MUSIQUE CLASSIQUE

SOLISTE INSTRUMENTAL DE L'ANNÉE	Bertrand Chamayou	piano
ARTISTE LYRIQUE DE L'ANNÉE	Karine Deshayes	mezzo-soprano
Compositeur	Thierry Escaich	Alléluias pro omni tempore
Enregistrement	Ravel, Les concertos pour piano, Miroirs	Pierre-Laurent Aimard, The Cleveland Orchestra, direction Pierre Boulez Deutsche Grammophon
Révélation soliste instrumental de l'année vote du public	Fabrice Millischer	trombone
Révélation artiste lyrique de l'année vote du public	Clémentine Margaine	mezzo-soprano

8.6 - LA SÉLECTION PRIX CONSTANTIN



LA SELECTION 2010

<i>ARTISTE</i>	<i>ALBUM</i>	<i>LABEL</i>
ARNAUD FLEURENT-DIDIER	La reproduction	Columbia / Sony Music
BEN L'ONCLE SOUL	Ben l'oncle Soul	Motown France / Mercury / Universal Music
CAMELIA JORDANA	Camelia Jordana	Jive Epic / Sony Music
CARMEN MARIA VEGA	Carmen Maria Vega	AZ / Universal Music
FÉFÉ	Jeune à la retraite	Polydor / Universal Music
FÉLOCHE	La vie Cajun	Ya Basta Records / Naive
GUSH	Everybody's god	Cinq 7 / Wagram Music
HINDI ZAHRA	Handmade	Blue Note / EMI Music
STROMAE	Cheese	Vertigo / Universal Music
ZAZ	Zaz	Play On / Sony Music

La Lauréate

Notes

A series of horizontal dotted lines intended for writing notes, spanning most of the page width.

SYNDICAT NATIONAL DE L'EDITION
PHONOGRAPHIQUE

14 Boulevard du Général Leclerc

92200 Neuilly

Tél : 01 47 38 04 04

Fax : 01 47 38 04 00



Syndicat National de
l'Édition Phonographique