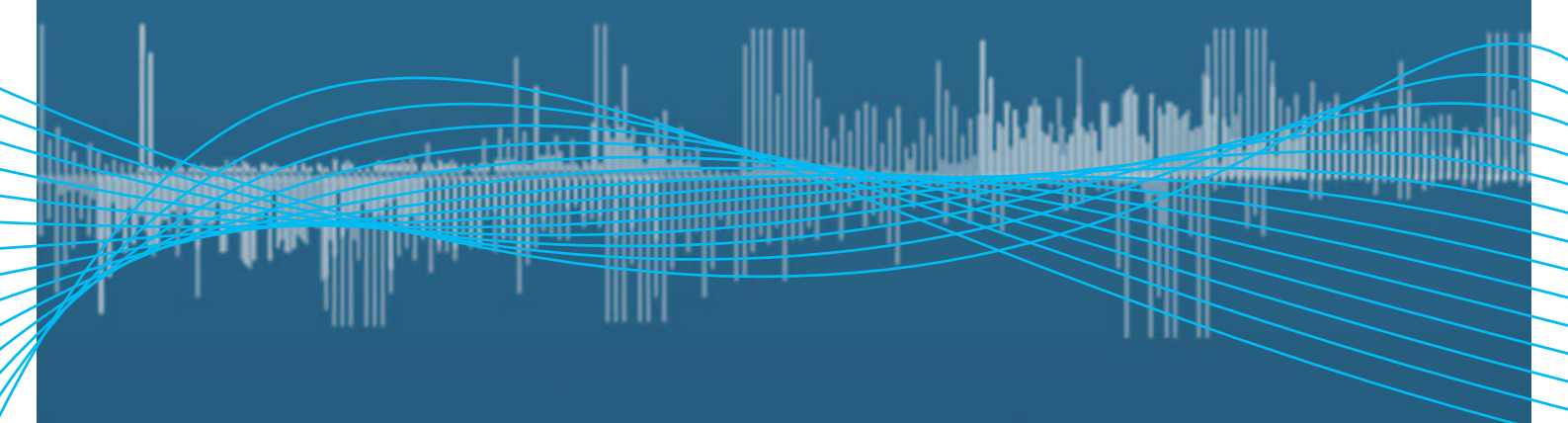
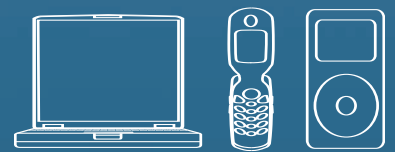


IFPI:05

RAPPORT SUR LA MUSIQUE EN LIGNE



IFPI

Fédération internationale de
l'industrie phonographique

SNEP

Syndicat national de
l'édition phonographique

SCPP

Société civile des producteurs
phonographiques

representing the
recording industry
worldwide

SOMMAIRE

●	03	INTRODUCTION
●	04	L'ESSOR DU MARCHÉ LÉGAL DE LA MUSIQUE EN LIGNE
○	04	L'émergence de marques internationales
○	06	Ventes et abonnements
○	06	Enrichir le catalogue
○	07	L'offre commerciale
○	07	Croissance hors des pays d'Europe et des Etats-Unis
●	08	LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE MOBILE
○	08	L'Asie montre la voie
○	08	Lancement de la technologie 3G en Europe
○	09	L'émergence du marché de la musique mobile aux Etats-Unis
○	09	L'avenir de la musique mobile
●	10	LES FACTEURS DU DÉVELOPPEMENT DE LA MUSIQUE EN LIGNE
○	10	Initiatives émanant des maisons de disques
○	12	L'impulsion de l'Internet haut débit et de la téléphonie mobile
○	12	Licences internationales pour les services de streaming
○	13	La musique portable stimule la demande
○	14	Sensibilisation et engouement accru des consommateurs
○	15	Flexibilité d'écoute
○	16	Principaux fournisseurs de services de musique en ligne
●	18	L'INDUSTRIE DU DISQUE S'ATTAQUE AU PIRATAGE EN LIGNE
○	18	Qu'est-ce que le piratage sur Internet ?
○	18	Le partage illégal de fichiers et son impact
○	19	La réponse de l'industrie du disque
○	22	Pourquoi mener ce combat ?

INTRODUCTION

“Le défi majeur de l’industrie phonographique ces dernières années a été de rendre la musique en ligne plus facile à acheter qu’à voler. Cette ambition devient aujourd’hui une réalité.”



John Kennedy, PDG de l'IFPI

Le défi majeur de l’industrie phonographique ces dernières années a été de rendre la musique en ligne plus facile à acheter qu’à voler. En ce début d’année 2005, tandis que la musique numérique légale quitte le marché de niche sur lequel elle était alors cantonnée pour accéder au rang des biens de consommation courante, cette ambition devient une réalité.

Comme en atteste ce rapport, l’année 2004 aura vu se produire un véritable bouleversement du paysage de la musique numérique. Et ce marché devrait également enregistrer une croissance rapide en 2005. Voici quelques-uns des points clés examinés dans ce rapport :

■ **Les maisons de disques ont numérisé et concédé sous licence plus d’un million de titres.** En 2004, le catalogue des titres disponibles sur les plus grands services en ligne ont doublé, passant de 500 000 titres proposés à environ un million.

■ **Le nombre de plateformes légales de services en ligne sur lesquels les consommateurs peuvent acheter de la musique a quadruplé.** On recense aujourd’hui plus de 230 plateformes de ce type à l’échelle internationale (dont plus de 150 sur le seul territoire européen).

■ **Les sites légaux tels que iTunes et Napster ont désormais acquis une notoriété mondiale** – mais les plateformes locales se développent également à un rythme rapide dans de nombreux pays.

La musique numérique accède au rang des biens de consommation courante

■ **Le marché du téléchargement légal de musique enregistre une progression exponentielle** – En 2004, le nombre de morceaux téléchargés a plus que décuplé, atteignant par exemple un total cumulé de plus de 200 millions de titres aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne.

■ **Pour la première fois cette année, les maisons de disques ont dégagé des revenus substantiels de la vente de musique en ligne** – ces revenus passant de pratiquement zéro à des montants atteignant plusieurs centaines de millions de dollars. D’après la société Jupiter, ces chiffres devraient doubler en 2005.

■ **Les ventes de musique en ligne pourraient représenter jusqu’à 25% des ventes totales d’ici cinq ans**, selon certains analystes indépendants.

■ **L’attitude des consommateurs évolue** – la dernière étude réalisée par l’IFPI en Europe montre une plus grande sensibilisation des consommateurs à l’utilisation des services de téléchargement légal.

Les sites légaux de musique en ligne ont accompli ce que certains pensaient être inimaginable il y a seulement un an : ils ont démontré qu’ils pouvaient rivaliser avec les alternatives gratuites illégales. La musique en ligne a aujourd’hui une valeur incroyablement intéressante pour le consommateur : en Europe, pour 99 cents (le prix d’un ticket de métro ou d’un soda), vous pouvez désormais télécharger un morceau de musique que vous pourrez conserver toute votre vie. Tous ceux qui invoquaient l’absence d’alternative légale de distribution numérique, pour justifier la pratique du piratage, n’ont désormais plus aucune excuse.

La mise à disposition en ligne du répertoire musical ne résout toutefois qu’une partie du problème. Nous ne pouvons pas nous contenter de promouvoir la musique en ligne, nous devons également la protéger. A l’heure actuelle, le marché de la musique

numérique légale évolue dans un contexte si extraordinairement défavorable qu’il relève presque du miracle qu’il ait pu se développer. Quel autre secteur d’activité a réussi l’exploit de percer sur un marché 100% pirate ?

La lutte contre le piratage constitue un volet essentiel de la stratégie de développement de l’industrie du disque. Et elle s’est avérée remarquablement efficace. En diffusant largement le message selon lequel le partage non autorisé de fichiers musicaux est illégal et passible de lourdes amendes ou même de peines de prison, nous contribuons à créer l’espace vital nécessaire à l’émergence des plateformes légales de service musicaux en ligne. En 2004, l’industrie du disque a intenté plus de 7 000 actions en justice en Amérique du Nord et en Europe. Le nombre de poursuites judiciaires engagées en 2005 devrait être bien supérieur et concerner un plus grand nombre de pays.

En tant qu’industrie, nous exploitons, d’une part, la technologie, tout en luttant, d’autre part, contre l’utilisation abusive de cette même technologie à des fins illégales. En ce début d’année 2005, les maisons de disques travaillent en collaboration avec les entreprises de technologie afin de déterminer la meilleure façon d’exploiter le « peer-to-peer » à des fins de distribution commerciale. S’il en résulte une activité commerciale légale et viable, basée sur la rémunération des créateurs et autres détenteurs de droits, et l’obtention d’autorisation auprès de ces derniers, ceci pourrait constituer un développement particulièrement intéressant pour la vente de musique en ligne en 2005.

L’accroissement de la consommation de musique sur les téléphones mobiles sera une autre évolution majeure. Certains spécialistes estiment que 50% des revenus résultant de la fourniture de contenu sur les mobiles pourraient bientôt provenir de la musique.

L’un des problèmes entravant considérablement la croissance des ventes de musique en ligne est le

manque d’interopérabilité entre les services et les appareils proposés. Il en résulte une confusion considérable chez les consommateurs et une mauvaise exploitation des opportunités sur un marché jouissant pourtant d’un potentiel de croissance extraordinaire. Il n’existe pas de solution simple, mais tous les acteurs du marché de la vente en ligne doivent s’atteler à la tâche et travailler plus dur encore pour résoudre ce problème dès 2005.

Si 2004 fut l’année au cours de laquelle les maisons de disques ont largement numérisé leurs répertoires pour le mettre à la disposition des consommateurs, notre priorité en 2005 sera simplement la suivante : commercialiser, promouvoir et vendre de la musique, par le biais du téléchargement, de la location ou de l’abonnement, partout et à tout moment. Les maisons de disques souhaitent distribuer la musique sur un maximum de plateformes légales, pour un maximum de consommateurs, dans le plus grand nombre de formats et pour autant d’appareils que possible, pour une utilisation aussi étendue géographiquement que possible. Quelques conditions simples doivent alors être respectées : l’activité doit être exercée en toute légalité, la musique doit être distribuée avec l’accord des ayants droits concernés, les maisons de disques et autres ayants droits doivent être correctement rémunérés.

J’ai confiance et je suis convaincu que dans les douze mois à venir, le marché de la musique en ligne va enregistrer une croissance très significative dans le monde entier. Un secteur comptant actuellement pour un très faible pourcentage des revenus de l’industrie du disque est en passe de véritablement décoller dans les années à venir. La menace s’est enfin transformée en opportunité.

Le rôle de l’IFPI est ici très clair : promouvoir les plateformes légales, sensibiliser les gouvernements et les consommateurs à ce nouveau marché, et lutter activement contre le piratage. Tels sont les grands défis que nous devons relever en 2005.

ESSOR DU MARCHÉ LÉGAL DE LA MUSIQUE EN LIGNE

“L'émergence d'une activité commerciale légale de vente de musique en ligne et son succès auprès du grand public constituent l'évolution majeure constatée dans l'industrie du disque en 2004.”

L'émergence d'une activité commerciale légale de vente de musique en ligne et son succès auprès du grand public constituent l'évolution majeure constatée dans l'industrie du disque en 2004.

Les sites légaux de vente de musique en ligne se sont multipliés à travers le monde. A la fin de l'année 2004, le site Internet www.pro-music.org, créé sous l'égide de l'IFPI et dédié à la promotion de la musique légale en ligne, a recensé plus de 230 plateformes légales distribuant de la musique en ligne, contre seulement 50 l'an dernier à la même époque et 20 en janvier 2003. Plus de dix d'entre elles opèrent sur au moins trois marchés. Sur le seul territoire européen, on compte plus de 150 services de musique en ligne, accessibles depuis 20 pays. En France, consultez le site : www.promusicfrance.com

Le marché de la musique mobile connaît également une expansion rapide, tandis que la troisième génération (3G) et les services de musique sur mobile font leur apparition sur le marché.

EMERGENCE DE MARQUES INTERNATIONALES

Des marques telles que iTunes (Apple), Napster, Sony Connect et MSN Music, se sont déployées à l'échelle internationale en s'implantant sur de nombreux territoires au cours de l'année 2004. Ainsi, le leader mondial iTunes a ouvert en juin 2004 ses services de musique en ligne en France, en Allemagne et au Royaume-Uni, puis sur neuf autres marchés européens en octobre. Apple déclare avoir déjà vendu cinq millions de titres au cours de ses dix premières semaines d'activité en Europe. Depuis son lancement, iTunes a distribué pas moins de 230 millions de titres à l'échelle mondiale. iTunes est également disponible au Canada depuis le mois de décembre et envisage de lancer sa version japonaise en 2005.

Napster, marque bien connue des amateurs de musique en ligne du monde entier, a ouvert sa plateforme légale au Royaume-Uni et au Canada en mai 2004, en mettant notamment l'accent sur le répertoire local. Sony Connect s'est implanté aux Etats-Unis

en avril 2004, et sur les principaux marchés européens en juillet. Rhapsody devrait faire de même en 2005.

MSN Music, plateforme musicale de la société Microsoft, a été lancée en 2002, par l'intermédiaire de OD2, en France, en Allemagne, en Italie, en Autriche et au Royaume-Uni, avant d'être étendue à huit autres marchés européens en novembre dernier. A travers son slogan "Plays For Sure" (que l'on pourrait traduire littéralement par « Soyez sûr de pouvoir écouter »), Microsoft met en avant la grande compatibilité du format Windows Media Audio avec les services de musique en ligne et les lecteurs numériques portables.

De nombreuses plateformes locales de téléchargement de musique en ligne ont été lancées sur les marchés d'Europe continentale. Elles comprennent des sites de téléchargement à vocation humanitaire, ainsi que des services légaux spécialisés dans le répertoire local, tels que T-Online de Musicload en Allemagne, Rosso Alice en Italie et Archambaultzik.ca au Canada. Ces

sites acquièrent une popularité grandissante et rivalisent avec les plateformes d'envergure internationale. Musicload détient actuellement la place de leader du marché en Allemagne, et a franchi en décembre 2004 la barre du million de téléchargements mensuels (chiffre 80 fois plus élevé que lors de son lancement en octobre 2003). D'autres services de musique en ligne opèrent en partenariat avec des fournisseurs locaux d'accès haut débit ou avec des détaillants nationaux de musique.

Les marchés européens les plus avancés en ce qui concerne la vente de musique en ligne sont le Royaume-Uni, avec plus de 30 sites dédiés, l'Allemagne et la France avec respectivement entre 10 à 20 sites dédiés. Le tableau ci-dessous recense les principales plateformes légales de musique en ligne présentes sur chaque marché.

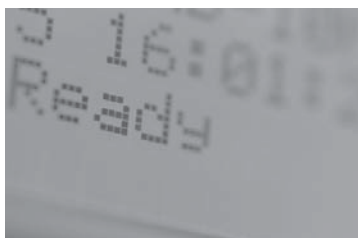
LANCEMENT DE PLATEFORMES LÉGALES DE MUSIQUE EN LIGNE EN 2004

JANVIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
MyCokeMusic : R-U	Wal-Mart : Etats-Unis	Sony Connect : Etats-Unis MSN Music : Australie	Napster 2.0 : R-U, Canada MyCokeMusic : Autriche Virgin Mega : France	iTunes : R-U, Allemagne, France
JUILLET	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
Sony Connect : R-U, Allemagne, France	Virgin Digital : Etats-Unis Fnacmusic.fr France	iTunes : Autriche, Belgique, Finlande, Grèce, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Portugal, Espagne MSN Music : R-U, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Etats-Unis, Japon	MSN Music : Belgique, Espagne, Norvège, Danemark, Suède, Finlande, Autriche, Suisse MyCokeMusic : Suisse Tesco : R-U	iTunes : Canada Mynrjckokemusic.fr (E-Compil) : France

FRANCE :

PLATEFORMES FRANÇAISES LANCÉES AVANT 2004 : E-COMPIL (2001), WANADOO, TISCALI, MTV, ALAPAGE, MSN, HEWLETT PACKARD, CORA ET M6MUSIC AU TRAVERS DE LA PLATEFORME OD2/LOUDEYE (DÉBUT 2002).

PLATEFORMES FRANÇAISES ANNONCÉES POUR 2005 : MUSICLOAD (CLUB INTERNET), CARREFOUR, AUCHAN, LECLERC, NAPSTER, PLAYLOUDER (TBA), RHAPSODY (TBA).



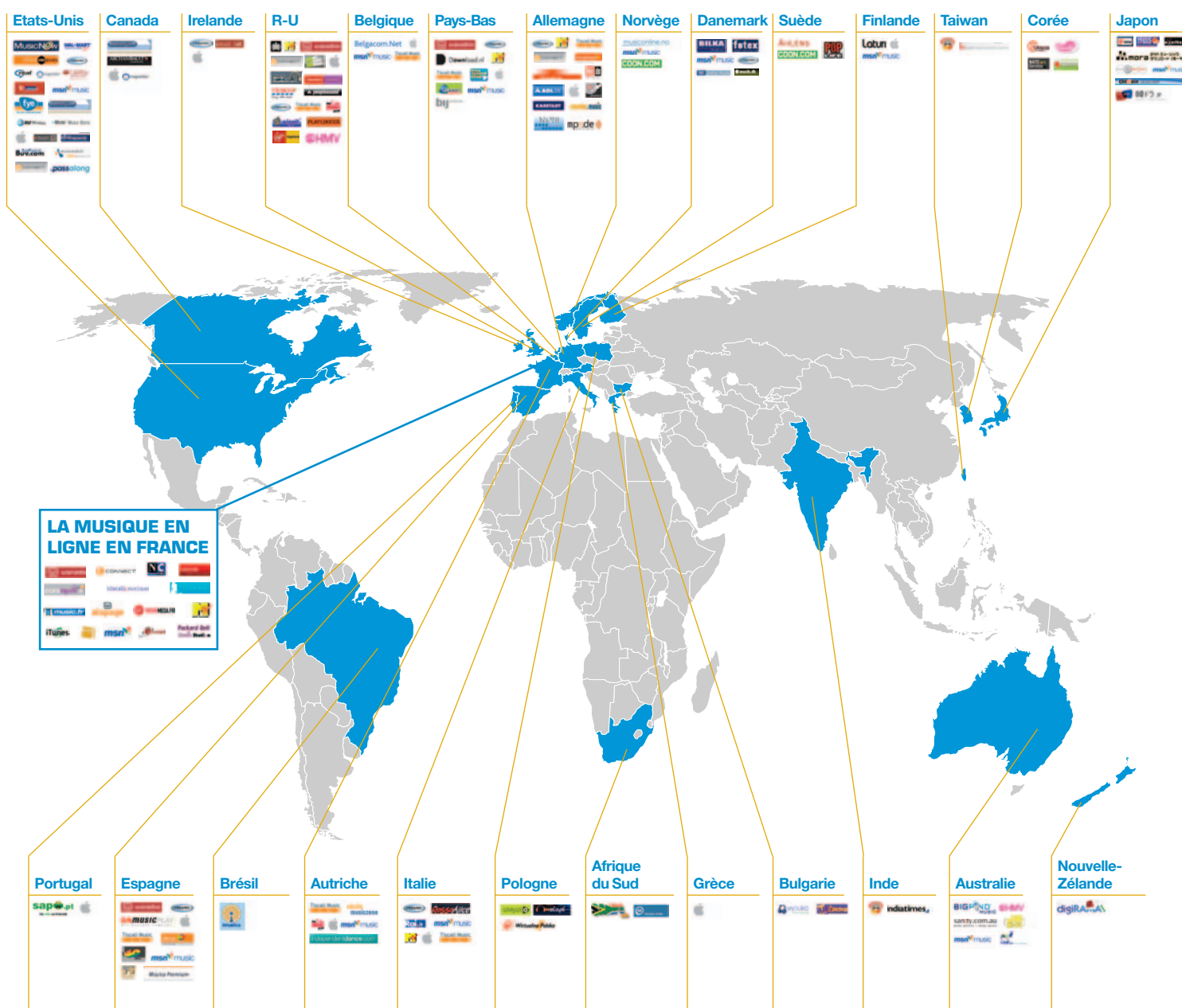
CHIFFRES CLÉS EN 2004

MULTIPLICATION PAR DEUX DU REPERTOIRE DISPONIBLE : ENVIRON UN MILLION DE TITRES

MULTIPLICATION PAR QUATRE DU NOMBRE DE SITES LEGAUX : 230 À L'ÉCHELLE MONDIALE

MULTIPLICATION PAR DIX DU NOMBRE DE TITRES TÉLÉCHARGÉS : PLUS DE 200 MILLIONS AUX ÉTATS-UNIS, AU ROYAUME-UNI, ALLEMAGNE ET EN FRANCE

EXPANSION INTERNATIONALE DES PLATEFORMES LÉGALES DE MUSIQUE EN LIGNE



"ITUNES LUTTE VÉRITABLEMENT CONTRE LE PIRATAGE, PAS CONTRE SES CONCURRENTS. LE PIRATAGE EST NOTRE SEUL VÉRITABLE ENNEMI. ACHETER LÉGALEMENT DE LA MUSIQUE EN LIGNE VOUS DONNE UN 'GOOD KARMA'."

STEVE JOBS, PDG DE LA SOCIÉTÉ APPLE

VENTES ET ABONNEMENTS

Les Etats-Unis détiennent la position de leader mondial en matière de ventes de musique en ligne, que ce soit par téléchargement à la carte ou par abonnement, mais l'Europe progresse.

En 2004, le nombre de titres téléchargés individuellement, c'est-à-dire en excluant les téléchargements d'albums et les simples écoutes de titres en ligne (Streaming), a atteint 142,6 millions aux Etats-Unis, alors qu'il ne s'élevait qu'à 19,2 millions de titres au terme du second semestre 2003 (lorsque l'institut Nielsen SoundScan a commencé à recenser les téléchargements réalisés aux Etats-Unis). Le nombre d'albums téléchargés s'est élevé quant à lui à 5,5 millions d'unités.

Au Royaume-Uni, premier marché européen de téléchargement de musique en ligne, le nombre d'enregistrements musicaux téléchargés est passé de pratiquement zéro à 5,7 millions (Classement officiel du BPI - RU).

Les services d'abonnement connaissent un succès croissant aux Etats-Unis. Le nombre d'internautes souscrivant aux formules d'abonnement des principales plateformes de musique en ligne (Rhapsody, Napster, MusicNet, MusicMatch et eMusic) a plus que doublé en un an, pour atteindre aujourd'hui près de 1,5 millions d'abonnés (chiffre enregistré en décembre). Virgin Digital a lancé son site de vente de musique en ligne en septembre 2004 sur le territoire des Etats-Unis. Cette autre grande marque devrait également contribuer à stimuler le marché de la vente de musique en ligne par abonnement.

Les services d'abonnement se développent également hors des Etats-Unis. Napster (R-U), Wipit (R-U), Vitaminic (Europe) et E-compil, Fnac.com, Virgin Mega (France) en sont quelques exemples.

ENRICHIR LE CATALOGUE

Le consommateur peut aujourd'hui faire ses achats sur des plateformes de musique en ligne, qui proposent un catalogue plus étendu que pratiquement toutes les grandes surfaces spécialisées.

Les catalogues disponibles par le biais des services en ligne s'étoffent constamment. Aux Etats-Unis, iTunes, Napster et Rhapsody ont doublé leur offre de titres disponibles, passée de 500 000 titres à plus d'un million au cours de l'année 2004. En Europe, les services opérés par OD2 (dont MyCokeMusic et Tiscali Music Club) ont étendu leurs catalogues de 300 000 à 600 000 titres, MSN atteignant même un million de titres. En France, VirginMega propose un catalogue de plus de 500 000 titres. En Europe, Napster a franchi le cap du million d'enregistrements musicaux proposés à l'écoute illimitée en "streaming" (en temps réel) par le biais d'un abonnement, après conclusion d'accords avec des labels indépendants.

Nous assistons là à un accroissement spectaculaire du répertoire de titres disponibles. Un catalogue d'un million de titres représente l'équivalent d'environ 80 000 albums, c'est-à-dire un volume supérieur à ce que peuvent proposer la plupart des grandes surfaces spécialisées.

L'OFFRE COMMERCIALE

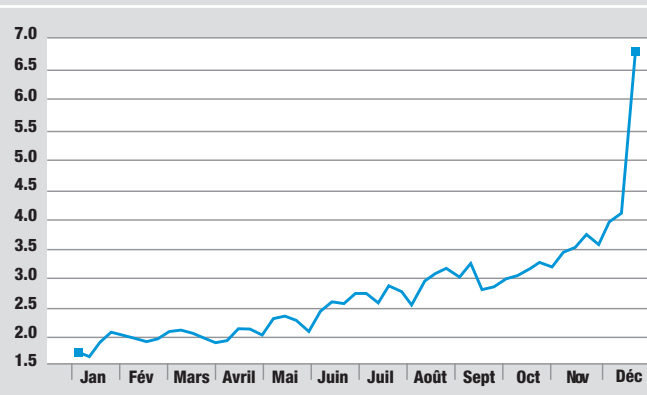
L'offre des leaders de la musique en ligne révèle l'émergence de deux modèles distincts d'offres commerciales sur le marché de la musique numérique : le 'pay-per-download' (téléchargement à la carte) et les services d'abonnement.

Les services de téléchargement à la carte permettent non seulement au consommateur de disposer de sa 'propre' musique, mais aussi, contrairement aux CDs classiques, de sélectionner et télécharger les morceaux individuellement et sur le champ.

"2004 FUT UNE ANNÉE MARQUANTE POUR L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE. LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES ONT DONNÉ À CETTE INDUSTRIE LE COUP DE FOUET DONT ELLE AVAIT BESOIN, EN STIMULANT L'APPÉTIT DU GRAND PUBLIC POUR LA CONSOMMATION DE MUSIQUE, TOUT EN LUI OFFRANT UNE ALTERNATIVE LÉGALE AUX SITES DE P2P. TANDIS QUE LE TAUX DE PENÉTRATION DU HAUT DÉBIT NE CESSE DE PROGRESSER, LES SERVICES NUMÉRIQUES VONT S'IMPLANTER ENCORE PLUS SOLIDEMENT, ET POURSUIVRE LEUR EXPANSION À LA FOIS SUR LES MARCHÉS ÉTABLIS ET ÉMERGENTS DE LA MUSIQUE EN LIGNE. TOUT AU LONG DE L'ANNÉE 2005 ET AU-DELÀ, NOUS ALLONS CONTINUER À DÉVELOPPER NAPSTER ET NOTRE NOUVEAU SERVICE D'ABONNEMENT POUR LA MUSIQUE 'PORTABLE' 'NAPSTER TO GO' À L'ÉCHELLE INTERNATIONALE, AVEC DES SERVICES TAILLÉS SUR MESURE, RESPECTANT LES PARTICULARITÉS LOCALES ET PRENANT EN COMPTE LE RÉPERTOIRE LOCAL."

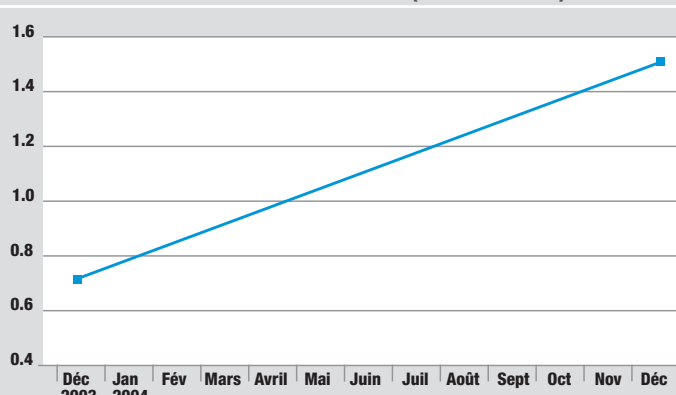
CHRIS GOROG, PDG DE NAPSTER

VENTES HEBDOMADAIRES DE MUSIQUE EN LIGNE AUX ETATS-UNIS EN 2004 (EN MILLIONS)

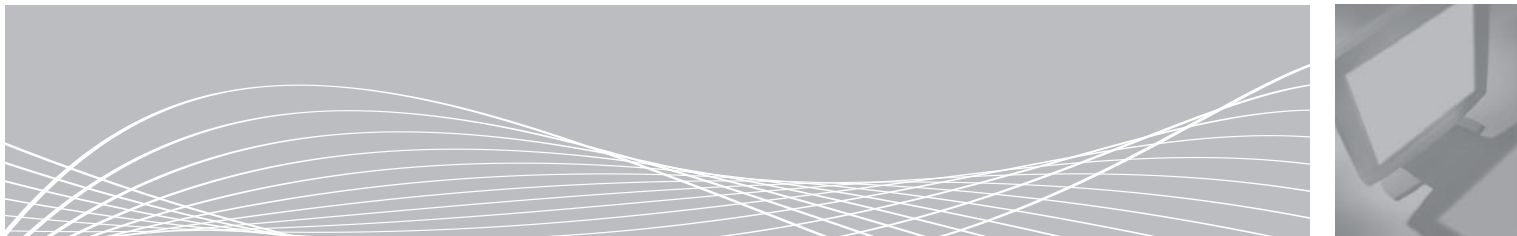


Source : Nielsen SoundScan. Seuls les téléchargements au titre (à l'exclusion des téléchargements d'albums et l'écoute en streaming) sont pris en compte.

PROGRESSION DU NOMBRE D'ABONNÉS AUX SERVICES DE MUSIQUE EN LIGNE AUX ETATS-UNIS (EN MILLIONS)



Source : Rhapsody, Napster, MusicNet, MusicMatch, eMusic (chiffres officiels)



Les plateformes légales telles que iTunes, MSN Music, Wal-Mart (Etats-Unis) et Tesco (R-U) proposent des téléchargements à partir de 0,80\$US l'unité. Les titres ainsi téléchargés peuvent être transférés sur des lecteurs portables et être gravés sur le disque dur d'un ordinateur.

Les services d'abonnement proposent un très vaste choix d'enregistrements musicaux, moyennant un forfait mensuel qui permet aux utilisateurs d'accéder aux titres qu'ils souhaitent, avec la possibilité d'acheter les titres sélectionnés. Des plateformes telles que Napster, Rhapsody et Virgin Digital proposent des services d'écoute en streaming et des radios en ligne, en contrepartie du paiement d'un abonnement mensuel, généralement à partir de 9,99\$US. Le téléchargement est également proposé à partir de 0,79\$US par titre. Certains services d'abonnement, tels que celui proposé par Napster, offrent désormais des 'téléchargements captifs' (en location), pouvant être transférés sur des lecteurs portables pendant toute la durée de l'abonnement.

CROISSANCE HORS DES PAYS D'EUROPE ET DES ETATS-UNIS

Les services de musique en ligne se sont étendus au-delà des territoires de l'Europe et des Etats-Unis, avec aujourd'hui plus de 40 plateformes de musique en ligne disponibles. La région Asie-Pacifique a notamment enregistré un accroissement considérable de ses sites de musique en ligne.

En Australie, NineMSN, opéré par OD2, a été le premier service lancé hors du territoire européen. En octobre 2004, le site a ouvert, en partenariat avec HMV, une boutique proposant à la vente des enregistrements musicaux sous forme numérique et physique. Au cours de l'année 2004, le fournisseur de service

de musique en ligne Destra, qui alimente entre autres les services JB Hi-Fi, Sanity et ChaosMusic, a également enrichi son catalogue, passé de 100 000 à 500 000 titres disponibles.

Soundbuzz a étendu son activité dans la région Asie-Pacifique, en concluant notamment un partenariat avec la société Singapore's Creative Technology. Ce partenariat permet aux utilisateurs de lecteurs numériques portables développés par Creative d'accéder à la boutique de vente de musique en ligne de Soundbuzz. Le pack Soundbuzz/Creative a été lancé à Singapour en juillet dernier, puis étendu à l'Australie, l'Inde et l'Asie du sud-est à la fin de l'année 2004.

Au Canada, de nombreux détaillants en ligne ont rejoint la plateforme existante Puretracks, en lançant leurs propres sites de musique en ligne dans le courant de l'année 2004. Parmi eux, citons Archambaultzik, Sympatico Music Store, Bonfire@Future Shop, Napster et iTunes.

Musica est la première plateforme de musique en ligne d'Afrique du Sud. Lancé en décembre 2004, le site débute avec 400 000 titres disponibles et utilise la technologie OD2.

En Amérique latine, le marché de la musique en ligne se développe, malgré un faible taux de pénétration du haut débit et des lecteurs portables. Brazil's iMusica est le seul fournisseur de services de musique en ligne dans la région, alimentant notamment MSN Brazil et iGet. Des plateformes légales, basées aux Etats-Unis et spécialisées dans le répertoire latino-américain, se sont développées en 2004, avec notamment emepe3.com et emusiclatino.com. D'autres sites de musique en ligne devraient ouvrir en 2005, attestant ainsi de l'accroissement de la demande pour la musique latino numérique.

LA NUMERISATION CROISSANTE DES CATALOGUES EN FRANCE

Evaluations comparées au 1er novembre 2004 et au 31 janvier 2005

En France, 657 000 titres disposent d'ores et déjà de l'autorisation des ayants droits pour être digitalement commercialisés, soit 14 % de plus qu'il y a trois mois.

■ Près de 70 % d'entre eux (soit 455 000 titres) sont d'ores et déjà numérisés pour être mis à disposition sur les plateformes françaises. Les majors compagnies disposent donc d'une 'réserve' de 220 000 titres disponibles. Néanmoins, ces titres sont peu susceptibles d'intéresser le consommateur français. Il s'agit notamment de répertoires spécialisés des autres territoires (folklore local, country américaine, etc...)

En l'espace de trois mois, le nombre de titres « clearés » pour la France a progressé de plus de 14 % (passant de 574 à 657 000 titres) et le nombre de titres disponibles en numérique a cru de 22 % (passant de 373 à 455 000 titres).

- Parmi les 455 000 titres numérisés disponibles, 60 % d'entre eux appartiennent au répertoire international contre 17 % pour le répertoire francophone et 23 % pour les répertoires classique et jazz.
- Plus de 95 % des titres numérisés sont d'ores et déjà disponibles sur les plateformes de téléchargement légal. Au 1er novembre 2004, les majors compagnies avaient mis plus de 308 000 titres à la disposition des sites de téléchargement. Trois mois plus tard, on dénombre 436 000 titres (+ 41 %).
- L'offre numérique des majors sur les plateformes, en nombre de titres, dépasse aujourd'hui l'offre physique : l'offre numérique représente 436 000 titres, l'offre physique a été estimée à 350 000 titres. L'offre physique, en nombre de titres, a été estimée à partir d'un tri sur les codes ISRC au sein de la base Médiadisque.

Ces chiffres traduisent une offre numérique plus riche sur le fonds de catalogue ou sur les musiques de 'niche' qu'en magasin.



PRO MUSIC

Créer de la musique Entrée des artistes Musique en ligne Points de vue Musique gratuite ? A qui appartient la musique

Musique en ligne

Tous les magasins de disques en ligne

News (archives)

UTILISEZ UN SITE LEGAL. C'EST PAYANT.

Il y a de plus en plus de services de musique en ligne légaux, permettant d'écouter, de télécharger et de graver la musique que vous aimez. Voici quelques liens.

INFO ACTU INFO ACTU INFO ACTU

14 ARTISTES LANCENT LA CAMPAGNE "TELECHARGEZ-MOI LEGALEMENT" voir....

LA FILIERE MUSICALE FRANCAISE LANCE PROMUSICFRANCE... voir...

LA MUSIQUE EN LIGNE EN FRANCE

Achat du titre et par abonnement

	Alapage www.alapage.com	Plus d'infos
	Virgin www.virginmega.fr	Plus d'infos
	FNAC www.fnacmusic.com	Plus d'infos

Pour accéder au répertoire détaillé des sites, rendez-vous sur les sites www.pro-music.org et www.promusicfrance.com

"QU'EST-CE QUI NOUS DISTINGUE DES AUTRES ? NOUS VOULONS PROPOSER UN CONTENU PERTINENT A NOS CLIENTS, SUR TOUS LES TERRITOIRES SUR LESQUELS NOUS SOMMES IMPLANTÉS. LES GENS VEULENT ACHETER DE VERITABLES PRODUITS MUSICAUX ET VEULENT OBTENIR UN CONTENU PERTINENT. EN FRANCE PAR EXEMPLE, PLUS DE LA MOITIÉ DU CLASSEMENT DES MEILLEURES VENTES D'ALBUMS EST COMPOSEE D'ARTISTES FRANÇAIS. VOUS NE POUVEZ PAS OFFRIR UN SERVICE EN LIGNE AU CONTENU PUREMENT INTERNATIONAL, OU ALORS VOUS NE POURREZ PAS SURVIVRE SUR LE MARCHÉ."

GREGOR ERKEL, DIRECTEUR DE SONY NETWORK SERVICES EUROPE (SONY CONNECT)

LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE MOBILE

La musique distribuée via la téléphonie mobile est destinée à devenir une source significative de revenus pour les maisons de disques. Elle a rapidement évolué, passant de l'offre de simples tonalités de sonnerie à la distribution d'enregistrements audio intégraux, sous forme de 'ringtunes' (sonneries polyphoniques), 'ringback tunes' (sonneries d'attente), téléchargements de titres entiers et autres applications multimédia. Avec l'arrivée de la technologie 3G, les consommateurs pourront accéder à un vaste contenu interactif, incluant des enregistrements audio et vidéo, téléchargés à des vitesses plus élevées et de meilleure qualité.

Les appareils mobiles ont eux-mêmes rapidement évolué, passant d'appareils simplement destinés à la communication téléphonique à des accessoires de loisirs et de divertissement à part entière, et les consommateurs se familiarisent de plus en plus au concept d'achat de musique par le biais de leurs combinés mobiles.

L'ASIE MONTRE LA VOIE

Le marché de la musique mobile représente déjà un secteur important en Asie, en particulier au Japon et en Corée du sud, où la technologie 3G est déjà bien développée et où le taux de pénétration de la téléphonie mobile est élevé. Une large gamme de produits et de services est déjà disponible sur ces marchés, des sonneries polyphoniques (ringtunes) (lancées dès 2002) aux services de dédicace, sonneries d'attente, services de vidéo et de diffusion TV en streaming. Sur ces deux marchés, les ventes de musique mobile ont aisément pris le pas sur les téléchargements en ligne.

Au Japon, le marché des sonneries était estimé à 100 millions \$US en 2004. Label Mobile est le premier distributeur japonais, avec un catalogue de 80 000 titres disponibles provenant de 19 maisons de disques. En novembre 2004, Label Mobile atteignait un chiffre de ventes moyen de 12 millions de sonneries par mois. En novembre 2004 également, l'opérateur KDDI a commencé à proposer le téléchargement d'enregistrements audio intégraux sur les mobiles, espérant franchir la barre du million de ventes d'ici la fin de l'année 2004.

En Corée du sud, où le marché s'est étendu au-delà des sonneries pour proposer également le téléchargement d'enregistrements audio intégraux, le

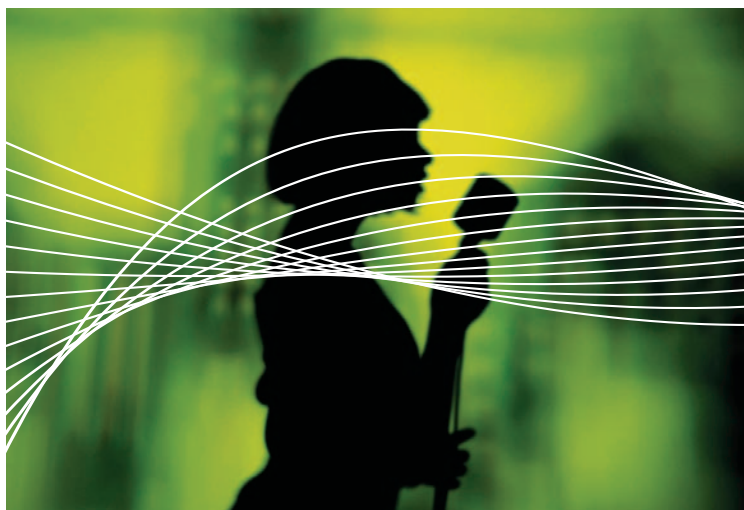
marché de la musique mobile (y compris les tonalités de sonneries simples, les sonneries polyphoniques et les téléchargements d'enregistrements musicaux intégraux) était estimé à 158 millions \$US en 2003. La Chine constitue également un marché en pleine expansion dans le secteur de la musique mobile, le nombre d'abonnés aux services de téléphonie mobile atteignant désormais 290 millions (environ 20% de la population).

LANCEMENT DE LA TECHNOLOGIE 3G EN EUROPE

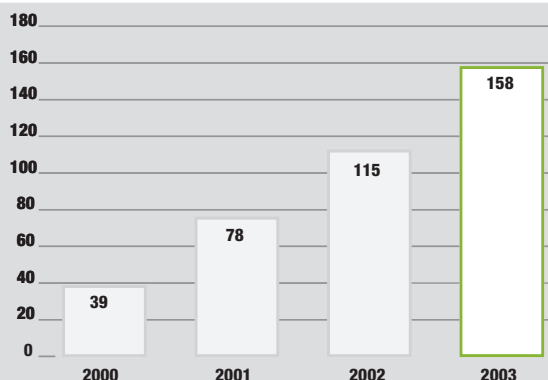
En Europe, 2004 fut une année décisive, avec le lancement de nombreux services clé et le développement des réseaux 3G. En novembre 2004, Vodafone a ainsi ouvert un service de téléchargement de musique en ligne via la 3G, sous la marque 'Vodafone live!', sur 13 marchés. Ayant conclu des accords de licence avec des maisons de disques, ce service propose des téléchargements audio et vidéo intégraux, mais également le streaming audio et vidéo. En décembre dernier, Orange a également lancé une offre de services 3G, proposant le téléchargement d'enregistrements audio intégraux. L'opérateur britannique '3' se concentre quant à lui sur les services de vidéo 3G, en proposant, depuis mars 2003, des clips musicaux, ainsi que des séquences vidéo sur le sport ou l'actualité.

Tout au long de l'année 2004, les maisons de disques ont lancé diverses initiatives dans le secteur de la téléphonie mobile sur le territoire européen. Ainsi, EMI a proposé, en partenariat avec la firme '3', la diffusion en avant-première du clip de Robbie Williams « Misunderstood ». Le dernier album de l'artiste a également été vendu sous forme de cartes mémoires compatibles avec les combinés de téléphonie mobile et les ordinateurs portables au Royaume-Uni. '3' a également diffusé en streaming une séquence du concert live Sony BMG act Rooster.

Les consommateurs européens peuvent également accéder aux services suivants : le service de téléchargement de O2, qui propose son propre lecteur portable compatible (Siemens SX1 Music), permettant aux utilisateurs de transférer les morceaux téléchargés sur leur téléphone mobile, le service « Mobile Jukebox », lancé par T-Mobile au Royaume-Uni, en Allemagne et en Autriche, qui offre 90 à 120 secondes de clips musicaux, le service 'Melodeo', lancé par l'opérateur espagnol Telefonica Mobile et offrant quelques 30 000 titres à télécharger. A la fin de l'année 2004, Warner Music a concédé sous licence l'ensemble de son catalogue à Telefonica.



VENTES DE MUSIQUE MOBILE EN COREE DU SUD (EN MILLIONS DE \$US)



Source : Korean IT Industry Promotion Agency (chiffres incluant les sonneries simples, les sonneries polyphoniques et les téléchargements d'enregistrements audio intégraux)

“La musique distribuée via la téléphonie mobile est destinée à devenir une source significative de revenus pour les maisons de disques.”

EMERGENCE DU MARCHÉ DE LA MUSIQUE MOBILE AUX ETATS-UNIS

Aux Etats-Unis, le marché de la musique mobile n'en est encore qu'à ses balbutiements, mais il se développe rapidement, le nombre de propriétaires de téléphones mobiles étant estimé à 128 millions. Les sonneries constituent la principale forme de consommation de musique mobile, et ont même fait l'objet d'un classement, en novembre dernier, dans le magazine new-yorkais Billboard.

Dans leur volonté d'accroître leurs ventes de sonneries, différents opérateurs ont conclu des accords avec des maisons de disques, majors et indépendantes. Les plateformes ainsi créées incluent 'Music Tones' pour Sprint et 'MmMode Music Store' pour AT&T, et permettent aux consommateurs d'écouter en streaming, via leur téléphone mobile, des morceaux sélectionnés dans un catalogue de 750 000 titres ou d'acheter des titres à l'unité, téléchargés sur leur PC. Le service 'Get It Now' de Verizon propose quant à lui des clips audio de courte durée. Début 2005, Verizon a par ailleurs lancé des services vidéo et audio mobiles, en proposant des téléphones permettant de surfer sur Internet à haut débit.

L'AVENIR DE LA MUSIQUE MOBILE

En 2005 et au-delà, le développement continu des réseaux 3G et le remplacement des combinés mobiles favoriseront l'apparition de nouvelles applications musicales, toujours plus sophistiquées, pour la téléphonie mobile. Au fur et à mesure de l'enrichissement du contenu et des services disponibles, les consommateurs se familiariseront de plus en plus au concept d'achat de musique en ligne par le biais du téléphone.

Les téléphones mobiles commencent quant à eux à offrir une capacité de stockage, une autonomie et des fonctionnalités considérablement accrues. Même si la capacité de mémoire des combinés actuellement disponibles sur le marché s'avère faible par rapport à celle des lecteurs portables tels que le iPod, les combinés 3G pourraient bien rivaliser avec ces appareils dans un proche avenir.

“MSN MUSIC, PLATEFORME ACCESSIBLE SUR UNE VINGTAINÉ DE MARCHÉS, CONSTITUE UN ÉLÉMENT CLÉ DE LA VISION DE MICROSOFT, QUI CONSISTE À PROPOSER AUX CONSOMMATEURS UNE OFFRE IMPORTANTE DE LOISIRS NUMÉRIQUES, TOUT EN LEUR DONNANT LA POSSIBILITÉ D'ADAPTER SUR MESURE LEURS EXPERIENCES EN MATIÈRE DE LOISIRS. NOUS AVONS DÉCOUVERT QUE LES CONSOMMATEURS VEULENT AVANT TOUT DEUX CHOSES : LE CHOIX ET LA SIMPLICITÉ. GRÂCE AUX PARTENARIATS QUE NOUS AVONS CONCLUS AVEC PLUS DE 3000 LABELS ET PLUS DE 70 FABRICANTS D'APPAREILS, NOUS OEUVRONS À LA SATISFACTION DE CE DESIR EN PERMETTANT AUX GENS DE TROUVER, DE MANIÈRE SIMPLE ET AMUSANTE, LEURS CHANSONS PRÉFÉRÉES, ET DE LES ÉCOUTER SUR DES APPAREILS ADAPTÉS À LEUR BUDGET ET À LEUR STYLE DE VIE.”

ROB BENNETT, DIRECTEUR DE MSN ENTERTAINMENT, MICROSOFT



LES FACTEURS DU DÉVELOPPEMENT DE LA MUSIQUE EN LIGNE

De nombreux facteurs clé favorisent la croissance du marché de la musique numérique, parmi lesquels les partenariats conclus entre les maisons de disques et les services de musique en ligne/mobile, l'élévation du taux de pénétration du haut débit et de la téléphonie mobile, les ventes de lecteurs et de combinés téléphoniques portables, la sensibilisation grandissante du consommateur en faveur des services légaux, la flexibilité accrue offerte au consommateur et la lutte contre le piratage de musique en ligne.

INITIATIVES EMANANT DES MAISONS DE DISQUES

La numérisation et la mise à disposition légale des enregistrements musicaux constituent une priorité essentielle pour les maisons de disques, et s'avèrent cruciales pour le développement du marché de la musique en ligne. Bon nombre de maisons de disques ont créé des unités opérationnelles spécifiquement dédiées à la distribution et à la commercialisation d'enregistrements musicaux à l'échelle internationale.

Des maisons de disques, majors et indépendantes, ont concédé sous licence leurs catalogues à de grandes plateformes de musique en ligne, dont Apple, Napster, Microsoft, OD2, RealNetworks et AOL, ainsi qu'à une sélection de plateformes de moindre envergure ou cantonnées à des marchés de niche. Des efforts importants ont par ailleurs été fournis en matière de concession de licence à des opérateurs de téléphonie mobile, tels que Orange, Sprint, Verizon, Vodafone, T-Mobile et SKT Telecom.

La numérisation représente également une priorité. Universal Music a ainsi travaillé deux ans à la mise en œuvre du projet de numérisation de l'ensemble

de son catalogue actif de musique sur le continent européen (quelques 300 000 titres issus de plus de 25 000 albums). La société numérise aujourd'hui environ 2500 nouveautés chaque semaine. En novembre 2004, Universal a par ailleurs lancé un label numérique, UMe Digital, qui conclura à la fois des accords exclusifs avec de nouveaux artistes et des accords de distribution numérique pour le compte de labels indépendants.

Sony BMG a créé une unité opérationnelle mondiale, centrée sur le développement de l'activité numérique à l'échelle internationale pour la téléphonie mobile et la musique en ligne. Cette unité travaille également à l'élaboration de mesures anti-piratage, au développement de nouvelles technologies industrielles, telles que les logiciels de gestion des droits numériques, et au lancement de nouveaux formats. Sony BMG a également numérisé l'ensemble de son catalogue actif, ce qui lui a permis de se concentrer sur des titres non édités antérieurement. Plus de 1600 clips vidéo ont déjà été numérisés en vue de leur diffusion électronique.

EMI a conclu des centaines de contrats de licence et consacré ces dernières

années à constituer sa chaîne d'approvisionnement mondiale pour ses services de musique en ligne et de musique mobile. Les produits numériques peuvent atteindre les marchés mondiaux à l'heure même du lancement des produits physiques équivalents. EMI a également considérablement développé ses ressources consacrées à la vente et à la commercialisation de produits numériques sur les territoires clé. Elle a également lancé certaines innovations, telles que la distribution du dernier album de Robbie William sous forme de carte mémoire.

Warner Music a numérisé et concédé sous licence la majorité des titres de son catalogue, en concluant des contrats de licence avec un grand nombre de distributeurs en ligne et avec Verizon dans le secteur de la téléphonie mobile aux Etats-Unis.

Par ailleurs, un grand nombre de producteurs indépendants ont numérisé leur répertoire et proposé leurs catalogues à de nombreux sites de téléchargement légaux.



“La numérisation et la mise à disposition légale des enregistrements musicaux constituent une priorité essentielle pour les maisons de disques, et s’avèrent cruciaux pour le développement du marché de la musique numérique.”

INITIATIVES MARKETING 2004

Distribution d’enregistrements existant exclusivement au format numérique.

Diffusion en ligne et via la téléphonie mobile d’un contenu exclusif relatif à un artiste.

Diffusion en ligne d’enregistrements audio avant, ou en même temps que leur diffusion sur les radios, et avant la parution des produits physiques correspondants.

Sites Internet d’artistes offrant le téléchargement de certains titres ainsi que des bonus exclusifs.

Mise à disposition d’informations complémentaires relatives aux enregistrements, telles que les informations concernant les compositeurs, producteurs et artistes ayant participé au projet, etc.

Création de sites en partenariat avec les plus grosses radios qui vendent des titres en ligne sous leur marque et réalisent des classements quotidiens des téléchargements (NRJ, Fun Radio et OD2).

Création de sites de niche, tels que Warchildmusic.com et Bignoisemusic.com (UK), sur lesquels une part du montant acquitté pour le téléchargement de musique en ligne est reversé à des œuvres de bienfaisance ou organisations humanitaires.

Nouveaux circuits numériques, incluant les “services kiosque”, sur lesquels les consommateurs peuvent compiler leurs propres CD, composés sur mesure.

Campagnes spéciales lancées par des labels tels que 7 Digital Media ou Recordstore.co.uk, utilisant le marketing direct pour séduire les fans.

Publication de classements des téléchargements de musique en ligne et de sonneries de téléphones portables dans plusieurs pays.

Conclusion d’accords entre les fournisseurs d’accès Internet haut débit et les services de musique en ligne, afin de proposer des ‘packs’ incluant les deux services, moyennant un montant forfaitaire global (AOL, Tiscali, T-Online).

En France, signature d’une charte pour la promotion de la musique en ligne entre les fournisseurs d’accès à Internet (FAI) et les représentants de la filière musicale sous l’égide du gouvernement en juillet 2004.

EXPLOITATION DU PEER-TO-PEER (P2P)

L’industrie du disque fait appel à une large gamme de technologies créant les moyens légaux de vendre et acheter de la musique en ligne. Elle est toutefois résolument hostile à l’usage abusif des technologies existantes, et en particulier de celles utilisées par certains réseaux P2P, qui favorisent le vol à grande échelle d’œuvres protégées par des droits d’auteur. Les maisons de disques examinent actuellement les possibilités d’utiliser le P2P de manière légale et commerciale, en veillant à garantir que les ayant droits soient correctement rémunérés pour leur travail.

Un certain nombre de projets, déjà publiquement annoncés, sont en cours de mise en œuvre. Ainsi Snocap, nouvelle société créée par Shawn Fanning, fondateur de Napster, a élaboré une technologie permettant de filtrer les contenus circulant sur les réseaux P2P, en identifiant les morceaux de musique protégés par droits d’auteur et en offrant automatiquement aux usagers la possibilité d’acheter légalement ces titres. Un nouveau projet, intitulé Mashboxx, développé en collaboration avec Snocap, vise également à proposer un accès légal et payant aux contenus musicaux dans un environnement P2P.

Qtrax et Peer Impact (World Media) constituent d’autres exemples illustrant bien la façon dont la technologie P2P peut être utilisée pour faciliter le partage légal de fichiers, avec différentes formules de paiement proposées aux usagers. Des sociétés telles que Audible Magic et Overpeer ont également développé des systèmes d’identification de morceaux similaires à celui de Snocap. Certains de ces services devraient être lancés dès le début de l’année 2005.

Lancé en novembre 2004, le projet ‘Open Royalty Gateway’, développé par Blueprint et soutenu par BT (R-U), compte également parmi ce type de projets innovants. Ce système repose notamment sur le principe du ‘bouche à oreille’. L’utilisateur recommande des morceaux à ses amis, et reçoit un bon d’achat pour tout titre acheté par ses amis.

“LA FIRME SNOCAP EST FIERE ET HEUREUSE D’ÊTRE PARVENUE À DÉVELOPPER UNE TECHNOLOGIE QUI PERMETTRA DE TRANSFERER VERS LE MARCHÉ PAYANT LE GIGANTESQUE RESERVOIR DE MUSIQUE EN LIGNE CIRCULANT ACTUELLEMENT SUR DES SERVICES ILLEGAUX. GRÂCE A CETTE TECHNOLOGIE, NOUS POURRONS FAIRE EN SORTE QUE LES SERVICES P2P SOIENT UTILISES POUR SATISFAIRE TOUS LES ACTEURS DE L’INDUSTRIE DE LA MUSIQUE, EN PARTICULIER LES FANS, MAIS BIEN ENTENDU ÉGALEMENT LES ARTISTES, LES AUTEURS, LES COMPOSITEURS, LES MAJORS ET LES LABELS INDÉPENDANTS.”

SHAWN FANNING, FONDATEUR DE SNOCAP

L'IMPULSION DE L'INTERNET HAUT DÉBIT ET DE LA TELEPHONIE MOBILE

De nombreux marchés enregistrent une croissance rapide des taux de pénétration de l'Internet haut débit. Le haut débit stimule le marché de la musique en ligne en réduisant les délais de téléchargement et la qualité des fichiers transmis, incitant ainsi les utilisateurs à télécharger et graver plus régulièrement de la musique. Plus de 90% des utilisateurs américains de Rhapsody sont ainsi équipés d'une connexion Internet haut débit. Les spécialistes prévoient un accroissement de 169% du nombre de foyers équipés du haut débit à l'échelle mondiale d'ici 2008 (PWC), la plus forte progression étant attendue en Amérique latine (430%).

Dans la plupart des pays, la pénétration du haut débit reste faible, avec moins de 20% des foyers équipés de cette technologie, mais les chiffres ne cessent de progresser.

En l'absence de protection adaptée de la propriété intellectuelle, le haut débit peut toutefois également avoir un potentiel extrêmement négatif. Citons à cet égard l'exemple de la Corée du sud, pays où le marché de la musique en ligne est dominé par le piratage.

Le taux de pénétration de la téléphonie mobile progresse également à un rythme très soutenu, excédant souvent celui du haut débit, dans le monde entier, et tout particulièrement en Asie. En Europe, le taux de pénétration des téléphones mobiles dépasse 80% en Finlande, en Grèce, en Italie, en Norvège, en Suède et au Royaume-Uni, et croît rapidement sur les autres

marchés. Les Etats-Unis sont actuellement un peu à la traîne, mais les chiffres devraient progresser dans les toutes prochaines années.

LICENCES INTERNATIONALES POUR LES SERVICES DE STREAMING

Le streaming de programmes musicaux via Internet ne représente que l'une des nombreuses nouvelles formes que revêt aujourd'hui la distribution de musique numérique. Le webcasting est déjà solidement établi aux Etats-Unis, où l'on compte actuellement 1250 services légaux de ce type. La question de l'octroi de licences à l'échelle internationale pour le streaming sur Internet a constitué une priorité pour l'industrie du disque.

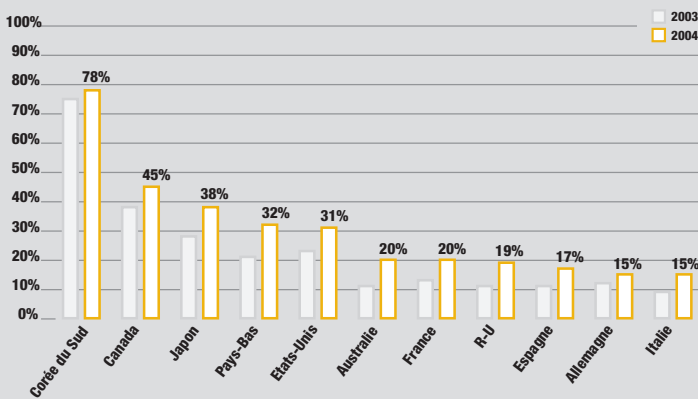
L'IFPI a mis en place un système permettant aux diffuseurs en ligne (webcasting et simulcasting) d'obtenir les droits nécessaires dans une multitude de pays en concluant un accord de licence dans seulement l'un des pays participants. Cette initiative d'octroi de licence "one-stop" (à guichet unique) facilite le déploiement des services légaux de streaming, puisqu'elle supprime l'obligation de solliciter les droits dans chaque pays participant.

En 2004, l'accord de webcasting de l'IFPI a été étendu pour inclure 17 pays dont la France, avec notamment SoundExchange aux Etats-Unis. Le "simulcasting" (diffusion simultanée) de programmes émanant des diffuseurs traditionnels a également été facilité par la conclusion d'accords similaires avec les sociétés de gestion des droits des producteurs de 35 pays.

"TANDIS QUE LE HAUT DÉBIT DEVIENT OMNIPRESENT ET QUE LES CONSOMMATEURS DU MONDE ENTIER SE SENTENT DE PLUS EN PLUS À L'AISE AVEC LES SERVICES EN LIGNE, NOUS PENSONS QUE LE MARCHÉ MONDIAL DE LA MUSIQUE EN LIGNE VA ENREGISTRER UNE PROGRESSION ENCORE PLUS IMPORTANTE EN 2005 ET 2006. REALNETWORKS VA CONTINUER À TRAVAILLER EN COLLABORATION ETROITE AVEC L'INDUSTRIE MONDIALE DU DISQUE AFIN DE FOURNIR DES SERVICES EN LIGNE AU CONTENU LOCALISE, PERMETTANT AUX AMATEURS DE MUSIQUE D'ACCÉDER EN TOUTE SIMPLICITÉ À LA MUSIQUE QU'ILS AIMENT."

ROB GLASER, PDG DE REALNETWORKS (RHAPSODY)

TAUX DE PÉNÉTRATION DU HAUT DÉBIT DANS LES FOYERS



Source : Understanding & Solutions



LA MUSIQUE PORTABLE STIMULE LA DEMANDE

L'engouement du grand public pour les appareils portables est phénoménal. Les lecteurs portables tels que le iPod de Apple offrent aux consommateurs la possibilité de bénéficier d'un meilleur contrôle et d'une portabilité accrue de leurs collections musicales. Le succès grandissant des lecteurs numériques, qui possèdent une valeur intrinsèque de séduction vis-à-vis des consommateurs, accroît l'attrait du grand public pour les services légaux de musique en ligne.

Le marché mondial des lecteurs numériques portables a été estimé à 4,4 milliards \$US en 2003 et devrait atteindre une valeur estimée de 7 milliards \$US en 2004 (IDC).

Le marché des lecteurs portables propose d'ores et déjà aux consommateurs un vaste choix d'appareils. Apple doit désormais faire face à de nombreux concurrents, dont Creative (Zen product range), Rio (Karma, Carbon), Sony (Network Walkman), pour ne citer qu'eux. A l'heure actuelle, le iPod, qui détient plus de 50% des parts de marché à l'échelle mondiale (en incluant les lecteurs MP3 et autres lecteurs à disque dur, IDC), a remporté le plus beau succès sur ce marché, avec plus de 10 millions

d'unités vendues depuis son lancement en 2001. En octobre 2004, Apple a lancé le premier lecteur numérique portant la signature d'un célèbre groupe de musique, le U2 iPod, dont l'acquisition permet de bénéficier d'une remise sur l'achat de la collection intégrale des titres du groupe sur iTunes.

Le marché commence à révéler une convergence entre les appareils de musique portable et les appareils de téléphonie mobile, bien que la faible capacité de mémoire et autonomie de ces derniers constitue encore un frein à cette convergence. De nombreuses sociétés de technologie grand public, dont Apple et Microsoft, concluent des partenariats avec des fabricants de téléphones mobiles, afin de proposer des services compatibles de téléchargement ou de streaming sur les téléphones.

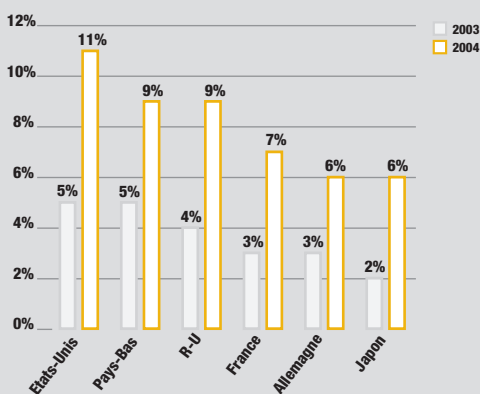
L'accroissement rapide des différents systèmes de lecteurs portables a fait apparaître un problème clé, à savoir celui du manque d'interopérabilité entre les différents appareils et services proposés.

Les sociétés de technologie grand public contribuant significativement au développement des principaux services en ligne (Apple, Microsoft, Sony et

RealNetworks) ont élaboré des matériels et des logiciels basés sur l'utilisation des technologies les plus répandues ou de leurs propres technologies exclusives. Ainsi, le service Apple iTunes est actuellement exclusivement compatible avec le Apple iPod. Les technologies Microsoft sont utilisées par bon nombre des principales plateformes de musique en ligne et de nombreux fabricants produisent des lecteurs compatibles avec ces services, mais toujours incompatibles avec les technologies développées par exemple par Apple, RealNetworks ou Sony. Sony Connect propose des titres au format ATRAC3 de Sony, exclusivement compatible avec les lecteurs Sony.

Le manque d'interopérabilité entre les produits et services des différents fournisseurs a pour effet de semer la confusion chez les consommateurs et pourrait en fin de compte considérablement entraver la croissance de ce secteur d'activité. Instaurer l'interopérabilité entre les différents services et appareils proposés sur le marché constitue par conséquent l'une des toutes premières priorités, tant pour le consommateur que pour l'industrie du disque toute entière.

PROGRESSION DU TAUX DE PENETRATION DES LECTEURS PORTABLES NUMÉRIQUES



Source : Understanding & Solutions. Les chiffres ne prennent pas en compte les lecteurs de CD et de MiniDisc.

EXPLOSION DES VENTES DE LECTEURS PORTABLES - QUELQUES CHIFFRES CLÉ

75% des propriétaires de lecteurs portables déclarent utiliser ces appareils "d'une manière tout à fait spécifique, c'est-à-dire qui leur serait très probablement impossible à envisager si ces appareils n'existaient pas" – Harris Interactive (pour Guardian Unlimited), R-U

16% des consommateurs ayant acheté des enregistrements musicaux par téléchargement possédaient des iPods – Entertainment Media Research (Mai 2004, échantillon de 540 utilisateurs d'Internet), R-U

Près de 50% des clients de Rhapsody aux Etats-Unis possèdent des lecteurs numériques portables – RealNetworks

Les ventes du iPod ont franchi la barre des 10 millions d'unités vendues depuis le lancement de l'appareil en 2001 – Apple

SENSIBILISATION ET ENGOUEMENT ACCRU DES CONSOMMATEURS

D'après les études menées par l'IFPI, ainsi que par d'autres organisations, un nombre croissant de consommateurs achète de la musique par téléchargement légal, un plus grand nombre encore déclare envisager de le faire bientôt et la sensibilisation du grand public aux plateformes légales de musique en ligne grimpe en flèche.

Aux Etats-Unis, la proportion d'internautes ayant déjà acheté de la musique en ligne a plus que doublé pour atteindre 35% (enquête IPSOS, juillet 2004). Au R-U, 23% des utilisateurs d'Internet déclarent avoir déjà payé pour télécharger de la musique en ligne (Entertainment Media Research 2004).

L'étude de l'IFPI indique que le nombre de personnes achetant légalement de la musique en ligne s'accroît rapidement (même si moins d'un internaute sur dix en Europe télécharge régulièrement de la musique). Une étude réalisée en décembre 2004 dans six pays européens (Autriche, Danemark, France, Allemagne, Italie et R-U) par GfK pour le compte de l'IFPI montre que même si 44% des internautes ayant téléchargé de la musique au cours du mois de novembre 2004 l'ont fait par le biais d'un service P2P, 44% d'autres "téléchargeurs" se sont procurés leurs

enregistrements audio sur une plateforme légale de musique en ligne (22%) ou sur le site d'un artiste/groupe (22%) au cours de la même période. Bien que le volume des téléchargements légaux se révèle encore faible par rapport aux téléchargements effectués via les réseaux P2P, l'étude indique que le nombre d'internautes utilisant des services légaux a tendance à rejoindre celui des internautes utilisant le P2P.

La même étude indique que l'utilisation de services légaux va probablement afficher une croissance significative en 2005. Parmi l'ensemble des consommateurs envisageant de télécharger de la musique dans les prochains mois, près d'un tiers (31%) déclare envisager de se rendre pour cela sur un site légal (contre 22% actuellement). L'utilisation des réseaux P2P devrait quant à elle régresser, puisque 38% seulement des personnes interrogées déclarent envisager d'opter pour un service P2P (contre 44% actuellement).

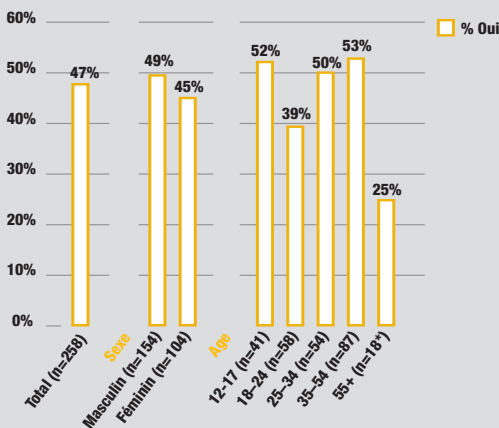
La sensibilisation aux services légaux de musique en ligne a remarquablement progressé. En décembre 2004, 29% des européens déclaraient ainsi avoir connaissance de l'existence de tels types de services (49% des 16-29 ans). Ils n'étaient que 23% (38% des 16-29 ans) en décembre 2003.

Un élément clé de la stratégie de l'industrie du disque consiste aujourd'hui à attirer les adeptes du partage illégal de fichiers vers les services payants légaux. Concernant les "téléchargeurs" de musique en ligne, un véritable fossé semble séparer les internautes utilisant les services légaux de ceux qui téléchargent sur des plateformes de partage illégal de fichiers. Aux Etats-Unis, le NPD Group research, qui étudie les habitudes de téléchargement des foyers américains, indique que seuls 9% des foyers utilisent régulièrement aussi bien les services légaux que les réseaux de partage de fichiers. La plupart des foyers préfèrent clairement opter pour l'une ou l'autre formule.

Les jeunes consommateurs (moins de 25 ans) semblent plus réticents à se diriger vers les alternatives légales. Cette tendance évolue toutefois rapidement, en partie grâce à la simplification des procédures de paiement. Napster a introduit aux Etats-Unis et au Royaume-Uni un système de cartes pré-payées distribuées dans de nombreux points de vente. Le label iTunes a quant à lui opté pour l'utilisation du système PayPal, qui permet aux usagers de régler leurs achats sans utiliser de carte de crédit. La grande majorité des services légaux de musique en ligne propose par ailleurs les chèques-cadeau et différentes options de paiement.

LE TÉLÉCHARGEMENT PAYANT AUX ETATS-UNIS - PAR ÂGE ET SEXE

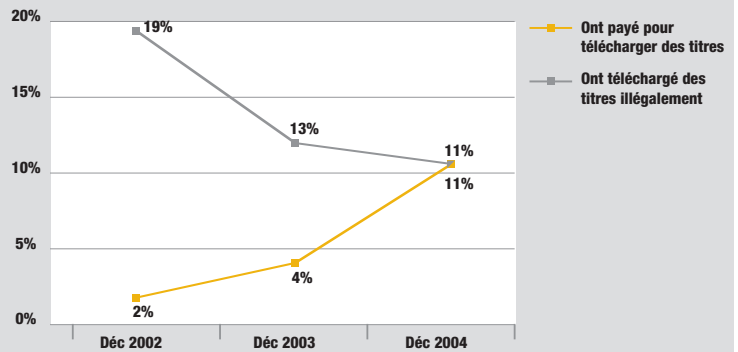
Avez-vous déjà payé pour télécharger un titre sur Internet ?



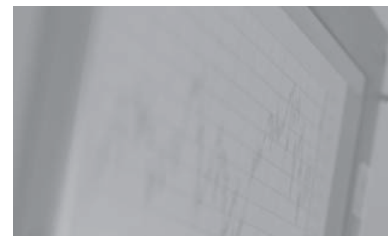
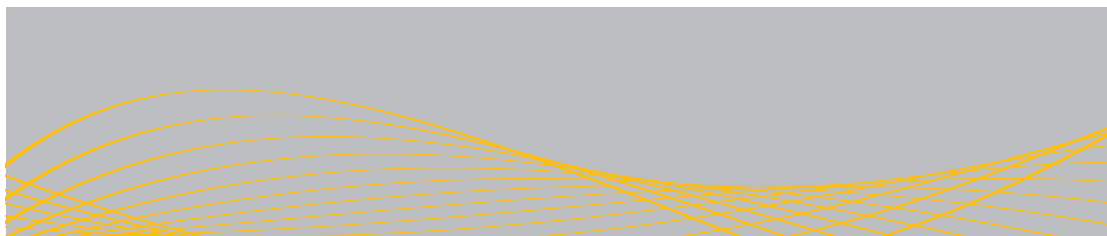
Source : IPSOS

POPULARITÉ DU TÉLÉCHARGEMENT PAYANT AUX ETATS-UNIS - TÉLÉCHARGEMENT PAYANT VS. TÉLÉCHARGEMENT ILLÉGAL

Avez-vous déjà payé pour télécharger un titre sur Internet ?
Avez-vous déjà téléchargé un titre provenant d'un site illégal de téléchargement ?



Source : IPSOS



POURQUOI LES SERVICES LEGAUX SONT-ILS PRÉFÉRABLES AUX PLATEFORMES DE PARTAGE ILLÉGAL DE FICHIERS ?

Ils garantissent la rémunération de l'ensemble de la filière et permettent aux maisons de disques de poursuivre leurs investissements.

Ils sont exempts de virus et de logiciels espions.

Ils offrent une meilleure interface avec les lecteurs de musique portable, pour une gestion aisée des collections musicales des utilisateurs.

Ils proposent des enregistrements en exclusivité, souvent plusieurs semaines avant leur parution officielle, ou des enregistrements exclusivement distribués par le service concerné.

La qualité des fichiers transmis est garantie.

Ils offrent un éditorial de qualité, incluant des critiques, des recommandations et des stations de radio personnalisées.

Ils bénéficient du soutien sans réserve des artistes eux-mêmes.

FLEXIBILITÉ D'ECOUTE

Le fait de pouvoir désormais tout à la fois rechercher, écouter, télécharger et transférer les enregistrements audio a pour effet de considérablement transformer la manière de consommer la musique. La demande pour les singles s'en trouve notamment particulièrement stimulée.

Sur le marché des enregistrements audio au format physique, les singles représentent à peu près 10% des ventes, contre 90% pour les albums. A l'heure actuelle, la consommation de musique en ligne révèle un schéma pratiquement inversé. iTunes indique par exemple qu'environ une transaction sur dix conclue sur sa plateforme de vente en ligne concerne l'achat d'un album intégral.

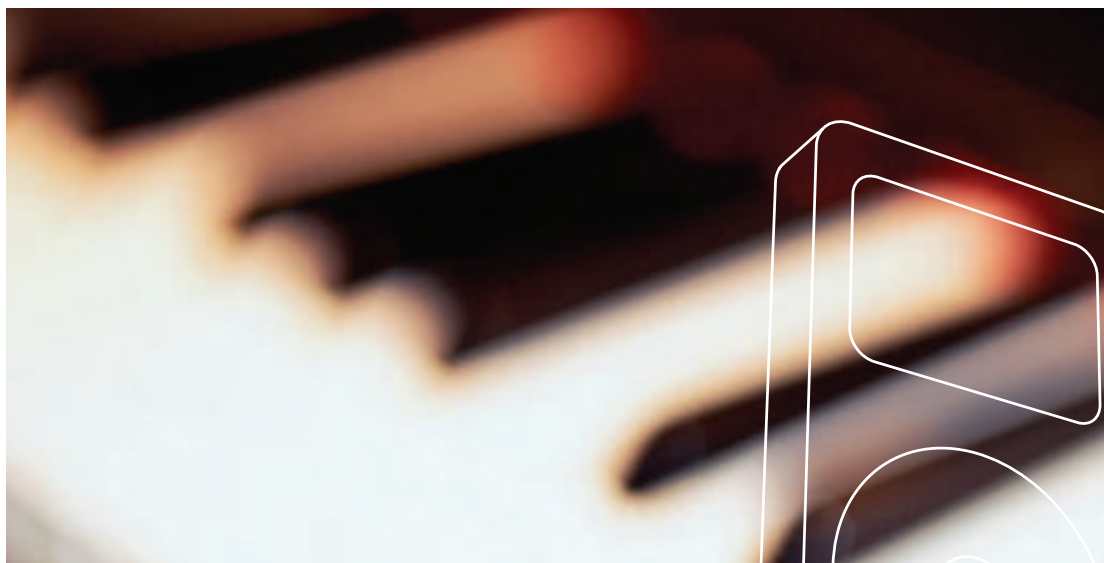
Même si cet état de fait suggère un glissement à long terme de la consommation de musique de la vente d'albums vers la vente de singles, au fur et à mesure du développement de la musique en ligne, l'accroissement des ventes de singles numériques pourrait aisément compenser ce glissement. Aux Etats-Unis, les ventes de singles en ligne surpassent en nombre les ventes de singles "physiques" dans une proportion de 20 pour 1.

La vente de titres sur des sites de téléchargement en ligne est susceptible de stimuler les ventes de singles. Au Royaume-Uni, l'industrie du disque estime que les téléchargements auraient pu à eux seuls permettre de passer d'une chute de 14% des ventes de singles en 2004 à une croissance de 4%.

Les maisons de disques ont réagi de manière proactive à ces changements, en offrant de la musique numérique sous différentes formes. En offrant des enregistrements audio, vidéo, des fichiers image et texte de haute qualité, adaptés sur mesure pour satisfaire aux exigences individuelles, les sites de musique en ligne sont aujourd'hui à même de proposer une offre beaucoup plus diversifiée que les points de vente traditionnels.

Dans le même temps, les maisons de disques se sont également attachées à valoriser le CD physique, en proposant notamment des éditions spéciales et des contenus à valeur ajoutée, afin de soutenir la demande pour les CD.

A long terme, la consommation de musique numérique est appelée à se substituer, pour partie, à l'achat de CD. Bon nombre d'adolescents appréhendent d'ores et déjà leurs collections musicales sous forme de fichiers numériques. Par ailleurs, les nouveaux consommateurs de musique sont aisément séduits par l'aspect pratique du numérique. Toutefois, bon nombre de personnes, y compris les usagers des services de musique en ligne, continuent à préférer les CD pour leur packaging et leur valeur esthétique, en particulier leurs graphismes.



DIFFICULTÉS INHÉRENTES À LA MISE EN PLACE D'UN SERVICE DE MUSIQUE EN LIGNE LÉGAL

Numérisation du contenu

Engagement de négociations pour l'obtention des licences nécessaires et négociations avec l'artiste

Technologies sûres

Convivialité des logiciels de gestion des droits numériques et des « règles d'utilisation »







Services exempts de virus

Systèmes de paiement sécurisé

“GERA-EUROPE SOUTIENT LES MESURES PRISES PAR L'INDUSTRIE DU DISQUE POUR FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE LA VENTE LÉGALE DE MUSIQUE EN LIGNE : CAMPAGNES D'INFORMATION, DANS LESQUELLES NOUS NOUS IMPLIQUONS D'AILLEURS VOLONTIERS, PROMOTION AUPRÈS DU GRAND PUBLIC DE TOUS LES NOUVEAUX SERVICES EN LIGNE DISPONIBLES, ET EFFORTS DE MISE EN APPLICATION DES LOIS REGISSANT LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.”

SIMON WRIGHT, PRÉSIDENT DE GERA-EUROPE (GLOBAL ENTERTAINMENT RETAIL ASSOCIATION) ET PDG DE VIRGIN ENTERTAINMENT GROUP INTERNATIONAL

PRINCIPAUX SITES DE MUSIQUE EN LIGNE

INTERNATIONAL	PROFIL DE L'ENTREPRISE	LANCEMENT	OFFRE COMMERCIALE	PRINCIPAUX PARTENARIATS	CATALOGUE
 <p>www.apple.com</p>	<p>Apple a lancé le premier iPod en octobre 2001 et ouvert sa plateforme de musique en ligne iTunes Music Store en avril 2003. Ces deux innovations ont rencontré un énorme succès, contribuant ainsi à accroître les revenus de l'entreprise de 33% (septembre 2004).</p>	<p>Lancé pour la première fois aux Etats-Unis en avril 2003 et étendu à trois marchés clés européens (R-U, France, Allemagne) en juin 2004. D'autres lancements en Europe ont été annoncés en octobre dernier, suivis du lancement au Canada en décembre. Le service devrait ouvrir au Japon en 2005.</p>	<p>Téléchargements à la carte</p>	<p>Partenariats annoncés avec Motorola et Hewlett-Packard</p>	<p>Entre un million et 700 000 titres selon les pays</p>
 <p>www.msn.com</p>	<p>La plateforme MSN Music (Microsoft) utilise la technologie OD2 sur les principaux marchés européens et collabore avec cdon.com en Scandinavie. Aux Etats-Unis, le service a été intégralement développé par Microsoft.</p>	<p>En octobre 2004, service disponible aux Etats-Unis, au R-U, en France, en Allemagne, aux Pays-Bas, au Japon et en Italie. D'autres lancements en Europe en novembre dernier.</p>	<p>Téléchargements à la carte</p>	<p>Partenariat avec GarageBand.com afin d'offrir des enregistrements et des contenus provenant d'artistes indépendants (GarageBand.com Hub Page). MSN bénéficie également d'un partenariat promotionnel avec American Express.</p>	<p>Plus d'un million de titres</p>
 <p>www.napster.com</p>	<p>Créé par Shawn Fanning en 1999, Napster a acquis une réputation mondiale en tant que réseau pionnier d'échange gratuit de fichiers. Le service a fermé en juillet 2001 et a été racheté par Roxio en novembre 2002. Napster 2.0 a vu le jour en octobre 2003 aux Etats-Unis, cette fois en tant que plateforme légale de musique en ligne.</p>	<p>Napster 2.0 a été lancé aux Etats-Unis en octobre 2003, et au Royaume-Uni et au Canada en mai 2004.</p>	<p>Abonnement (écoute illimitée en streaming) et téléchargements à la carte.</p>	<p>AT&T Wireless permettra aux abonnés de Napster de transférer des morceaux vers un téléphone mobile (Audiovox SMT 5600 smart phone). Le combiné mobile sera distribué par Orange au Royaume-Uni (Napster To Go). Offre promotionnelle commune avec Blockbuster : lancement de la carte Digital Duo Card aux Etats-Unis, proposant, pour 20\$US, 1 mois d'abonnement aux services Napster et aux services de location de DVD en ligne de Blockbuster.</p>	<p>Plus d'un million de titres</p>
 <p>www.connect.com</p>	<p>Lancé par Sony</p>	<p>Le service a été lancé la première fois aux Etats-Unis en avril 2004, avant d'être étendu à l'Europe en juillet. Poursuite de l'expansion en Europe prévue au cours de l'année 2005.</p>	<p>Téléchargements à la carte</p>	<p>Partenariats promotionnels avec United Airlines et Intel</p>	<p>650 000 titres</p>
 <p>www.rhapsody.com</p>	<p>Listen.com fut le premier service indépendant à proposer un contenu provenant des cinq majors de l'industrie du disque, et a lancé le service Rhapsody juste avant MusicNet et Pressplay. En avril 2003, RealNetworks a racheté Listen.com, et ainsi Rhapsody, qui a alors commencé à utiliser la technologie RealNetworks en tant que plateforme principale. Le service RealOne Rhapsody Music Subscription a été lancé un mois après le rachat de Listen.com par Real.</p>	<p>Initialement lancé en décembre 2001. Nouveau lancement en mai 2003.</p>	<p>Abonnement (écoute illimitée en streaming) et à la carte</p>	<p>Rhapsody a conclu des accords de partenariat avec Comcast (fournisseur d'accès Internet haut débit) et BestBuy</p>	<p>850 000 titres disponibles en streaming et plus de 750 000 disponibles à l'achat. Plus de 90% des titres disponibles sont diffusés en streaming au moins une fois par mois</p>
 <p>www.virgindigital.com</p>	<p>Service lancé par le groupe Virgin Group, suite au partenariat conclu entre Virgin Digital et MusicNet.</p>	<p>Septembre 2004</p>	<p>Abonnement (Virgin Digital Music Club) et à la carte (Virtual Virgin Megastore)</p>	<p>Partenariat promotionnel avec Foot Locker</p>	<p>Plus d'un million de titres disponibles en streaming et à l'achat</p>

VENTES	PORTABILITE	PARTICULARITES	FRANCE	PROFIL DE L'ENTREPRISE	LANCEMENT
230 millions en janvier 2005	iPods	Plus de 150 enregistrements exclusifs, partage de listes de lecture (iMix), diffusion de musique sans fil vers une chaîne stéréo située à distance (iPort Express), nouveautés chaque semaine (New Music Tuesdays), 9 000 livres audio, alertes e-mail sur les artistes favoris, (Artist Alerts)	www.alapage.com	alapage.com a été l'un des premiers marchands en ligne en France à s'engager sur la voie du téléchargement légal en s'appuyant sur la technologie de la plateforme OD2 (créée en Angleterre à l'initiative de Peter Gabriel).	2002
			www.virginmega.fr	Une offre musicale de 500 000 titres en WMA, VirginMega.fr propose le catalogue des catalogues des 5 majors (BMG, EMI, Sony, Universal, Warner) ainsi que celui de nombreux labels indépendants (Naïve, Dreyfus, Scorpio, Pschent, Discograph...).	Avril 2002
			www.fnac.com	FnacMusic.com propose 500 000 titres musicaux, avec l'objectif à terme de plus d'un million.	Septembre 2004
Non disponible	Nombreux appareils compatibles Windows Media Audio, dont Creative Zen, Rio et iRiver	Enregistrements exclusifs, recherche sur les villes ayant donné naissance aux artistes les plus influents chaque décennie (Map of Music), diffusion en streaming de vidéos musicales, vente de billets de concert	www.e-compil.fr	Présent sur internet depuis Novembre 2001, E-compil.fr, crée par Universal Music est le premier site légal de téléchargement de musique à avoir ouvert en Europe.	Novembre 2001
			www.wanadoo.fr	Accès à la plateforme OD2	2002
			www.tiscali.fr	Accès à la plateforme OD2	2002
270 000 abonnés payants en décembre 2004	Nombreux appareils compatibles Windows Media Audio, dont Samsung Napster Player, Creative Zen, Rio et iRiver	Consultation de la bibliothèque musicale des autres abonnés (Napster Community), recommandation de titres à d'autres abonnés, portabilité pour les abonnés (Napster To Go), accès au service sur trois ordinateurs au maximum, suggestions de titres à des amis par e-mail (Napster Inbox)	www.msn.fr	Accès à la plateforme OD2	2002
			www.mtv.fr	Accès à la plateforme OD2	2002
Non disponible	Lecteurs portables Sony	Concerts exclusifs (Connect Sets), listes de lecture adaptées à l'ambiance (Mood Mix)	iTunes www.apple.com/fr/itunes/store/	Le service en ligne d'Apple est arrivé en Europe et en France un peu plus d'un an après son lancement aux Etats-Unis, où il revendique 70 % du marché de la musique en ligne.	Juin 2004
			Packardbell Music Station www.packardbell.fr/services/music/	Accès à la plateforme OD2	2002
			Sony Connect www.connect-europe.com	Ce service offre 500 000 titres provenant du répertoire des 5 majors ainsi que de plus de 420 labels indépendants répartis sur les 3 territoires où Connect est présent (France, Allemagne et Royaume Uni).	Juillet 2004
625 000 abonnés payants au terme du 3ème trimestre 2004 (Rhapsody & RealOne RadioPass), représentant une croissance de 145% au troisième trimestre 2003. L'abonné payant moyen écoute en streaming plus de 250 titres chaque mois, l'équivalent de plus de 25 CD.	Néant	Personnalisation des stations de radio, accès à partir de plusieurs ordinateurs, envoi de listes de lecture à d'autres abonnés par email, ajout de liens vers des listes de lecture sur les "blogs" personnels	www.jamlabel.com	JAM Label est un site spécialiste axé sur le téléchargement de musique celtique, musiques du monde et de jazz.	
			www.m6music.fr	Basé sur la technologie OD2, M6music.fr propose d'accéder à une base de 350 000 titres et 12 000 artistes.	2002
			www.coramusic.fr	Basé sur la technologie OD2, coramusic.fr propose un accès à plus de 400 000 titres et 12 000 artistes en téléchargement et en stream.	2002
Non disponible	Nombreux appareils compatibles Windows Media Audio, dont Creative Zen, Rio et iRiver	Accessible via Internet, les points de vente au détail, les téléphones mobiles et les appareils électroniques grand public, fonction découverte (Ask The Expert), informations détaillées sur l'artiste/album (3-D Browsing)	www.uploud.com	Le site de la musique électronique et musique underground.	
			www.myrjckokemusic.fr	Site lancé par NRJ en partenariat avec Coca-Cola. Destiné aux 13-24 ans.	Décembre 2004

L'INDUSTRIE DU DISQUE S'ATTAQUE AU PIRATAGE EN LIGNE

2004 fut l'année au cours de laquelle l'industrie de la musique a considérablement intensifié la lutte contre le piratage de musique en ligne à l'échelle mondiale. Sept pays se sont joints aux Etats-Unis pour tenter des actions en justice contre les "uploaders" mettant illégalement des fichiers à la disposition d'autres personnes sur les réseaux "peer-to-peer" (P2P). Les campagnes d'information et de sensibilisation ont été intensifiées, tout comme l'envoi de messages instantanés aux utilisateurs du P2P et la conclusion de partenariats avec les universités et les grandes écoles.

Ces activités ont un impact certain. La sensibilisation des consommateurs au caractère illégal du partage de fichiers non autorisés a été améliorée à travers l'ensemble de l'Europe. Les tendances observées quant à l'évolution du partage illégal de fichiers montrent que le problème a pu être contenu, notamment grâce aux possibilités croissantes de téléchargement légal de musique en ligne.

QU'EST-CE QUE LE PIRATAGE SUR INTERNET ?

Le piratage sur Internet est l'activité consistant à mettre à disposition, à transmettre ou copier, via Internet, l'œuvre ou le travail d'une autre personne, sans son autorisation. Les lois sur le droit d'auteur adoptées dans presque tous les pays du monde font de cette activité une activité illégale, protégeant ainsi les droits de toutes les personnes impliquées dans les activités de création et de toutes les personnes investissant dans le processus de création ou de production des œuvres : auteurs, éditeurs, artistes, musiciens, maisons de disques, réalisateurs, producteurs, et bien d'autres encore. Ces lois leur reconnaissent le droit de choisir la manière dont seront distribuées leurs créations, ainsi que les termes et conditions de cette distribution.

La nécessité d'obtenir une autorisation des ayant droits constitue le principe fondamental sous-tendant les lois sur le droit d'auteur et les droits voisins et est

l'élément clé permettant d'opérer une distinction entre distribution légale et illégale de musique en ligne. Les services légaux de musique en ligne ont obtenu la permission des maisons de disques, des compositeurs et des artistes dont ils distribuent la musique. Ils paient toutes ces personnes pour pouvoir utiliser leurs œuvres à des fins commerciales. Le piratage en ligne implique des personnes ou des sites illicites distribuant des enregistrements musicaux sans autorisation.

LE PARTAGE ILLÉGAL DE FICHIERS ET SON IMPACT

De nombreuses études montrent que le piratage en ligne a un impact négatif sur le volume des ventes légales de musique. Même si d'autres facteurs affectent également les ventes de produits musicaux, parmi lesquels la concurrence d'autres biens de consommation et les conditions économiques, le piratage en ligne a largement contribué au recul des ventes observé ces dernières années.

En 2003, les ventes de l'industrie mondiale du disque révélaient une régression de 22% au cours des cinq années précédentes, ce qui représente une perte de plus de 6 milliards \$US, les chutes les plus importantes dans les ventes d'albums et de singles étant observées dans les pays révélant un taux de pénétration de l'Internet haut débit très élevé ou croissant. La dernière étude conduite par Forrester Research en août 2004 a révélé que 10% seulement des internautes téléchargeant régulièrement des titres déclarent acheter plus de produits musicaux, alors que 36% avouent en acheter moins. Ce résultat a été confirmé par la majorité des études indépendantes menées par divers organismes.

TYPES DE SERVICES	DESCRIPTION	QUE LEUR REPROCHER ?
SITES WEB, SITES FTP ET SITES DE LIENS	Cette forme "classique" de piratage en ligne demeure répandue dans de nombreux pays. Généralement le premier endroit où apparaissent les copies non autorisées d'un nouvel enregistrement.	Ces services n'essaient pas d'obtenir les licences nécessaires à l'utilisation de musique sous copyright. Même s'ils ne tirent aucun profit direct de la distribution illégale de fichiers musicaux, ils génèrent souvent des recettes publicitaires, un important trafic d'utilisateurs, réalisant ainsi des gains substantiels sur le dos de ceux qui ont créé et produit les œuvres.
SERVICES NON-AUTORISÉS	Il s'agit là de services à vocation manifestement commerciale, générant des revenus substantiels par l'exploitation d'enregistrements musicaux et autres contenus protégés par le droit d'auteur. Certains de ces services vendent directement de la musique, d'autres engrangent simplement des revenus indirects, provenant de la publicité, des logiciels espions et de la concession de licence. Très souvent, ces services opèrent à partir de vastes bases de données d'enregistrements audio.	Etant donné qu'ils ne rémunèrent pas les personnes qui ont créé les œuvres ou investi dans leur réalisation, ces services affichent des frais d'exploitation très bas, tandis que leurs gains financiers peuvent être considérables. Les réseaux P2P favorisent et soutiennent la distribution d'un volume important de fichiers musicaux entre les utilisateurs individuels ("peers") sans l'autorisation des ayant droits.
"UPLOADERS" ILLÉGAUX	La plupart des utilisateurs des réseaux P2P ne se contentent pas de télécharger de la musique, mais mettent ensuite la musique ainsi téléchargée dans leur ordinateur à la disposition d'autres utilisateurs, agissant alors en tant que "uploaders". Les utilisateurs individuels deviennent alors des distributeurs à grande échelle de fichiers non-autorisés.	Les "uploaders" des réseaux P2P n'ont pas l'autorisation de distribuer des fichiers musicaux, et pratiquent ainsi une activité illégale.



"NOUS DEVONS LUTTER CONTRE LE PIRATAGE SOUS TOUTES SES FORMES, CAR LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE EST DE NOTRE INTÉRÊT À TOUS. ELLE DONNE UNE VALEUR ÉCONOMIQUE À UNE VALEUR INFINIMENT PRÉCIEUSE, LA CRÉATIVITÉ, QUI CONSTITUE LE FONDEMENT DE TOUTE SOCIÉTÉ LIBRE."
CARLO AZEGLIO CIAMPI, PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE ITALIENNE

“2004 fut l’année au cours de laquelle l’industrie de la musique a considérablement intensifié la lutte contre le piratage de musique en ligne à l’échelle mondiale. Ces actions ont prouvé leur efficacité.”

LA RÉPONSE DE L'INDUSTRIE DU DISQUE

L'industrie du disque développe des services légaux de musique en ligne, destinés à supplanter peu à peu les plateformes illégales, met en place des actions d'éducation, et si nécessaire, fait appliquer la législation protégeant la propriété intellectuelle.

1. CAMPAGNES DE SENSIBILISATION ET D'INFORMATION DU GRAND PUBLIC

La sensibilisation du grand public revêt une importance cruciale pour le lancement d'alternatives légales et pour l'information des consommateurs quant aux risques liés au piratage en ligne. En 2004, l'industrie du disque a intensifié ses actions d'information visant à détourner les consommateurs du partage illégal de fichiers pour les orienter vers les services de téléchargement légal.

Ecoles

En Italie, une campagne d'information, financée par le gouvernement et portant sur le copyright des créations musicales et cinématographiques, et des logiciels, a été organisée dans 3000 écoles, afin d'exposer les principes de la propriété intellectuelle aux adolescents de 14 à 18 ans. En France, un message de deux pages sur le droit de la propriété intellectuelle et la lutte contre le piratage a été transmis à un million de lycéens. De nombreuses actions de sensibilisation ont été menées dans les lycées et collèges de France et se poursuivent tout au long de l'année 2005, notamment à travers le Tour de France des collèges, dont Promusicfrance est partenaire. Un film sur les métiers de la musique est désormais disponible pour les enseignants et les collégiens et diffusé lors du Salon de l'Étudiant à Paris en mars 2005. En Allemagne, une campagne sur la "Valeur de la créativité" a fourni des matériels d'information à

10 000 enseignants de collège.

Au Royaume-Uni, une campagne d'information à l'attention des 11-14 ans, intitulée « Respectons la valeur de la musique » et initiée par l'organisation British Music Rights, oriente les jeunes consommateurs sur le site www.pro-music.org pour les téléchargements légaux. Une nouvelle campagne a également été lancée au Japon en décembre 2004, avec notamment des déclarations publiques de quatre artistes de renom.

Parents et enfants

L'industrie danoise du disque a lancé un logiciel gratuit permettant aux utilisateurs d'identifier, et au besoin d'éliminer de leur ordinateur, les programmes et fichiers P2P non autorisés.

Universités

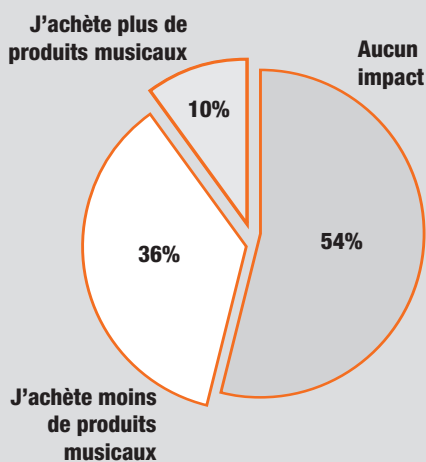
Aux États-Unis, la coopération entre les services légaux de musique en ligne et les maisons de disques a permis de

proposer aux étudiants de 24 universités et grandes écoles l'accès, à un prix préférentiel, à certains services légaux de musique en ligne. Cette initiative a d'abord vu le jour dans l'université Pennsylvania State, dans le cadre d'un partenariat avec Napster, et a été suivie par d'autres projets du même type mis en œuvre avec Rhapsody dans d'autres universités. Les universités américaines utilisent également des mesures techniques de lutte contre le piratage et contre le système P2P de partage illégal de fichiers (www.educause.edu).

Entreprises

L'IFPI et ses groupes nationaux ont initié une campagne d'information sur la propriété intellectuelle et les risques inhérents à la pratique du partage illégal de fichiers sur les réseaux P2P, auprès de plusieurs milliers d'entreprises et d'institutions gouvernementales dans 21 pays.

IMPACT DU TÉLÉCHARGEMENT ILLÉGAL SUR LES ACHATS DE PRODUITS MUSICAUX



Source : Forrester Research, août 2004. Base : Internautes européens téléchargeant de la musique tous les mois.

L'IMPACT DU PARTAGE ILLÉGAL DE FICHIER

28% des personnes déclarant acheter désormais moins de produits musicaux ont déclaré que le téléchargement, le partage de fichier et la gravure de CD constituent les principales raisons de cette évolution – Pollara Canada, juillet 2004

Pour l'année 2004, les pertes potentielles de l'industrie du disque dues aux pratiques de partage illégal de fichiers pourraient atteindre 2,1 milliards \$US – Informa Media Group

Parmi les 40 millions d'internautes pratiquant le téléchargement en Europe, 36 millions (neuf sur dix) ne paient toujours pas pour la musique qu'ils téléchargent – Forrester, août 2004

“LE PIRATAGE EST DU VOL, PUREMENT ET SIMPLEMENT. LE GOUVERNEMENT SOUTIEN LE PRINCIPE D'ACTION EN JUSTICE PROPORTIONNÉES À L'ENCONTRE DES 'UPLOADERS' DE GROS VOLUMES DE FICHIERS.”

ESTELLE MORRIS, MINISTRE DES ARTS, ROYAUME-UNI

Les brochures distribuées expliquent que l'ensemble de ces organisations court le risque de faire l'objet de poursuites si des fichiers musicaux sont utilisés de manière illicite sur leurs ordinateurs et que le partage de fichiers non-autorisés entraîne par ailleurs une multitude de problèmes de sécurité pour les réseaux institutionnels, notamment par l'importation de virus ou de logiciels espions, la rupture du firewall et l'exposition de données confidentielles à des tiers. Ces brochures, qui expliquent également comment éliminer ces risques, peuvent être téléchargées en six langues à l'adresse www.ifpi.org.



Messages instantanés aux contrefacteurs

Dans 10 pays, l'IFPI a envoyé plus de 45 millions de messages instantanés aux utilisateurs des services P2P, en les enjoignant de cesser de mettre gratuitement à disposition sur Internet la musique créée par d'autres personnes, sans la permission de ces dernières.

La campagne pro-music

La plateforme internationale www.pro-music.org, lancée en 2003, a été déclinée dans 4 pays et est désormais disponible en quatre langues (anglais, français, allemand, italien). Elle inclut un répertoire mondial des services légaux de musique en ligne. Pro-music a pour mission de promouvoir la musique en ligne légale et de dénoncer les mythes entourant le piratage de musique en ligne. France : www.promusicfrance.com

Annonce via Internet

Le film français "Le batteur" a été étendu à travers l'ensemble de l'Europe, appelant les "téléchargeurs" à protéger l'ensemble des acteurs impliqués dans la création musicale en optant pour le téléchargement légal.

Campagnes des artistes

Aux Etats-Unis, de nombreux artistes, notamment Lenny Kravitz, Missy Elliot et Sheryl Crow, ont participé à la campagne intitulée « I Download (Legally) » (Je télécharge légalement). En janvier 2004, une action similaire a été menée en France, avec une campagne d'affichage nationale (3000 panneaux) organisée dans 30 villes, réunissant quatorze artistes de tous horizons : Nadiya, Billy Crawford, Louis Chedid, Zazie, Eddy Mitchell, Véronique Sanson, Gérard de Palmas, Cornelle, Calogero, Isabelle Boulay, Françoise Hardy, Tragedy, Garou, Renaud.

POURQUOI EST-IL FORTEMENT DECONSEILLE DE TÉLÉCHARGER ILLÉGALEMENT ?

Votre ordinateur peut "planter"

Les programmes "peer-to-peer" (P2P) installent des fichiers sur votre disque dur et modifient les paramètres de votre ordinateur. Ils sont parfois très difficiles, voire impossibles à supprimer, et peuvent entraîner un "plantage" de votre ordinateur si vous tentez de le faire.

Votre ordinateur peut être infecté par un virus

Il n'existe aucun contrôle de qualité sur les fichiers que d'autres internautes mettent à disposition sur les services P2P. Une étude réalisée en 2004 par la société TruSecure, spécialisée dans les audits de sécurité, a révélé que 45% des programmes téléchargés à l'aide de Kazaa contenaient un virus ou un autre code malicieux.

Vous pouvez être infecté par défaut par un logiciel publicitaire (adware) et des fenêtres publicitaires (pop-up)

Les services P2P non autorisés gagnent de l'argent en vendant de la publicité en ligne. Ces publicités vous parviennent via des logiciels qu'ils installent au sein de votre ordinateur, parfois sans même que vous ne le sachiez.

Vous pouvez être infecté par un logiciel espion sans le savoir

Bien souvent, les logiciels distribués par les services illégaux de P2P contiennent également des modules ayant pour mission d'« espionner » vos activités de recherche de fichiers, de navigation sur Internet, ainsi que toute autre activité. Entre autres choses, ils permettent ainsi à ces services de vous transmettre ensuite des messages publicitaires ciblés.

Vous pouvez accéder à des contenus pornographiques non sollicités

Lorsque vous cherchez des titres d'un artiste célèbre sur un service P2P illicite, vous pouvez parfois recevoir des listes de fichiers au contenu obscène et pornographique.

Vous ouvrez votre ordinateur à des personnes totalement inconnues

En pratiquant le partage illégal de fichier sur les réseaux P2P, vous permettez à des millions d'étrangers anonymes d'accéder à votre ordinateur.

Vous courez le risque d'être assigné en justice

Plus de 7000 plaintes ont été déposées contre les "uploaders" de gros volumes de fichiers dans plusieurs pays dont la France.



“NOUS DEVONS PRENDRE NOS RESPONSABILITÉS, DESIGNER LE PIRATAGE POUR CE QU'IL EST ET NE PAS TOLERER QU'IL PUISSE ÊTRE SYNONYME DE "LIBERTE ILLIMITÉE". JE CROIS EN LA CREATION ET LA DIVERSITÉ CULTURELLES, QUI SONT AUJOURD'HUI LES VICTIMES DU PIRATAGE. ELLES DOIVENT ÊTRE PROTÉGÉES.”

RENAUD DONNEDIEU DE VABRES, MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION, FRANCE



2. DISSUASION

En 2004, l'IFPI et les maisons de disques qu'elle représente, a largement intensifié sa campagne de lutte contre le piratage en ligne. Un travail de collaboration avec les FAI, des actions en justice contre les sites et services contrevenants, ainsi que contre les "uploaders" individuels, font partie intégrante de cette stratégie.

Notification de trafic important et blocage

Dans de nombreux pays, des notifications sont transmises aux FAI, aux universités et aux entreprises lorsqu'il apparaît que certains utilisateurs se servent de leurs systèmes pour diffuser de la musique non autorisée sur Internet. Les FAI se montrent généralement coopératifs et éliminent les sites web, sites FTP et sites de liens contrevenants lorsqu'ils sont avertis de telles pratiques. Le plus souvent, ils bloquent également l'accès aux serveurs P2P administrés à partir d'ordinateurs personnels, ou bloquent les fichiers musicaux diffusés à partir d'un ordinateur individuel. Les conditions de service des FAI interdisent expressément à leurs utilisateurs la pratique de telles activités.

En 2004, les services anti-piratage de 28 groupes nationaux de l'IFPI ont obtenu la suppression de 60 900 sites web contrevenants (41 000 en 2003), de 477 serveurs P2P non-autorisés (1 050 en 2003) et de 1,6 milliards de fichiers musicaux non-autorisés (1,6 milliards en 2003), dans 102 pays.

Actions en justice contre les sites et services contrevenants

Si nécessaire et en dernier recours, l'industrie engage des poursuites à l'encontre des sites et services en ligne, dont l'activité est essentiellement basée sur la distribution d'enregistrements musicaux pour lesquels ils n'ont acquitté aucun droit. La stratégie de l'industrie du disque est à cet égard principalement centrée sur la lutte contre les plateformes à travers lesquelles sont mis à disposition la majorité des fichiers musicaux non-autorisés. La grande majorité du trafic sur les réseaux P2P est en effet administrée par un nombre relativement faible d'"uploaders" (75% de la distribution est assurée par 15% des usagers – NPD 2003).

QUELQUES CAS RÉCEMMENT PORTÉS DEVANT LES TRIBUNAUX :

Entreprises et organisations liées au service P2P Kazaa (Australie)

Dans ce cas, porté devant les tribunaux en novembre 2004, il a été allégué que les prévenus violaient les lois sur le droit d'auteur et permettaient à d'autres individus de le faire également. A la date d'édition de ce document, le juge n'a pas encore rendu sa décision.

Japan MMO

Cet opérateur de réseau P2P a été reconnu coupable d'infraction et condamné à acquitter une amende de 36,9 millions ¥ (350 000\$US), ainsi que des dommages et intérêts. La cour a également prononcé une injonction à l'encontre du service.

Kuro, EzPeer (Taiwan)

Les tribunaux de Taiwan ont interdit à ces services d'abonnement P2P de diffuser 105 enregistrements non-autorisés. La procédure civile et pénale est en cours.

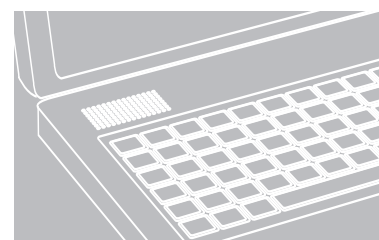
Weblisten (Espagne)

Les six parties civiles ont obtenu des injonctions contre ce site, suite aux plaintes déposées, selon lesquelles le site offrirait des services de streaming et de téléchargement en utilisant des enregistrements musicaux sans l'autorisation des maisons de disques concernées. L'affaire est en instance d'appel.

Poursuites contre des individus impliqués dans des activités de "uploading"

En 2004, il est clairement apparu que malgré l'efficacité des campagnes d'information dans la sensibilisation du grand public aux problèmes de piratage, une action plus forte s'avérait nécessaire pour dissuader le noyau dur des "uploaders" contrevenants. L'industrie du disque se devait de montrer que les "uploaders" de musique protégée ne violent pas seulement la loi, mais qu'ils peuvent également être pris et avoir à répondre de leurs actes devant un tribunal. En 2004, 700 plaintes furent déposées à l'encontre de "uploaders" de gros volumes de fichiers musicaux en Autriche, au Canada, au Danemark, en France, en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni. Par ailleurs, plus de 6 000 poursuites ont été engagées à ce jour aux Etats-Unis, depuis les premiers procès intentés en 2003.

Dans la plupart des pays concernés, des condamnations à des amendes d'un montant moyen de quelques milliers d'euros ont été prononcées. En Autriche, environ 50 cas ont été examinés et réglés en l'espace de trois mois, l'amende maximale ayant été prononcée s'élevant à 4 000 euros. Au Danemark et en Allemagne, plus de 100 cas ont été portés devant les tribunaux, et ont donné lieu au paiement d'une amende maximale de 13 000 euros. En France, plus de 60 cas ont été portés devant les tribunaux. Un internaute a été condamné à payer des dommages et intérêts de plus de 10 000 euros aux différents ayant droits en février 2005. Cet internaute a interjeté appel.



“NOUS SAVONS QUE DES MILLIONS DE FICHIERS NON-AUTORISÉS CIRCULENT A TOUT MOMENT SUR INTERNET. AU PARLEMENT EUROPÉEN, NOUS AVONS SOUHAITÉ TRAITER CE PROBLÈME EN VOTANT DES LOIS EFFICACES NOUS PERMETTANT DE LÉGIFÉRER CORRECTEMENT EN CETTE NOUVELLE ÈRE DE L’INTERNET. L’ “UPLOADING” ILLEGAL EST UN ACTE DEFINITIVEMENT NUISIBLE, IL PORTE ATTEINTE À L’EMPLOI ET À LA CREATIVITE. LA LOI EST FAITE POUR ÊTRE RESPECTÉE ET APPLIQUÉE.”

ARLENE MCCARTHY, MEMBRE DU PARLEMENT EUROPÉEN

POURQUOI MENER CE COMBAT ?

Les actions d’information et de lutte contre le piratage engagées par l’industrie du disque ont pour objectif de contribuer à créer un espace vital pour le marché en plein essor de la musique en ligne, pour renforcer la sensibilisation du grand public, changer les attitudes et maîtriser le partage illégal de fichiers. Leur impact en 2004 a été nettement perceptible.

ACCROÎTRE LA SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC AU PARTAGE ILLEGAL DE FICHIERS

Sept consommateurs sur dix interrogés en Amérique du nord et en Europe sont désormais conscients du fait que le partage de fichiers non-autorisés est illégal. Avant que l’industrie du disque ne lance ses initiatives d’information et ses actions de lutte contre le piratage et le partage de fichiers non-autorisés, ce chiffre n’était que de 37%.

MAÎTRISER LE PARTAGE ILLEGAL DE FICHIERS

Le piratage de musique en ligne a fortement progressé ces dernières années, mais cette progression doit être mise en parallèle avec le contexte d’un accroissement spectaculaire de la couverture du haut débit ces deux dernières années, et la hausse du piratage de films et autres enregistrements vidéo.

Le nombre de fichiers musicaux non-autorisés circulant sur Internet s’est développé de façon exponentielle de 1999 à 2003, passant de 1 million à

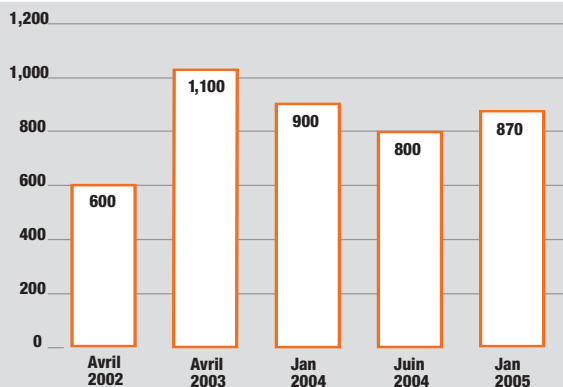
1,1 milliards de fichiers. Le problème a toutefois commencé à être maîtrisé au début de l’année 2003, lorsque les premiers plans d’action contre le partage illégal de fichiers ont été annoncés aux Etats-Unis et que les premiers services légaux de musique en ligne ont été développés à l’attention des consommateurs.

L’évaluation de l’étendue du piratage en ligne ne peut être qu’inexacte et confuse, du fait des déclarations discordantes et des diverses méthodologies utilisées par d’innombrables sociétés d’études et de sondages. Les méthodologies mises en œuvre prennent en compte : le nombre de visites sur les sites web, le nombre de téléchargements de logiciels, les données relatives au trafic et aux requêtes, et l’échantillonnage d’utilisateurs.

L’IFPI a mesuré de manière cohérente le nombre de fichiers musicaux non-autorisés circulant simultanément sur Internet. Son calcul est basé sur le nombre d’utilisateurs par service, le nombre moyen de fichiers par utilisateur, et le pourcentage moyen de fichiers musicaux par rapport aux autres fichiers offerts par les utilisateurs.

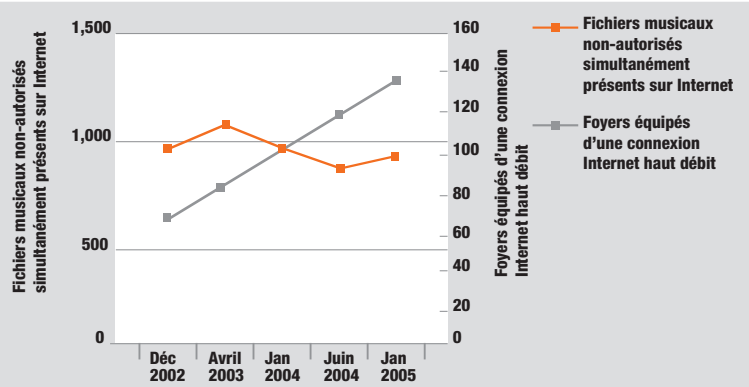
Les estimations de l’IFPI indiquent que le piratage de musique en ligne n’a pas progressé depuis 2004, malgré un accroissement considérable de l’utilisation du haut débit sur la plupart des marchés clé de l’industrie de la musique. En janvier 2005, environ 870 millions de fichiers musicaux

FICHIERS MUSICAUX NON-AUTORISÉS CIRCULANT SUR INTERNET (EN MILLIONS)

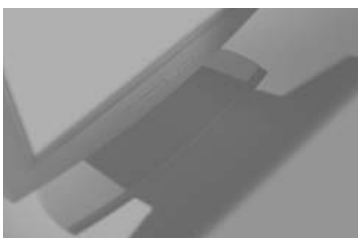


Source : IFPI, inclut les réseaux P2P et les sites web et FTP

EVALUATION IFPI DU PIRATAGE EN LIGNE (EN MILLIONS)



Source : IFPI et données PWC relatives à l’Internet haut débit



non-autorisés circulent simultanément sur Internet (90% d'entre eux environ circulent sur les réseaux P2P, les 10% restants sur les sites FTP et web). Ces chiffres révèlent ainsi un léger recul par rapport à janvier 2004, où l'on recensait 900 millions de fichiers musicaux non-autorisés circulant simultanément sur Internet (et un net recul par rapport aux 1,1 milliards estimés en avril 2003).

Parmi les tendances caractéristiques observées, citons le déclin de l'utilisation de la célèbre plateforme Kazaa, l'accroissement du partage de fichiers de films et autres enregistrements vidéo, et la hausse du partage illégal de fichiers sur les nouveaux services à l'encontre desquels les mesures de lutte contre le piratage n'ont pas encore été résolument appliquées. L'ensemble de ces évolutions a conduit à une légère augmentation, au cours du second semestre 2004, du nombre total estimé de fichiers musicaux non-autorisés circulant simultanément sur Internet, qui est passé de 800 millions à 870 millions.

De fait, la migration des utilisateurs de Kazaa a entraîné une progression de l'utilisation des autres services "peer-to-peer" (notamment eDonkey, Gnutella, DirectConnect et BitTorrent) en 2004. Toutefois, le nombre d'utilisateurs sur ces services a enregistré une croissance moins rapide que le nombre de fichiers musicaux non-autorisés ; ceci semble être largement dû à un accroissement notoire du partage de fichiers non

musicaux, tels que les films, les enregistrements vidéo et les logiciels. Les fichiers musicaux représentent une proportion plus faible de ces nouveaux services (on estime que 25% des fichiers sur eDonkey sont des fichiers musicaux par exemple, alors qu'ils représentaient environ 75% des fichiers transmis sur Kazaa).

INTENSIFICATION DE LA DISSUASION EN 2005

Les actions en justice engagées contre le partage illégal de fichier seront intensifiées dans un nombre croissant de pays en 2005. Les procès, qui avaient jusqu'ici été largement ciblés sur les utilisateurs de Kazaa, concerneront désormais différents réseaux, malgré les techniques utilisées par ces services pour éviter d'être confondus par la justice : rejet de différentes fonctions techniques vers d'autres utilisateurs, cryptage des communications, utilisation de comptes Internet appartenant à des tiers, délocalisation de fichiers non-autorisés, et camouflage de l'identité par différents moyens techniques.

PIRATAGE SUR INTERNET : CHIFFRES CLÉ

870 millions de fichiers musicaux non-autorisés circulaient simultanément sur Internet (tous services confondus) en janvier 2005 (contre 900 millions en janvier 2004).

8,6 millions d'utilisateurs ont utilisé en janvier 2005 les réseaux P2P proposant des fichiers musicaux non-autorisés (contre 6,2 millions en janvier 2004), mais on a également observé une forte progression des fichiers de films et d'enregistrements vidéo disponibles.

2,3 millions d'utilisateurs se sont connectés en janvier 2005 à la plateforme Kazaa et à ses services associés (3,2 millions en janvier 2004).

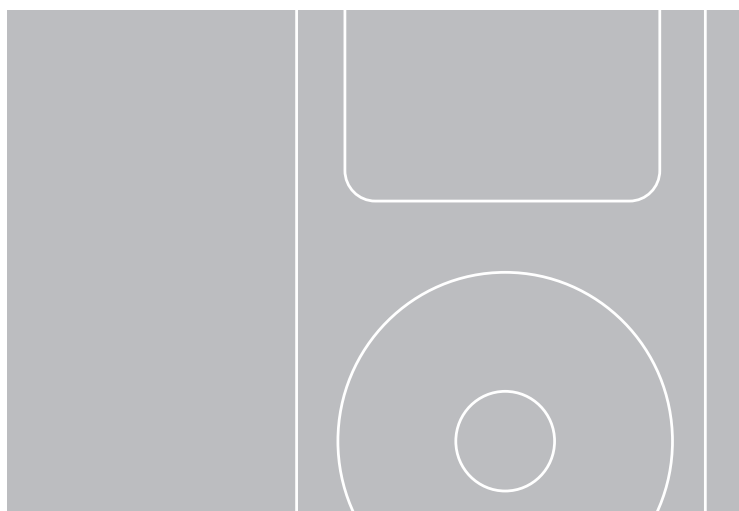
150 000 sites de musique en ligne web/FTP non-autorisés en janvier 2005 (25% de moins qu'en janvier 2004).

FICHIERS MUSICAUX NON-AUTORISÉS CIRCULANT SUR INTERNET (EN MILLIONS)

	AVRIL 2002	AVRIL 2003	JANVIER 2004	JUIN 2004	JANVIER 2005
SITES WEB ET FTP	100	100	100	100	110
RÉSEAUX P2P	500	1,000	800	700	760
TOTAL	600	1,100	900	800	870

"LA RÉALISATION DE COPIES ILLICITES EMPÊCHE LES CRÉATEURS DE VIVRE DE LEUR ART."

BRIAN MIKKELSEN, MINISTRE DE LA CULTURE, DANEMARK



IFPI Secretariat
54 Regent Street
London
W1B 5RE
United Kingdom

Tél : +44 (0)20 7878 7900
Fax : +44 (0)20 7878 7950
e-mail : info@ifpi.org
www.ifpi.org
www.pro-music.org

SNEP
27, rue du Docteur Lancereaux
75008 Paris
France

Tél : + 33 (0) 1 44 13 66 66
Fax : + 33 (0) 1 53 76 07 30
www.disqueenfrance.com
www.promusicfrance.com

SCPP
14, Boulevard du Général Leclerc
92527 Neuilly sur Seine cedex
France

Tèl : +33 (0)1 41 43 03 03
Fax : + 33 (0) 1 41 43 03 26
Email : info@scpp.fr
www.scpp.fr
www.promusicfrance.com



*representing the
recording industry
worldwide*

Publié par l'IFPI en janvier 2005, adaptation française par le SNEP et la SCPP (mars 2005).
Copyright©2005, International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)
Toutes les données, copies et images sont protégées par copyright. Leur reproduction,
transmission ou mise à disposition nécessite par conséquent l'autorisation de l'IFPI.

Réalisé par [elliottyoung](http://elliottyoung.com) +44 (0)1932 842 711