



## Le marché du support musical au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007 (CD audio et DVD musical)

Source GfK

### Chiffres clés

En France, au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007, le marché du support musical (CD audio et DVD musical) totalise 17,7 millions d'unités vendues (-17,6% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 249 millions d'euros TTC (-17,1% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006).

#### Evolution des ventes par supports

		Cumul			Parts de marché*		
		T2 07	T2 06	T2 07 vs. T2 06	T2 07	T2 06	T2 07 vs. T2 06
Volume	CD audio	16 708 645	20 160 263	-17,1%	94,3%	93,8%	+0,5 pt
	DVD musical	1 015 126	1 338 307	-24,1%	5,7%	6,2%	-0,5 pt
	CD audio + DVD musical	17 723 772	21 498 570	-17,6%	100,0%	100,0%	-
Valeur	CD audio	231 296 489	274 966 294	-15,9%	92,9%	91,6%	+1,3 pt
	DVD musical	17 718 173	25 295 611	-30,0%	7,1%	8,4%	-1,3 pt
	CD audio + DVD musical	249 014 662	300 261 905	-17,1%	100,0%	100,0%	-

\*Base : total CD audio + DVD musical

#### Evolution des ventes de CD audio par formats

		Cumul			Parts de marché*		
		T2 07	T2 06	T2 07 vs. T2 06	T2 07	T2 06	T2 07 vs. T2 06
Volume	Albums	14 881 120	16 263 218	-8,5%	89,1%	80,7%	+8,4 pt
	Singles	1 827 526	3 897 045	-53,1%	10,9%	19,3%	-8,4 pt
	Total CD audio	16 708 645	20 160 263	-17,1%	100,0%	100,0%	-
Valeur	Albums	223 925 608	259 004 376	-13,5%	96,8%	94,2%	+2,6 pt
	Singles	7 370 881	15 961 918	-53,8%	3,2%	5,8%	-2,6 pt
	Total CD audio	231 296 489	274 966 294	-15,9%	100,0%	100,0%	-

\*Base : total CD audio

Le 2<sup>ème</sup> trimestre 2007 enregistre un repli marqué compte tenu, notamment, de l'intégration d'une partie des ventes de supports CD audio et DVD musical de l'édition 2007 des Enfoirés aux résultats du 1<sup>er</sup> trimestre 2007, leur mise en bacs début mars ayant devancé de quelques semaines celle de l'édition 2006.

Néanmoins, les succès posthumes du chanteur Grégory Lemarchal, édité par Universal, tempèrent cette décroissance : 6 références, soient 2 singles, 3 albums et 1 DVD musical, contribuent pour 4,9% au chiffre d'affaires du marché du support musical.

**ⓘ La décroissance du marché du support musical (CD audio et DVD musical), pour le 1<sup>er</sup> semestre 2007, s'élève à -18,2% en volume (dont -11,3% pour les albums, -51,7% pour les singles et -9,6% pour le DVD musical) et -16,4% en valeur (-15%, -52,3%, -8%) par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2006.**

## Le marché du CD audio

Le marché du CD audio connaît au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007 encore une nette décroissance de -17,1% en volume (16,7 millions d'unités vendues vs. 20,2 millions au 2<sup>ème</sup> trimestre 2006), et de -15,9% en valeur (231 millions d'euros TTC vs. 275 millions).

**Cette forte érosion des ventes fait suite aux pertes déjà constatées : depuis le 2<sup>ème</sup> trimestre 2002, la décroissance s'élève à -49,1% en volume et -46,4% en valeur.**

Le nombre de références vendues à au moins une unité, soit 177 229, est en augmentation de +4% par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2006.

Le format album, avec 14,9 millions d'unités vendues pour 224 millions d'euros TTC de chiffre d'affaires, représente 89,1% (+8,4 points vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) des ventes de CD audio en volume pour 96,8% en valeur (+2,6 points vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006).

La décroissance des ventes d'albums s'élève à -8,5% en volume et -13,5% en valeur.

### Top 10 CD audio album – volume – 2ème trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Inventaire	Willem Christophe	Sony Bmg	Vogue	16,8
2	La Voix D Un Ange	Lemarchal Gregory	Universal	Mercury	16,1
3	Life In Cartoon Motion	Mika	Universal	Barclay	15,7
4	Je Deviens Moi	Lemarchal Gregory	Universal	Mercury	16,4
5	Mon Paradis	Mae Christophe	Warner	Warner	16,5
6	D Elles	Dion Celine	Sony Bmg	Columbia	19,0
7	Histoire D Un Amour	Brillant Dany	Sony Bmg	Columbia	17,2
8	Charango	Noah Yannick	Sony Bmg	St George	18,0
9	Loose	Furtado Nelly	Universal	Polydor	16,7
10	Minutes To Midnight	Linkin Park	Warner	Wea	17,8

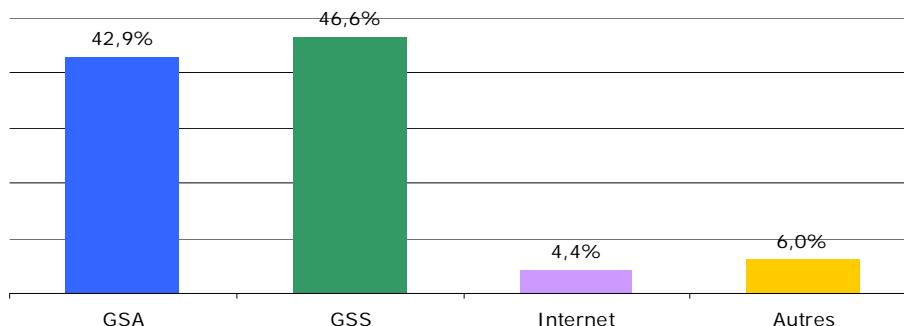
Le format single, avec 1,8 million d'unités vendues pour 7,4 millions d'euros TTC de chiffre d'affaires, représente 10,9% (-8,4 points vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) des ventes de CD audio en volume pour seulement 3,2% (-2,6 points vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) des ventes en valeur.

La décroissance du marché du single s'est accentuée avec -53,1% en volume et -53,8% en valeur.

### Top 10 CD audio single – volume – 2ème trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Double Je	Willem Christophe	Sony Bmg	Vogue	4,0
2	De Temps En Temps	Lemarchal Gregory	Universal	Mercury	4,0
3	Mauvaise Foi Nocturne Feat Vitoo	Fatal Bazooka	Warner	Up Music	4,0
4	Beautiful Liar	Beyonce & Shakira	Sony Bmg	Columbia	4,0
5	Miracle	Cascada	Sony Bmg	M6 Interactions	4,0
6	Princess	Nzh	Sony Bmg	Heben Music	4,0
7	Et S I I N En Restait Ou Un (Je Serai Celle-La)	Dion Celine	Sony Bmg	Columbia	4,0
8	Girlfriend	Lavigne Avril	Sony Bmg	Ariola	4,0
9	The Sweet Escape	Gwen Stefani Feat Akon	Universal	Ulm	4,0
10	Aux Arbres Citoyens	Noah Yannick	Sony Bmg	St George	4,0

### Répartition des ventes de CD audio par canaux de distribution – valeur – 2ème trimestre 2007



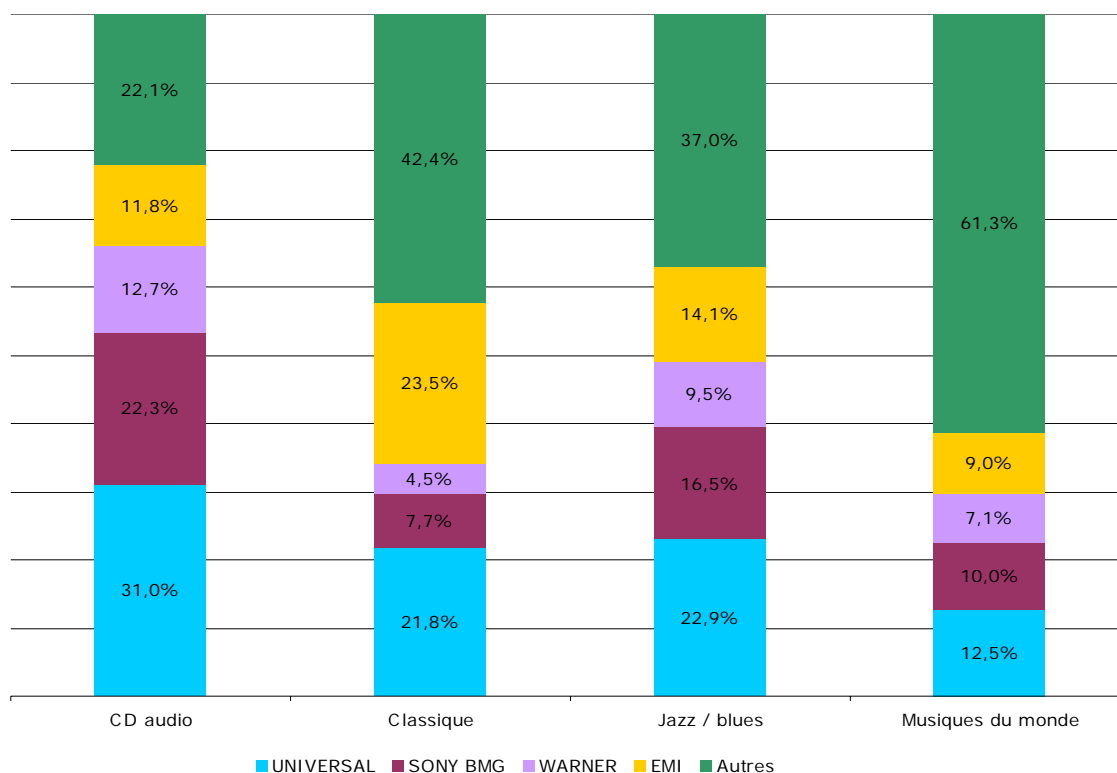
Pour le canal des grandes surfaces alimentaires (GSA), les ventes de CD audio ont baissé de -22,9% en volume et de -18,5% en valeur. Ce circuit voit sa part de marché reculer en volume de -3,5 points et de -1,4 point en valeur.

Pour le canal des grandes surfaces spécialisées (GSS), la baisse des ventes est relativement modérée au regard de celle constatée pour les GSA, soit -10,4% en volume et -12,8% en valeur. Leur part de marché s'accroît mécaniquement de +3,3 points en volume et de +1,6 point en valeur.

Notons l'évolution asymétrique volume/valeur des ventes de support physique CD audio réalisées par le canal internet, en augmentation de +9,2% en volume mais seulement de +4% en valeur, résultat d'une politique de prix agressive menée par certaines enseignes sur le fond de catalogue.

La décroissance la plus marquée est relevée pour le canal « autres » (VPC, disquaires, petites librairies...) dont les ventes accusent une baisse de -27,4% en volume et de -29% en valeur. Ce canal ne représente plus que 5,8% des ventes de CD audio en volume et 6% en valeur, en retrait respectivement de -0,8 et -1,1 point par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2006.

### Répartition des ventes de CD audio par distributeurs – valeur – 2ème trimestre 2007



## Le marché du CD audio classique

Avec 0,8 million d'unités vendues (-9,3% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 14,4 millions d'euros TTC (-16,2% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006), le marché du CD audio classique, qui a bénéficié en 2006 des succès des productions liées aux célébrations des 250 ans de la naissance de Mozart, décroît sensiblement.

Le nombre de références différentes vendues est de 32 762 (+8,2% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006), représentant 18,5% du nombre total des références CD audio vendues au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007.

En structure de marché, le CD audio classique représente 5,2% en volume (+0,6 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) et 6,2% en valeur (sans variations vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) du total marché CD audio.

La ventilation des ventes par circuits de distribution confirme la prédominance des réseaux spécialisés (GSS) sur ce segment, avec une part de marché de 69,6% en valeur (+4,2 points vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006).

### Top 10 CD audio classique – volume – 2ème trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Les Elections Classiques 2007 Db	Compilation	Emi	Emi Classics	15,5
2	Le Miracle D Une Voix	Dessay Natalie	Emi	Virgin Classics	10,3
3	Vivaldi Heroes	Ens Matheus / Spinosi JC / Jaroussky P	Emi	Virgin Classics	10,4
4	Le Violoncelle Du Siecle - 80Eme Anniversaire 3Cd	Rostropovitch Mstislav	Emi	Emi Classics	18,7
5	Duets	Luisotti N / Nettebko A / Villazon R	Universal	Deutsche Grammophon	21,7
6	Tic Toc Choc	Tharaud Alexandre	Harmonia Mundi	Harmonia Mundi	16,5
7	Andre Rieu - Les 100 Plus Belles Melodies 6Cd	Rieu Andre	Universal	Philips	30,8
8	Les Chefs-D Oeuvre De Beethoven 61Cd	Beethoven Ludwig	Sony Bmg	Sony Classical	40,7
9	Chopin - L Integrale 30Cd	Chopin Frederic	Abeille Musique	Brilliant Classics	39,1
10	Tenor Db	Alagna Roberto	Emi	Emi Classics	12,0

## Le marché du CD audio jazz / blues

Avec 0,6 million d'unités vendues (-3,3% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 9,2 millions d'euros TTC (-5,7% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006), le marché du CD audio jazz / blues bénéficie de « l'effet Norah Jones » : la seule référence *Not Too Late*, parue en janvier 2007 sous le label Blue Note, classée en 1<sup>ère</sup> position des meilleures ventes du segment pour le 2<sup>ème</sup> trimestre consécutif, contribue pour 6,2% au chiffre d'affaires du CD audio jazz / blues.

Le nombre de références différentes vendues est de 20 392 (+7% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006), représentant 11,5% du nombre total des références CD audio vendues au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007.

En structure de marché, le CD audio jazz / blues représente 3,9% en volume (+0,7 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) et 4% en valeur (+0,4 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) du total marché CD audio.

La ventilation des ventes par circuits de distribution confirme la prédominance des réseaux spécialisés (GSS) sur ce segment, avec une part de marché de 73,2% en valeur (-0,2 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006).

### Top 10 CD audio jazz / blues – volume – 2ème trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Not Too Late	Jones Norah	Emi	Blue Note	18,0
2	Call Me Irresponsible	Buble Michael	Warner	Wea	18,1
3	Young Bones	Malia	Sony Bmg	Epic	16,9
4	Voodoo	Montcalm Terez	Sony Bmg	Francis Dreyfus Music	17,7
5	Red Earth	Bridgewater Dee Dee	Universal	Emarcy	19,3
6	The Very Best Of Nina Simone	Simone Nina	Sony Bmg	Sony Music Media	18,4
7	Call Off The Search	Melua Katie	Naive	Dramatico	9,9
8	Look Of Love	Krall Diana	Universal	Verve	8,1
9	Abbey Sings Abbey	Lincoln Abbey	Universal	Verve	18,7
10	If You Know Love	Johnson Molly	Universal	Verve	17,3

## Le marché du CD audio musiques du monde

Avec 0,7 million d'unités vendues (-15,3% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 9,3 millions d'euros TTC (-21% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006), le marché du CD audio musiques du monde connaît une décroissance continue.

Le nombre de références différentes vendues est de 19 765 (-0,6% vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006), représentant 11,2% du nombre total des références CD audio vendues au 2<sup>ème</sup> trimestre 2007.

En structure de marché, le CD audio musiques du monde représente 4% en volume (+0,2 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) et 4% en valeur (-0,3 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) du total marché CD audio.

La ventilation des ventes par circuits de distribution confirme la prédominance des réseaux spécialisés (GSS) sur ce segment, avec une part de marché de 70,4% en valeur (+1,5 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006).

### Top 10 CD audio musiques du monde – volume – 2ème trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Mi Sueno	Ferrer Ibrahim	Harmonia Mundi	World Circuit	17,7
2	Jehro	Jehro	Warner	Warner	15,0
3	Momento	Gilberto Bebel	Warner	V2 Music	15,4
4	Elles Demandent ( <i>single</i> )	Custos Medhy	Warner	Up Music	4,0
5	Medhy Custos	Custos Medhy	Warner	Up Music	14,4
6	33 1/3	Raman Susheela	Sony Bmg	Xii	16,3
7	Plein Du Monde	Bratsch	Emi	Odeon	17,5
8	Aman Iman	Tinariwen	Universal	Az	15,3
9	Legend	Marley Bob & The Wailers	Universal	Island	15,2
10	Rogamar	Evora Cesaria	Sony Bmg	Rca	10,8

## Le marché du DVD musical

Avec 1 million d'unités vendues (soit 1,2 million d'unités en volume éclaté\*), pour un chiffre d'affaires de 17,7 millions d'euros TTC, le marché du DVD musical est en décroissance de -24,1% en volume (-28,8% en volume éclaté) et de -30% en valeur par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2006.

La baisse des ventes induit une nette dépréciation de la part de marché du support DVD musical sur le marché du support musical (CD audio et DVD musical), soit 5,7% en volume (-0,5 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006) et 7,1% en valeur (-1,3 point vs. 2<sup>ème</sup> trimestre 2006).

Cet essoufflement doit cependant être relativisé compte tenu de la sortie anticipée début mars de l'édition 2007 du DVD des Enfoirés, parue en avril en 2006.

Le nombre de références différentes vendues s'élève à 8 711, en augmentation de +12,6% par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2006.

### Top 10 DVD musical – volume – 2ème trimestre 2007

Rang	Titre / Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Gregory Lemarchal - Live Olympia 2006	Tf1 Video	Tf1 Video	11,8
2	Diam'S - Autour De Ma Bulle	Emi	Hostile	23,6
3	Les Enfoirés - La Caravane Des Enfoirés 2007	Universal Music	Ulm	27,7
4	Le Roi Soleil	Tf1 Video	Tf1 Video	21,5
5	Dalida - Une Vie	Universal Music	Barclay	42,0
6	Johnny Hallyday - La Cigale 12-17 Decembre 2006	Warner Vision	Warner Vision	18,2
7	Tokio Hotel - Schrei Live 2005/2006	Universal Music	Az	19,7
8	Andre Rieu - Concert A Vienne	Universal Music	Philips	20,7
9	Edith Piaf - L'Hymne A La Mome	Emi	Emi	10,0
10	Le Soldat Rose - Un Conte Musical Pour Les Enfants Et Ceux Qui Le Sont Restes	Universal Music	Atmospheriques	22,9

\* Volume éclaté : décompte du nombre de rondelles par référence

### Aspects méthodologiques du panel CD audio et DVD musical

#### **Objectif :**

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

#### **Moyens :**

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

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

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

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

- *Grandes Surfaces Spécialisées (GSS)*: spécialistes culture, grands multi-spécialistes, grands magasins, librairies de niveau 1.

- *Grandes Surfaces Alimentaires (GSA)*: hypermarchés, supermarchés de plus de 1200m<sup>2</sup>.

- *Autres Spécialistes* : VPC, e-commerce, disquaires, petites librairies... (les ventes de support physique par internet sont isolées depuis 2005).

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

Genre	Sous-genre	Genre	Sous-genre	
Française	Variété	Musique Du Monde	Afrique	
	Rap/Ragga		Oriental	
	Rock		Musique Des Iles	
	Reggae		Reggae	
	Soul/Funk/Rnb		Amerique Latine	
	Comédie Musicale		Asie Oceanie	
Internationale	Pop/Rock	Jazz/Blues	Europe	
			Jazz	
			Blues	
			Classique	Classique
				Bof
	Soul/Funk/Rnb	Bof	Bof	
			Enfant	Enfant
			Ambiance	Ambiance
	Rap/Ragga	Autres/Indefinis	Autres/Indefinis	
	Electro			
Metal				
Europe				
Comédie Musicale				
Country				

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

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

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

« Source : Observatoire de la musique / GfK »

Pour toutes informations complémentaires, veuillez prendre contact avec :

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

**Serge Arzoumanov**, Chargé d'études

---

#### **Cité de la musique Observatoire de la musique**

221 avenue Jean-Jaurès  
75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98

Fax : 01 44 84 46 58

Courriel : [observatoire@cite-musique.fr](mailto:observatoire@cite-musique.fr)

Site internet : <http://observatoire.cite-musique.fr/>