



---

## Le marché du support musical au 1<sup>er</sup> trimestre 2007

(CD audio et DVD musical)  
Source GfK

---

### Chiffres clés

---

En France, au 1<sup>er</sup> trimestre 2007, le marché du support musical (CD audio et DVD musical) totalise 21,6 millions d'unités vendues (-17,6% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 290 millions d'euros TTC (-15,7% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006).

Le 2<sup>ème</sup> trimestre 2007 devrait vraisemblablement enregistrer un repli plus 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.

① *Selon les derniers éléments communiqués, la décroissance du marché du support musical (CD audio et DVD musical), pour le seul mois d'avril 2007, s'élève à -36,4% en volume (dont -27,7% pour les albums, -61,8% pour les singles et -63,2% pour le DVD musical) et -37,3% en valeur (-33,1%, -61,9%, -69%) par rapport à avril 2006.*

*Pour le 1<sup>er</sup> quadrimestre 2007 (janvier – avril), la baisse est de -22% en volume (dont -16,6% pour les albums, -53,1% pour les singles et -8,4% pour le DVD musical) et de -21% en valeur (-20,3%, -53,5%, -10,3%) par rapport au 1<sup>er</sup> quadrimestre 2006.*

### Le marché du CD audio

---

Le marché du CD audio connaît au 1<sup>er</sup> trimestre 2007 encore une nette décroissance de -20,1% en volume (19,6 millions d'unités vendues vs. 24,5 millions au 1<sup>er</sup> trimestre 2006), et de -18,2% en valeur (258 millions d'euros TTC vs. 316 millions).

Cette forte érosion des ventes fait suite aux pertes déjà constatées : depuis le 1<sup>er</sup> trimestre 2003, la décroissance s'élève à -43,6% en volume et -44,8% en valeur.

Le nombre de références vendues à au moins une unité, soit 194 176, est en augmentation de +5% par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2006.

Le format album, avec 17,4 millions d'unités vendues pour 250 millions d'euros TTC de chiffre d'affaires, représente 88,9% (+6,8 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) des ventes de CD audio en volume pour 96,6% (+2,3 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) en valeur.

La décroissance des ventes d'albums s'élève à -13,5% en volume et -16,3% en valeur.

#### Top 10 CD audio album – volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2007

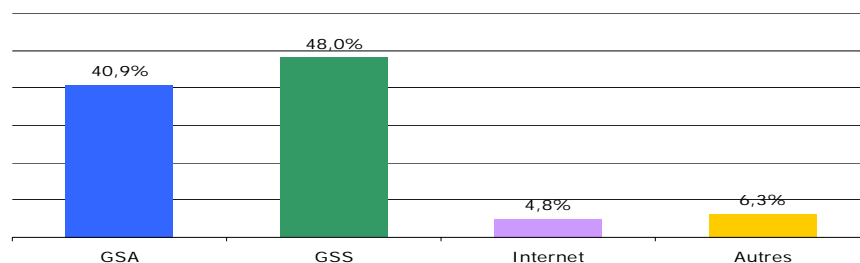
Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	La Caravane Des Enfoires 2007 Db	Les Enfoires	Universal	Restos Du Coeur	22,9
2	Reprise Des Negotiations	Benabar	Sony Bmg	Jive	10,5
3	Charango	Noah Yannick	Sony Bmg	St George	18,1
4	A Fleur De Toi	Vitaa	Universal	Motown	13,8
5	Not Too Late	Jones Norah	Emi	Blue Note	18,1
6	Dans Ma Bulle	Diam S	Emi	Hostile	13,6
7	La Femme Chocolat	Ruiz Olivia	Universal	Polydor	14,4
8	Life In Cartoon Motion	Mika	Universal	Barclay	14,6
9	Totem	Zazie	Universal	Mercury	17,6
10	Pomme C	Calogero	Universal	Mercury	17,1

Le format single, avec 4,4 millions d'unités vendues pour 17,7 millions d'euros TTC de chiffre d'affaires, représente 11,1% (-6,8 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) des ventes de CD audio en volume pour seulement 3,4% (-2,3 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) des ventes en valeur. La décroissance du marché du single s'est accentuée avec -50,5% en volume et -51,1% en valeur.

### Top 10 CD audio single – volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Marly Gomont	Kamini	Sony Bmg	Rca	4,0
2	Fous Ta Cagoule	Fatal Bazooka	Warner	Up Music	4,0
3	Aux Arbres Citoyens	Noah Yannick	Sony Bmg	St George	4,0
4	Hurt	Aguilera Christina	Sony Bmg	Rca	4,0
5	Fais La Poule	Sebasto	Sony Bmg	Sony Music Media	4,0
6	Dolly Song (leva S Polka)	Holly Dolly	Universal	Airplay	4,0
7	Everytime We Touch	Cascada	Sony Bmg	M6 Interactions	4,0
8	Mon Pays	Faudel	Universal	Mercury	4,0
9	Mauvaise Foi Nocturne Feat Vitoo	Fatal Bazooka	Warner	Up Music	4,0
10	Ta Meuf	Faf Larage	Sony Bmg	M6 Interactions	4,0

### Répartition des ventes de CD audio par canaux de distribution – valeur – 1<sup>er</sup> trimestre 2007

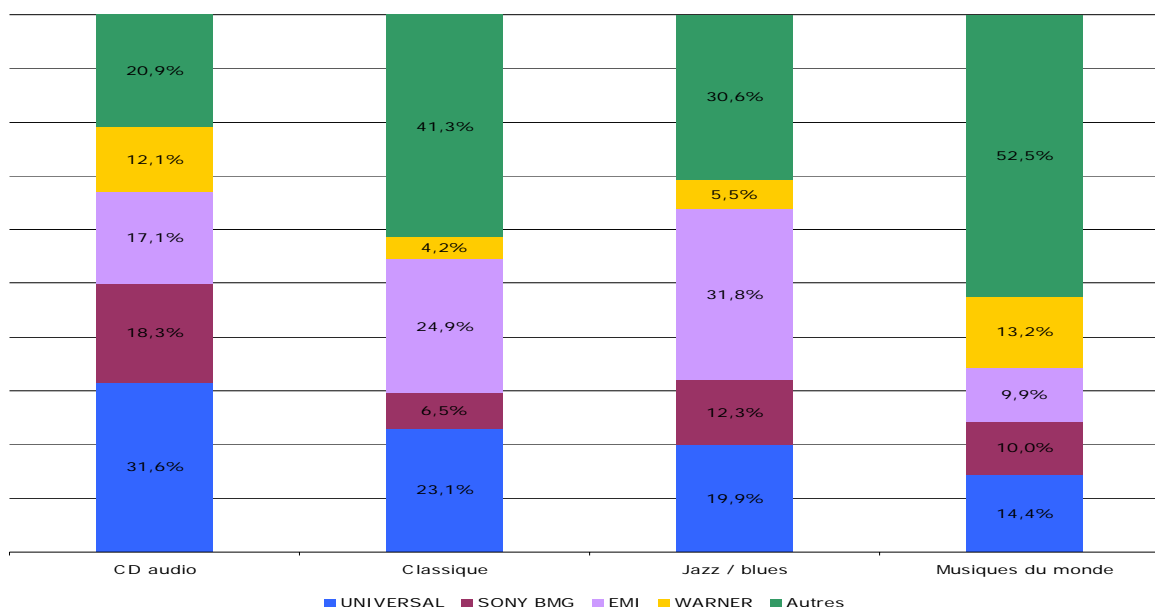


Pour le canal des grandes surfaces alimentaires (GSA), les ventes de CD audio ont baissé de -29,5% en volume et de -21,5% en valeur. Ce circuit voit sa part de marché reculer en volume de -6 points et de -3,9 points en valeur.

Pour le canal des grandes surfaces spécialisées (GSS), la baisse des ventes est relativement modérée au regard de celle constatée pour les GSA, soit -10,1% en volume et -15,2% en valeur. Leur part de marché s'accroît mécaniquement de +5 points en volume et de +3,4 points en valeur.

Notons l'évolution asymétrique volume/valeur des ventes de support physique CD audio réalisées par le canal internet, en augmentation de +11,9% en volume mais en baisse de -7% en valeur, résultat d'une politique de soldes massives menées par certaines enseignes.

### Répartition des ventes de CD audio par distributeurs – valeur – 1<sup>er</sup> trimestre 2007



## Le marché du CD audio classique

Avec 1,2 million d'unités vendues (-26,2% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 18,6 millions d'euros TTC (-40,1% vs. 1<sup>er</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, décroche sensiblement.

Le nombre de références différentes vendues est de 35 310 (+10,7% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006), représentant 18,2% du nombre total des références CD audio vendues au 1<sup>er</sup> trimestre 2007.

En structure de marché, le CD audio classique représente 6% en volume (-0,5 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) et 7,2% en valeur (-2,6 points vs. 1<sup>er</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 67,9% en valeur (+5,1 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006).

### Top 10 CD audio classique – volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Miracle D Une Voix	Dessay Natalie	Emi	Virgin Classics	13,8
2	Vivaldi Heroes	Ens / Spinosi JC / Jaroussky P	Emi	Virgin Classics	12,3
3	Chopin - L Integrale 30Cd	Chopin Frederic	Abeille Musique	Brilliant Classics	38,6
4	New York Memories	Rieu Andre	Universal	Philips	18,7
5	Gitano	Villazon Rolando	Emi	Emi Classics	19,2
6	Mozart Ses 100 Chefs D'Oeuvres 6Cd	Compilation	Emi	Emi Classics	9,6
7	Neujahrskonzert 2007 Db	Zubin Mehta / Orch Phil De Vienne	Universal	Deutsche Grammophon	18,6
8	Tristan Et Yseut	Francesca A / Hamon P / Lesne B	Harmonia Mundi	Zig Zag Territoires	23,4
9	Tenor	Alagna Roberto	Emi	Emi Classics	14,7
10	100 Chefs D Oeuvres De La Trompette 6Cd	Andre Maurice	Emi	Emi Classics	18,4

## Le marché du CD audio jazz / blues

Avec 0,8 million d'unités vendues (+9% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 11,8 millions d'euros TTC (+10,8% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006), le marché du CD audio jazz / blues se redresse, bénéficiant à nouveau de « l'effet Norah Johnes » : la seule référence *Not Too Late*, parue fin 2006 sous le label Blue Note, contribue pour près du quart au chiffre d'affaires du segment (24,3%).

Le nombre de références différentes vendues est de 22 510 (+9,9% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006), représentant 11,6% du nombre total des références CD audio vendues au 1<sup>er</sup> trimestre 2007.

En structure de marché, le CD audio jazz / blues représente 4,3% en volume (+1,2 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) et 4,6% en valeur (+1,2 point vs. 1<sup>er</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 70,3% en valeur (-0,9 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006).

### Top 10 CD audio jazz / blues – volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Not Too Late	Jones Norah	Emi	Blue Note	18,1
2	From This Moment On	Krall Diana	Universal	Verve	17,5
3	Half The Perfect World	Peyroux Madeleine	Universal	Rounder Records	18,6
4	Introducing	Mckelle Robin	Harmonia Mundi	O + Music	18,3
5	It S Allright With Me	Lazarus Sara	Sony Bmg	Francis Dreyfus Music	17,5
6	Look Of Love	Krall Diana	Universal	Verve	8,0
7	Dreamland	Peyroux Madeleine	Warner	Atlantic	7,4
8	Call Off The Search	Melua Katie	Naive	Dramatico	10,4
9	Come Away With Me	Jones Norah	Emi	Blue Note	7,9
10	Feels Like Home	Jones Norah	Emi	Blue Note	7,9

## Le marché du CD audio musiques du monde

Avec 0,7 million d'unités vendues (-14,3% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) pour un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros TTC (-16,4% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006), le marché du CD audio musiques du monde connaît une décroissance continue.

Le nombre de références différentes vendues est de 21 300 (-2,4% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006), représentant 11% du nombre total des références CD audio vendues au 1<sup>er</sup> trimestre 2007.

En structure de marché, le CD audio musiques du monde représente 3,8% en volume (+0,3 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) et 3,9% en valeur (+0,1 point vs. 1<sup>er</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 65,5% en valeur (-2,2 points vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006).

### Top 10 CD audio musiques du monde – volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Elles Demandent (Single)	Custos Medhy	Warner	Up Music	4,0
2	Medhy Custos	Custos Medhy	Warner	Up Music	14,2
3	An Ancient Muse	Mc Kennitt Loreena	Keltia Musique	Keltia Musique	19,6
4	Rogamar	Evora Cesaria	Sony Bmg	Rca	11,1
5	Canta	Jaoui Agnes	Warner	Tot Ou Tard	13,3
6	Aman Iman	Tinariwen	Universal	Az	14,7
7	Excalibur Vol 2	Multi Interpretes	Emi	Emi Marketing	17,8
8	Diwan 2	Taha Rachid	Universal	Barclay	14,5
9	Pasajero	Gipsy Kings	Warner	Warner	17,3
10	Coup De Gueule	Fakoly Tiken Jah	Universal	Barclay	8,2

## Le marché du DVD musical

Avec 2 millions d'unités vendues, pour un chiffre d'affaires de 31,8 millions d'euros, le marché du DVD musical est en augmentation de +19,2% en volume par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2006 et de +11,5% en valeur.

L'augmentation des ventes induit une nette amélioration de la part de marché du support DVD musical sur le marché du support musical (CD audio et DVD musical), soit 9,3% en volume (+2,9 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006) et 11% en valeur (+2,7 point vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006).

Cette embellie doit cependant être relativisée 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 9 447, en augmentation de +17,7% vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2006.

### Top 10 DVD musical – volume – 1<sup>er</sup> trimestre 2007

Rang	Titre / Interprète	Distributeur	Label	Prix moyen
1	Les Enfoirés - La Caravane Des Enfoirés 2007	Universal Music	Ulm	27,4
2	Le Roi Soleil	Tf1 Video	Tf1 Video	22,1
3	Madonna - Confessions Tour	Warner Vision	Warner Vision	17,9
4	Le Soldat Rose	Universal Music	Atmospheriques	22,6
5	Mylene Farmer - Avant Que L'Ombre A Bercy	Universal Music	Polydor	26,4
6	Indochine - Live A Hanoi	Sony Music	Epic	26,2
7	Edith Piaf - Hymne A La Mome	Emi	Emi	10,1
8	M Pokora - Player Tour	Universal Music	Ulm	18,8
9	Johnny Hallyday - Flashback Tour 2006	Warner Vision	Warner Vision	31,2
10	Tokio Hotel - Schrei Live 2005/2006	Universal Music	Az	19,3

### 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)*

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/>