



CITE DE LA MUSIQUE

Observatoire de la musique

Les marchés de la musique enregistrée

Rapport 2007

André NICOLAS

Responsable de l'Observatoire de la musique

221, avenue Jean Jaurès
75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98

Email : observatoire@cite-musique.fr

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

Sommaire

SYNTHESE	3
ANALYSE GENERALE	10
RAPPORT	14
I. LE MARCHÉ DU CD AUDIO	14
I.A. Les indicateurs du marché	14
I.A.1. Tendances.....	14
I.A.2. Segmentation des ventes par genres musicaux.....	17
I.A.3. Segmentation des ventes par distributeurs.....	18
I.A.4. Segmentation des ventes par canaux de distribution.....	19
I.B. Les meilleures ventes par formats	20
I.B.1. Analyse du top 100 CD albums volume.....	20
I.B.2. Analyse du top 100 CD singles volume.....	23
I.B.3. Analyses croisées : relations entre le marché physique du disque, les diffusions radiophoniques et les investissements publicitaires.....	25
I.C. Le CD classique	27
I.C.1. Tendances.....	27
I.C.2. Segmentation des ventes par distributeurs.....	28
I.C.3. Segmentation des ventes par canaux de distribution.....	28
I.C.4. Analyse du top 100 CD classique volume.....	29
I.C.5. « L'affaire » des coffrets.....	32
I.D. Le CD jazz / blues	33
I.D.1. Tendances.....	33
I.D.2. Segmentation des ventes par distributeurs.....	34
I.D.3. Segmentation des ventes par canaux de distribution.....	34
I.D.4. Analyse du top 100 CD jazz / blues volume.....	35
I.E. Le CD musiques du monde	38
I.E.1. Tendances.....	38
I.E.2. Segmentation des ventes par sous-genres.....	39
I.E.3. Segmentation des ventes par distributeurs.....	39
I.E.4. Segmentation des ventes par canaux de distribution.....	40
I.E.5. Analyse du top 100 CD musiques du monde volume.....	41
I.F. Les productions issues des émissions de télé-réalité musicale	44
I.F.1. Tendances.....	44
I.F.2. Impact des diffuseurs et des émissions.....	45
I.F.3. Segmentation des ventes par distributeurs.....	46
I.F.4. Analyse des meilleures ventes volume de CD audio TV réalité.....	46
II. LE MARCHÉ DU DVD MUSICAL	48
II.A. Les indicateurs du marché	48
II.A.1. Tendances.....	48
II.A.2. Segmentation des ventes par genres musicaux.....	49
II.A.3. Segmentation des ventes par canaux de distribution.....	49
II.B. Analyse du top 100 DVD musical volume	50
ANNEXES	53

Synthèse

En France, en 2007, le chiffre d'affaires du marché de la musique enregistrée s'élève à 1 216,5 millions d'euros TTC (dont 1 176,3 millions pour le marché du support musical et 40,2 millions pour le marché de la musique numérique), en baisse de -16,2% par rapport à 2006.

Le marché du support musical

En France, pour l'année 2007, le marché du support musical (CD audio + DVD musical) totalise 83,1 millions d'unités vendues (-18,3% vs. 2006) pour un chiffre d'affaires de 1 176,3 millions d'euros TTC (-17,2% vs. 2006).

Evolution des ventes de support musical (CD audio + DVD musical) – année 2007

		Cumul (millions)		Parts de marché*	
		2 007	07 vs. 06	2 007	07 vs. 06
Volume	DVD musical	5,8	-15%	6,9%	+0,3 pt
	CD audio	77,3	-18,5%	93,1%	-0,3 pt
	CD audio + DVD musical	83,1	-18,3%	100,0%	-
Valeur	DVD musical	110,5 €	-16,9%	9,4%	-
	CD audio	1 065,9 €	-17,2%	90,6%	-
	CD audio + DVD musical	1 176,3 €	-17,2%	100,0%	-

*Base : total CD audio + DVD musical

La décroissance annuelle du support CD audio, est de -18,5% en volume et -17,2% en valeur.

Le marché du support musical reste toujours caractérisé par cette forte saisonnalité puisque 17,8% du chiffre d'affaires des ventes annuelles de CD audio ont été réalisés au mois de décembre 2007.

Evolution des ventes de CD audio par formats – année 2007

		Cumul (millions)		Parts de marché*	
		2 007	07 vs. 06	2 007	07 vs. 06
Volume	Albums	69,2	-11,2%	89,6%	+7,4 pt
	Singles	8,1	-52,2%	10,4%	-7,4 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	100,0%	-
Valeur	Albums	1 033,5 €	-15,2%	97,0%	+2,3 pt
	Singles	32,4 €	-52,7%	3,0%	-2,3 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	100,0%	-

*Base : total CD audio

Le format single accuse une lourde perte de -52,2% en volume et de -52,7% en valeur. Ce support, en concurrence « frontale » avec la diffusion numérique de titres, ne représente plus que 10,4% des ventes de CD audio en volume pour 3% du chiffre d'affaires sur l'année 2007.

Les ventes d'albums résistent mieux : le format enregistre en 2007 une baisse de -11,2% en volume et de -15,2% en valeur.

Top 10 des ventes de CD audio albums en volume – année 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)
1	Life in Cartoon Motion	Mika	Universal	Barclay	923,6
2	Mon paradis	Christophe Maé	Warner	Warner	819,6
3	La voix d'un ange	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	783,4
4	Inventaire	Christophe Willem	Sony BMG	Vogue	597,7
5	La caravane des Enfoirés 2007	Les Enfoirés	Universal	Restos du Cœur	577,9
6	Charango	Yannick Noah	Sony BMG	St George	564,7
7	Le Cœur d'un homme	Johnny Hallyday	Warner	Warner	463,1
8	Back to black	Amy Winehouse	Universal	AZ	443,3
9	Divinidylle	Vanessa Paradis	Universal	Barclay	337,4
10	Reprise des négociations	Bénabar	Sony BMG	Jive Records	329,6

× 8 des 10 meilleures ventes de CD audio albums concernent des productions de variété française.

× Le top 10 des ventes de CD audio albums représente, pour ce format, 8,4% des ventes en volume et 9,6% en valeur.

Top 10 des ventes de CD audio singles en volume – année 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)
1	Garçon	Koxie	Universal	AZ	301,1
2	Double je	Christophe Willem	Sony BMG	Vogue	294,7
3	Marly Gomont	Kamini	Sony BMG	RCA	192,0
4	De temps en temps	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	179,7
5	4 mots sur un piano	Patrick Fiori - Jean-Jacques Goldman	Sony BMG	RCA	160,6
6	Relax - Take it easy	Mika	Universal	Barclay	133,5
7	Aux arbres citoyens	Yannick Noah	Sony BMG	St George	132,6
8	Mauvaise foi nocturne	Fatal bazooka featuring Vitoo	Warner	UP Music	128,1
9	Fous ta cagoule	Fatal bazooka	Warner	UP Music	124,1
10	The way I are	Timbaland featuring Tysem	Universal	Polydor	113,8

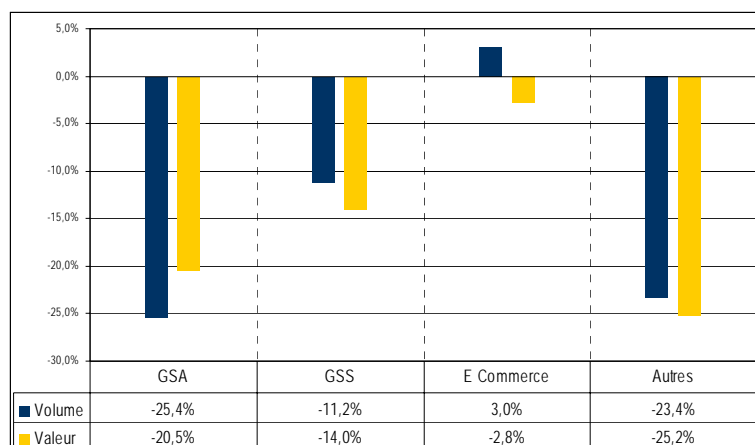
- ✖ 8 des 10 meilleures ventes de singles concernent des productions de variété française.
- ✖ Le top 10 des ventes de singles représente 21,8% des ventes du format court en volume et en valeur.
- ✖ 2 des 10 meilleures ventes de singles sont issues de la sphère « user generated content » (Koxie et Kamini).

Top 10 des ventes de DVD musical en volume – année 2007

Rang	Titre / Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)
1	Les Enfoirés - La caravane des Enfoirés 2007	Universal Music	ULM	293,0
2	Grégory Lemarchal - Live Olympia 2006	TF1 Video	TF1 Video	182,0
3	Le Roi Soleil	TF1 Video	TF1 Video	161,1
4	Michel Polnareff - Ze (Re) Tour 2007	Universal Music	Polydor	119,1
5	Céline Dion - A new day Live a Las Vegas	Sony Music	Columbia	82,6
6	Tokio Hotel - Zimmer 483 - Live on European Tour	Universal Music	Polydor	74,6
7	Yannick Noah - Un autre voyage - Tour 2007	Sony Music	St George	71,6
8	Le Soldat Rose - Un conte musical	Universal Music	Atmosphériques	70,6
9	Tokio Hotel - Schrei Live 2005/2006	Universal Music	Polydor	62,8
10	Madonna - Confessions Tour	Warner Vision	Warner Vision	59,0

- ✖ 6 des 10 meilleures ventes de DVD musical concernent des productions de variété française.
- ✖ Le top 10 des ventes de DVD musical représente 20,6% des ventes volume du support.
- ✖ Ces 10 meilleures ventes de DVD musical concernent des captations de spectacle vivant.

Répartition des ventes de support musical par canaux de distribution (CD audio + DVD musical) – année 2007



La baisse des ventes reste modérée sur le canal des grandes surfaces spécialisées (GSS), soit -11,2% en volume et -14% en valeur (vs. 2006), au regard de celle constatée pour les GSA qui perdent un quart de leurs ventes en volume et un cinquième en valeur.

Si les ventes de CD audio (support physique) réalisées via Internet (sites de vente en ligne d'Abeille Musique, Fnac, Alapage, etc.) totalisent de meilleures performances en volume (+3%), elles sont, néanmoins, en perte de -2,8% en valeur.

Répartition des ventes de CD audio par distributeurs – année 2007

	Parts de marché*	
	2 007	07 vs. 06
Volume		
Universal	29,5%	+2,3 pt
Sony - BMG	21,3%	-1,8 pt
Warner	13,6%	-0,5 pt
EMI	14,3%	-2,5 pt
Autres	21,3%	+2,5 pt
Total CD audio	100,0%	-
Valeur		
Universal	31,4%	+2,5 pt
Sony - BMG	18,8%	-1,7 pt
Warner	13,5%	-0,2 pt
EMI	14,3%	-2,5 pt
Autres	22,0%	+1,9 pt
Total CD audio	100,0%	-

*Base : total CD audio

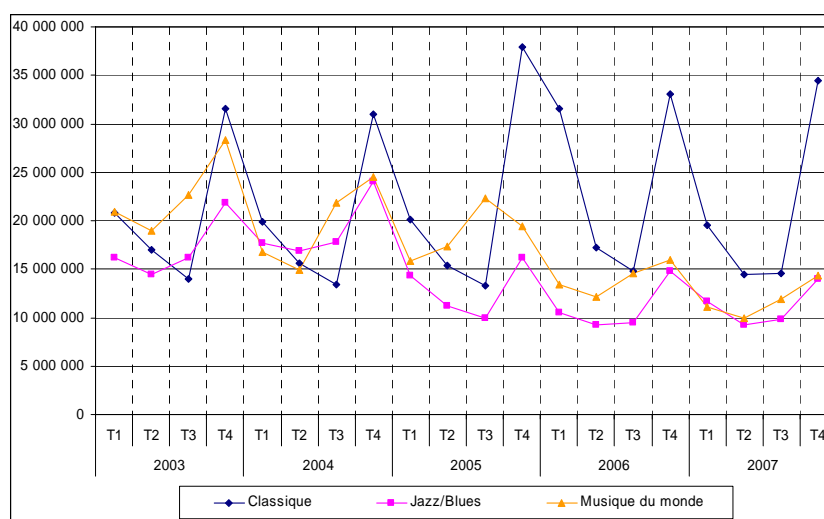
Le marché reste fortement dominé par les 4 majors qui représentent 78% du chiffre d'affaires annuel du CD audio en 2007 (-1,9 point vs 2006).

Universal conforte sa position de leader sur ce marché.

Le premier distributeur indépendant français, Wagram, représente 5,3% du chiffre d'affaires, en augmentation de +0,8 point en valeur par rapport à 2006.

Les marchés thématiques : le CD audio classique, jazz / blues et musiques du monde

Evolution trimestrielle des ventes de CD classique, jazz / blues et musiques du monde depuis 2003



Le marché du CD audio classique

Evolution des ventes de CD audio classique – année 2007

	Cumul (millions)		Parts de marché*	
	2 007	07 vs. 06	2 007	07 vs. 06
Vol				
Classique	4,7	-6,7%	6,1%	+0,8 pt
Total CD audio	77,3	-18,5%	100,0%	-
Val				
Classique	82,9 €	-14,2%	7,8%	+0,1 pt
Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	100,0%	-

*Base : total CD audio

Il s'est vendu 4,7 millions de CD audio classique pour un chiffre d'affaires de 82,9 millions d'euros TTC. Le marché du CD audio classique décroît en volume de -6,7% et en valeur de -14,2% par rapport à l'année 2006.

Les 2 références les plus vendues, « *Pavarotti Forever* » et « *Les élections classiques 2007* », représentent 5% du chiffre d'affaires du marché classique.

Le nombre total de références de musique classique, vendues à au moins une unité, est de 50 528, en progression de +9,6% vs. 2006. Le segment classique représente 17,7% des références vendues sur le marché du 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 66,2% en valeur, en hausse de +0,9 point par rapport à 2006, au détriment des canaux GSA (-0,2 point) et « Autres » (-0,9 point).

Top 10 CD audio classique – volume – année 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)
1	Pavarotti forever	Luciano Pavarotti	Universal	Decca	183,9
2	Les Elections classiques 2007	Compilation	EMI	EMI Classics	65,8
3	Credo (Airs sacrés)	Roberto Alagna	Universal	Deutsche Grammophon	59,8
4	Miracle d'une voix	Natalie Dessay	EMI	Virgin Classics	58,0
5	Il était une fois	André Rieu	Universal	Philips	56,8
6	Vivaldi Heroes	Ensemble Matheus - Jean-Christophe Spinosi - Philippe Jaroussky	EMI	Virgin Classics	52,6
7	Maria	Cecilia Bartoli	Universal	Decca	45,9
8	Eternelle	Maria Callas	EMI	EMI Classics	40,4
9	Airs d'opéra italiens	Natalie Dessay - Evelino Pido - Concerto Koln	EMI	Virgin Classics	39,8
10	The story of a castrato - Carestini	Philippe Jaroussky - Emmanuelle Haim - Concert d'Astrée	EMI	Virgin Classics	35,2

Le marché du CD audio jazz / blues

Evolution des ventes de CD audio jazz / blues – année 2007

		Cumul (millions)		Parts de marché*	
		2 007	⁰⁷ vs. ⁰⁶	2 007	⁰⁷ vs. ⁰⁶
Vol	Jazz/Blues	3,1	+3,3%	4,0%	+0,9 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	100,0%	-
Val	Jazz/Blues	44,7 €	+1,6%	4,2%	+0,8 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	100,0%	-

*Base : total CD audio

Il s'est vendu 3,1 millions de CD audio jazz / blues pour un chiffre d'affaires de 44,7 millions d'euros TTC.

Le marché du CD audio jazz / blues présente un bilan annuel positif, avec une progression des ventes de +3,3% en volume et +1,6% en valeur par rapport à 2006.

Les albums « *Not too late* » de Norah Jones et « *Call me irresponsible* » de Michael Bublé contribuent à eux seuls pour 15,5% du chiffre d'affaires du CD audio jazz / blues.

Le nombre de références vendues à au moins une unité s'élève à 33 026, en progression de + 4,3% sur l'année. Le segment jazz / blues représente 11,6% des références vendues sur le marché du CD audio.

La ventilation des ventes par circuits de distribution confirme naturellement la prédominance des réseaux spécialisés (GSS) sur ce segment, avec une part de marché de 71,1% en valeur, cependant en perte de -3 points, au profit des GSA (+4,2 points).

Ce recul est attribué, pour partie, aux parts de marché plus importantes réalisées par les GSA sur les 2 références CD audio jazz / blues les plus vendues, ce qui signifie qu'un volume significatif n'est atteint que si les zones de chalandise des grandes surfaces alimentaires sont activées.

Top 10 CD audio jazz / blues – volume – année 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)
1	Not too late	Norah Jones	EMI	Blue Note	280,5
2	Call me irresponsible	Michael Bublé	Warner	WEA	138,7
3	Breakfast on the morning tram	Stacey Kent	EMI	Blue Note	69,6
4	The very best of	Diana Krall	Universal	Verve	26,7
5	Young bones	Malia	Sony BMG	Jive Epic Group	24,4
6	Voodoo	Térez Montcalm	Sony BMG	Francis Dreyfus Music	23,8
7	Look of love	Diana Krall	Universal	Verve	19,1
8	Call off the search	Katie Melua	Naïve	Dramatico	18,2
9	From this moment on	Diana Krall	Universal	Verve	15,4
10	Red earth	Dee Dee Bridgewater	Universal	Emarcy	15,1

Si les succès du marché du jazz / blues sont répartis entre des labels de majors et d'indépendants, il faut noter l'effet Norah Jones (moins fort que les précédentes années) qui se vérifie encore (280 500 pièces vendues) et les « belles sorties » chez Francis Dreyfus Music avec Térez Montcalm en sixième position et chez Naïve, avec l'artiste Katie Melua, en huitième position.

Le marché du CD audio musiques du monde

Evolution des ventes de CD audio musiques du monde – année 2007

		Cumul (millions)		Parts de marché*	
		2 007	07 vs. 06	2 007	07 vs. 06
Vol	Musiques du monde	3,4	-14,9%	4,4%	+0,2 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	100,0%	-
Val	Musiques du monde	44,7 €	-15,5%	4,4%	-
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	100,0%	-

*Base : total CD audio

Il s'est vendu 3,4 millions de CD audio musiques du monde pour un chiffre d'affaires de 44,7 millions d'euros TTC. Le marché des musiques du monde connaît une forte décroissance sur l'année, avec -14,9% en volume et -15,5% en valeur vs. 2006.

Le nombre de références vendues à au moins une unité est de 31 927, en baisse de -1,7% sur la période. Le segment musiques du monde représente 11,2% des références vendues sur le marché du 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 67,2% en valeur.

Top 10 CD audio musiques du monde – volume – année 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)
1	L'africain	Tiken Jah Fakoly	Universal	Barclay	55,9
2	On a changé (single)	Les déesses	Warner	M6 Interactions	48,7
3	Elles demandent (single)	Medhy Custos	Warner	UP Music	47,6
4	Salsa connection	Compilation	Sony BMG	Sony BMG Music Media	43,7
5	Medhy Custos	Medhy Custos	Warner	UP Music	41,4
6	Les 50 plus belles chansons	Bob Marley - The Wailers	Universal	Island	39,2
7	I Muvrini et les 500 choristes	I Muvrini	Sony BMG	Columbia	36,7
8	Ki dit mié (single)	Magic System	EMI	Capitol	34,7
9	Mi sueno	Ibrahim Ferrer	Harmonia Mundi	World Circuit	23,2
10	An ancient muse	Loreena McKennitt	Keltia Musique	Keltia	19,6

Les productions issues des émissions de télé-réalité musicale

Evolution des ventes de CD audio de télé-réalité – année 2007

		Cumul (millions)		Parts de marché*	
		2 007	07 vs. 06	2 007	07 vs. 06
Vol	CD TV réalité	1,4	+4,3%	1,8%	+0,4 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	100,0%	-
Val	CD TV réalité	15,7 €	+44,8%	1,5%	+0,6 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	100,0%	-

*Base : total CD audio

Il s'est vendu 1,4 millions de CD audio de télé-réalité pour un chiffre d'affaires de 15,7 millions d'euros TTC. Le marché de la télé-réalité croît de +4,3% en volume et +44,8% en valeur par rapport à 2006.

Top 10 CD TV réalité – volume – année 2007

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Chaîne	Volume (milliers)
1	Inventaire	Christophe Willem	Sony BMG	M6	597,7
2	Double je (single)	Christophe Willem	Sony BMG	M6	294,7
3	Quelque part (single)	Sheryfa Luna	Universal	M6	111,3
4	Sheryfa Luna	Sheryfa Luna	Universal	M6	79,0
5	Jacques a dit (single)	Christophe Willem	Sony BMG	M6	75,8
6	Moi Lolita (single)	Julien Doré	Sony BMG	M6	56,5
7	Inventaire en acoustique + Dvd	Christophe Willem	Sony BMG	M6	51,7
8	Une femme battante	Miss Dominique	Sony BMG	M6	29,6
9	Should I stay or should I go / 3ème sexe (single)	A la recherche de la nouvelle star	Sony BMG	M6	21,0
10	Porque te vas (single)	Star Academy 6	Universal	TF1	13,6

Contrairement aux années précédentes, M6 est devenue, avec son émission phare « la nouvelle Star », le seul référent sur ce segment de marché.

Le marché de la musique numérique

En 2007, les ventes de téléchargement de musique (full track download, hors streaming et sonneries musicales) ont représenté un volume de **53,1 millions de titres téléchargés** (dont 37,2 millions sur PC et 15,9 millions sur mobile), en augmentation de +65,8% par rapport à l'année 2006 (+48,7% sur PC et +127,1% sur mobile).

Ces ventes ont totalisé un chiffre d'affaires de **40,2 millions d'euros TTC** (dont 27,1 sur PC et 13,1 sur mobile), en progression de +27,6% sur la période (+33,3% sur PC et +17% sur mobile).

Sur le seul 4^{ème} trimestre 2007, les ventes ont représenté un volume de 18,7 millions de titres téléchargés pour un chiffre d'affaires de 14,7 millions d'euros TTC, soit des parts de marché annuelles de respectivement 35,2% et 36,6%.

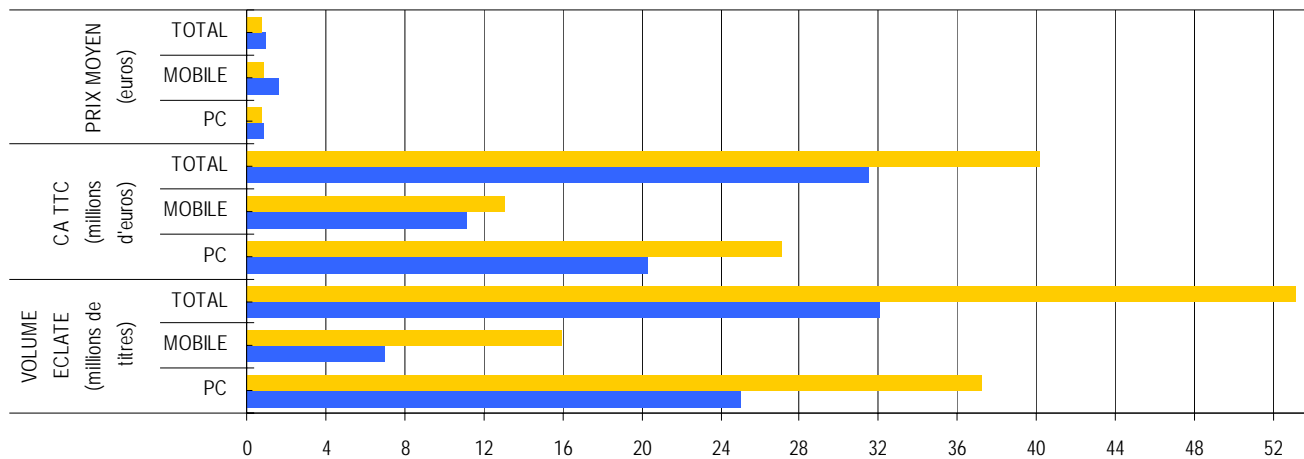
Le chiffre d'affaires annuel est réalisé à 67,4% sur PC (en augmentation de +10,7 points vs. 2006) contre 32,6% sur mobile.

La tarification a sensiblement baissée sur un an, le prix moyen d'un titre sur mobile tendant à s'aligner sur celui constaté sur PC.

Ainsi, en 2007, en ce qui concerne :

- * La répartition entre terminaux : le prix moyen d'un titre téléchargé sur PC est de 0,73 euro TTC (pour 0,81 euro en 2006, soit une baisse de -10,2%) et celui d'un titre téléchargé sur mobile est de 0,82 euro TTC (pour 1,60 euro en 2006, soit une baisse de -48,5%).
- * La répartition entre formats : en actes de téléchargement, les internautes se sont procurés 1,6 million d'albums, représentant 5,2% des actes de téléchargement, et en volume éclaté (ramené en nombre de titres téléchargés) 24,4 millions de titres téléchargés, soit 46% du marché en volume et 35,6% du marché en valeur.
- * Le prix moyen de l'album est de 9,11 euros TTC (soit 0,59 euros au titre) contre 0,9 euro TTC pour un téléchargement de titre seul.

Ces répartitions intègrent les revenus des formules de préventes (abonnements et cartes prépayées).



	VOLUME ECLATE (millions de titres)			CA TTC (millions d'euros)			PRIX MOYEN (euros)		
	PC	MOBILE	TOTAL	PC	MOBILE	TOTAL	PC	MOBILE	TOTAL
2007	37,2	15,9	53,1	27,1	13,1	40,2	0,73	0,82	0,76
2006	25,0	7,0	32,0	20,3	11,2	31,5	0,81	1,60	0,98

Analyse générale

La présentation des résultats de l'année 2007 est établie dans un continuum d'analyse sur 5 années de 2003 à 2007.

L'observatoire a, par ailleurs entrepris des travaux complémentaires qui permettent certaines requalifications des évolutions du marché prenant en compte l'apport incontestable des artistes-interprètes dans les performances de ce marché ; aussi certaines exploitations sont-elles dorénavant retraitées en consolidant les références vendues par artistes.

L'Observatoire présente ainsi des croisements entre les performances du marché physique, des diffusions radiophoniques des titres et le retour attendu des investissements publicitaires réalisés par le secteur des éditions musicales dans les médias.

Avec **un chiffre d'affaires de 1,176 milliard TTC**, le marché physique de la musique enregistrée (CD+DVD) continue à baisser, perdant -18,3 % en volume et -17,2 % en valeur. Fait marquant, le DVD musical connaît dorénavant des baisses à deux chiffres : -15 % en volume et -16,9% en valeur.

Les faibles « scores » du marché numérique musical sont encore loin de compenser les pertes subies par la filière musicale. Les téléchargements (full track download, hors streaming et sonneries musicales) représentent :

- En volume, **53,1 millions de titres téléchargés** (dont 37,2 millions sur PC et 15,9 millions sur mobile), en augmentation de **+65,8%** par rapport à l'année 2006 (+48,7% sur PC et +127,1% sur mobile) ;

- En valeur, un chiffre d'affaires de **40,2 millions d'euros TTC** (dont 27,1 sur PC et 13,1 sur mobile), en progression de **+27,6%** sur la période (+33,3% sur PC et +17% sur mobile).

Avec les produits musicaux (logos, sonneries et sonneries d'attente téléphoniques), le SNEP annonce un chiffre d'affaires de 50,8 millions €.

Le marché physique de la musique enregistrée reste encore le dernier marché des biens culturels derrière le livre : 4,1 M€ (-0,9% vs 2006), le DVD : 1,5 M€ (-10% vs 2006), le logiciel de jeux : 1,41 M€ (+27,9% vs 2006, ce dernier segment de marché est plus en phase avec les usages démultipliés par les technologies numériques).

Il faut noter que dans un concept plus large de consommation de biens et services de loisirs, avec 8,08 milliards d'€ en 2007 (bien qu'en recul de -811 millions € depuis trois ans), le marché des biens culturels est toujours le premier marché des biens de consommation non alimentaires devant l'électronique grand public : 7,8 milliards d'€ (+8% vs 2006) et l'informatique et les télécoms : 6,9 milliards d'€ (+5% vs 2006). (source GfK)

Au cours de l'année 2007, l'Observatoire a réalisé deux nouvelles études : une étude de qualification sur la distribution physique (examen d'une centaine de magasins, tous types de réseaux confondus, dans 19 villes) et sur la diffusion numérique (à partir de 39 sites musicaux), qui lui ont permis de vérifier les analyses ressortant du simple examen des évolutions quantitatives des marchés concernant les facteurs de la décroissance... et les tendances se confirment.

Les nouvelles techniques qui démultiplient les modes d'appropriation de la musique, facilitant la contrefaçon certes, se heurtent aux contraintes d'un management de la filière, décalé depuis quelques années, consistant encore et toujours à massifier un marché de la musique alors même que la diversité des « tuyaux » (réseaux, médias, terminaux) ne répond plus à cette logique, diversifiant les usages au point de fragmenter sans cesse ces publics, plus actifs, plus « partageux », plus éclectiques, plus zappeurs.

Dès lors, si de vives incertitudes apparaissent dans d'autres industries de contenus, la désorganisation voire la déstructuration des marchés de la musique enregistrée (l'actualité renforce le cadre offensif d'une stratégie court-termiste), relève d'un diagnostic totalement lié à l'évolution des comportements des consommateurs.

Comme le rappelait le sociologue Hervé Glévaec (in « Les valeurs de la musique » publication de l'Observatoire de la musique et du DEPS) :

« Avec l'émergence des médias de masse, les industries musicales ont introduit une nouvelle légitimité « médiatico-publicitaire » qui vient heurter une classification des genres musicaux plus traditionnelle. La relation à la musique évolue actuellement dans un contexte de développement d'amateurisme généralisé qui augmente une relative compétence.

On a eu le temps du baladeur qui a introduit la mobilité, de l'iPod ou du mp3, qui n'en modifient pas les termes mais qui introduisent la possibilité pour le mélomane ou l'amateur éclairé d'être son propre programmeur.

Les genres musicaux ne sont plus seulement une notion pratique pour l'industrie musicale (formats, liens avec l'auditeur) ils deviennent très structurants en identifiant des groupes sociaux, en installant des « légitimités concurrentes ».

Même s'il semble opportun de constater qu'en valeur, le marché numérique progresse sensiblement (en termes de communication, les écarts en pourcentage exprimant les évolutions des chiffres en volume/valeur sont mis en avant parce que plus valorisants voire rassurants), le marché de la musique enregistrée continuera à baisser, à court/moyen terme) car la multiplicité d'offres nouvelles n'augure en rien d'un retournement conséquent de marché.

Les évolutions, en général, sont fortement contrastées au point de relever que si le modèle économique est en crise, le foisonnement constant de la créativité constitue, à lui seul, l'épicentre autour duquel devrait s'établir le renouvellement des pratiques en cours.

Le modèle est en crise parce que le marché musical n'échappe pas au ralentissement général de l'économie, à la baisse sensible du pouvoir d'achat, constatée en Europe, à l'attractivité d'autres pratiques culturelles (la vidéo, les jeux). Enfin, la contrefaçon est devenue une pratique qui s'est généralisée au point que certaines classes d'âge n'imaginent même plus de revenir sur le marché payant.

Sont-elles, d'ailleurs, sollicitées dès lors que l'attractivité des capacités techniques d'appropriation des contenus culturels *marque le pas sur les contenus eux-mêmes* qui ne cessent d'être proposés légalement et gratuitement dans des formules variées ?

Certes, et la réserve est importante, dans cette évolution des pratiques commerciales tirée par les secteurs de la téléphonie, entre autres, les producteurs, surtout les majors, sont rémunérés et donc la chaîne des ayants droit devrait l'être mécaniquement.

L'avenir est lié au futur économique des FAI qui, après la bataille des débits et des prix, commencent à établir des stratégies de positionnement/différenciation sur les offres de services.

Les moteurs de la croissance sont tirés vers l'installation de ces nouveaux services car la pression des usagers porte sur une plus grande interopérabilité, couplée à des modèles plus souples d'accès aux logiciels, un meilleur confort d'utilisation et d'écoute et une diversité des contenus.

Il n'en demeure pas moins que la scène française se renouvelle. De nouveaux talents se confirment, le succès est assuré auprès des spectateurs lors des tournées de cette jeune génération d'artistes. La culture musicale s'étend au point de permettre des scores étonnants aux tournées « nostalgie » des années 70 et 80, suivies par les mêmes générations mais aussi par les jeunes générations de spectateurs.

Cet engouement qui traduit bien cette notion de filiation et de transmission artistique, constituerait-elle la seule vraie chaîne de valeur dans cette période de mutations déstabilisantes ?

Il en est de même des métiers de la filière qui sont incontournables. Les potentiels de développement incontestés de certains sites communautaires semblent relever encore d'une vision généreuse et bien déconnectée des réalités de marché dès lors que l'on parle d'économie de marché.

Le recentrage stratégique de Myspace, sous l'impulsion de son principal actionnaire le groupe Murdoch, en est la preuve.

Il faut noter la récurrence de certains facteurs :

✚ La « *délinéarisation* » du marché physique :

La distribution est prise en « ciseaux ». La décroissance actuelle résulte du télescopage de trois problématiques (on pourrait même dire que ces problématiques s'autonourrissent) :

- Une concentration de l'offre exposée, au détriment de la diversité musicale,
- Un marketing de l'offre et une politique tarifaire qui ne sont plus en adéquation avec les attentes des publics. L'examen des prix moyens proposés fait apparaître un management précis de l'offre. Les nouveautés sont encore offertes à un prix élevé, prix éditeur, sur lesquels les grandes surfaces et les détaillants indépendants ont peu de marge. Le consommateur qui est plus réceptif aux nouveautés, fortement marketées, est donc tenu de payer au prix fort (voir ci-après les analyses des Tops 100).
- Un repositionnement des espaces « loisirs » qui contribue au rétrécissement des espaces (mètres linéaires) alloués à la production musicale dans les canaux de distribution.

Cette rationalisation des espaces dédiés à l'offre musicale s'accompagne d'une dévalorisation des supports et participe de cette lente dégradation des termes d'une offre fortement concurrencée, depuis 2003, par les échanges illicites sur les réseaux pair à pair.

La fonte des marges commerciales (le discount actuel de l'offre gagne les fonds de catalogues) et l'augmentation de coûts fixes, (personnels, loyers, charges diverses, hausse des baux commerciaux etc.) contraignent les acteurs de la distribution à une série d'arbitrages pour obtenir une plus grande optimisation de leurs capacités physiques d'exposition au regard de produits culturels et plus généralement de loisirs qui offrent une gamme de supports (livres, jeux vidéo, DVD) et d'activités (regroupées en pôles techniques depuis les PC, les consoles jusqu'aux baladeurs et téléphones) plus attractifs et surtout à plus fortes marges.

Le désengagement des grandes surfaces alimentaires, l'implantation, pourtant en croissance, des réseaux de GSS, la disparition de points de vente indépendants, caractérisent un nouveau maillage du territoire au plus près des habitudes de consommation plutôt qu'à une segmentation par types de clientèles.

Cette évolution entraîne un double mouvement de concentration de l'offre et de marginalisation de réseaux de points de vente de niches, plutôt communautaires, à la frange de l'économie.

🌈 N'étant plus un gage de potentialité de marché et surtout de rentabilité, la diversité de l'offre devient un problème économique.

L'effet de concentration est patent dans les grandes surfaces alimentaires et les grands magasins populaires. S'il est moins vérifié, à cette date, dans la distribution spécialisée, la profondeur de l'offre s'amenuise ce qui traduit un réel appauvrissement de la diversité de l'offre physique en général.

Les productions des plus grands artistes, très marketées, sont surexposées et l'émergence de nouveaux talents procède d'un rapport aléatoire dont le curseur est mesuré à l'aune d'une exposition fortement médiatisée.

Les réseaux spécialisés qui offrent une plus large pluralité de répertoires, sont confrontés à une très faible demande concernant de nombreux répertoires (d'où la faiblesse économique de plusieurs segments de marché) face aux productions de variétés ou d'opérations spéciales largement promotionnées.

La grande distribution spécialisée se retrouve contrainte « d'homogénéiser » le spectre de l'offre de façon différente. Le résultat est que ces magasins risquent fort de n'être plus que des « clones » les uns des autres, ne présentant sur leurs linéaires que les mêmes références. Ce, afin de pouvoir, compte tenu d'injonctions et obligations financières (remise, taux de rotation, retour, etc.) renouer ou maintenir des taux de rentabilité si possible à deux chiffres.

Cette question du déréférencement progressif des répertoires (c'est-à-dire des éditeurs/producteurs, auteurs compositeur/artistes) résultant d'arbitrages financiers, se traduit par la réduction d'espaces voire la moindre visibilité donnée à ces espaces dans les nouvelles configurations des « parcours consommateurs ».

La crise du marché génère une lente déspecialisation des réseaux, une déqualification de la vente du point de vue informationnel, un manque d'innovation et d'attractivité en tant que point d'écoute des attentes de la clientèle.

Quelle que soit (mais pour combien de temps ?) la présence de nombreux répertoires, la concentration de l'offre vendue atteint un niveau préoccupant : en 2007, tous formats confondus, 8,2% des références vendues (hors opérations) totalisent 90 % du marché (8,4% pour les albums et 7,8% pour les singles).

Cette pente récurrente de la concentration conduira à sortir des linéaires une forte proportion des catalogues existants.

🌈 L'allocation des ressources consacrées au marketing de l'offre contribuerait-elle à perturber le marché ?

L'élasticité des prix qui est une composante de la politique commerciale du producteur est extrêmement large, sauf pour les nouveautés, avec une tendance irréversible à la baisse.

Le client est confronté à une « valse des étiquettes » qui ne contribue pas à lui permettre de considérer ce qui est le juste prix d'un support.

Sollicité par de nombreuses offres, il est de plus en plus un acteur souverain, interrogatif quant à la « valeur commerciale du contenu musical » et agit avec un réel sens d'opportunisme : il privilégie le court terme et la moindre dépense.

La multiplication, en 2007, d'opérations spéciales, la prolifération de coffrets multi genres, la massification de l'offre classique qui n'a pas été une réussite (voir plus loin « l'affaire des coffrets ») sont l'objet de négociations avec les centrales d'achats pour disposer d'une mise en avant particulièrement importante.

Le cas des nouveautés : uniformément appliquée, quel que soit le bassin de population, ces techniques permettent de constater que la vente des nouveautés (sur la base d'une fourchette de prix de vente public TTC entre 16 et 23 €, en fonction du répertoire) ne laisse pas de marges aux points de vente (les distributeurs avouent « travailler à la planche ») sauf récupération de marges arrières.

Après les 3 premiers mois de leur sortie, les nouveautés peuvent disparaître partiellement des linéaires pour occuper une place bien moindre dans ce qui est appelé le fonds de catalogue. Elles peuvent, alors, faire l'objet de politiques tarifaires successives ou même simultanées.

Ainsi, certaines nouveautés, après un an, sont commercialisées avec une réduction de prix qui peut représenter 50% du prix initial, au gré d'opérations commerciales (technique de transformation des bestsellers en longsellers).

Les mêmes productions font l'objet de plusieurs références avec bonus, vidéos, etc.

Par ailleurs, une segmentation (artificielle ?) des publics, sollicités par une culture du remix, s'instaure au plus près d'usages largement développés par la radio.

Il existe, en outre, un décalage entre les investissements publicitaires consacrés à certains artistes, les performances allouées à leurs titres en diffusion radio et les « performances » du marché.

Au regard des investissements publicitaires, l'exemple le plus caractéristique concerne Michel Polnareff dont les ventes physiques ont été beaucoup moins performantes que les recettes de billetterie pour ses spectacles.

Certains catalogues spécialisés qui ne sont plus du tout présents en « fonds de rayons », parviennent parfois à être référencés par des centrales d'achats sur la base d'opérations spéciales, des collections spécifiques pour s'adapter à ce nouveau type de distribution.

Ainsi des catalogues de petits éditeurs de musique classique ou de jazz ne parviennent à être présentés aux consommateurs que sous forme de collections à « prix bas » ou de coffrets.

Une dévalorisation problématique de la valeur du support musical

La confrontation des politiques commerciales au sein des différents canaux de distribution ou d'une même catégorie d'enseignes, pose légitimement la question de la « juste valeur » et du consentement à payer pour le consommateur.

C'est ainsi que les différentes propositions de coffrets de musique classique totalisant, pour certains d'entre eux, 170 ou 100 CD, vendus pour moins de 100 € TTC, font bien apparaître que d'excellents enregistrements sont, de facto, vendus à moins de un euro le CD.

Directement lié au cycle de vie d'une référence (nouveau/fonds de catalogue/opération spéciale de déclassement de prix/repackaging dans des opérations commerciales), le discount des fonds de catalogue désoriente le consommateur, devenu spectateur d'une stratégie court-termiste qui concourt à la dévalorisation du support.

L'effet en spirale de cette dévalorisation de l'offre physique a une double conséquence : un risque réel de disparition de producteurs et distributeurs indépendants et une frilosité compréhensible, en termes de prise de risque, pour les grandes maisons de production dès lors que le marché physique totalisant encore 90% du chiffre d'affaires de la filière (80 % à l'horizon 2010 ?) s'affaiblit progressivement.

Pour des raisons de communication financière, les grandes maisons de production qui sont tenues d'afficher des résultats, tentent de retrouver des taux de rentabilité au détriment de leur politique salariale, de désinvestissements sur des productions moyennes et de prise de risque sur des nouveaux artistes.

Les contrats commerciaux avec les opérateurs de l'informatique ou de la téléphonie qui constituent des développements sans doute à forte potentialité, semblent répondre, dans l'immédiat, à un besoin expressif de trésorerie (opérations de cash-payment).

Développé dans notre dernier rapport consacré à un état des lieux sur la diffusion numérique de la musique, les contraintes du démarrage du marché numérique révèlent, encore, d'énormes incertitudes qui pour être surmontées, appelleraient à un « new-deal » entre les différents opérateurs de l'aval de la filière quant au partage de la valeur ajoutée et des pouvoirs de prescription.

Rapport

I. Le marché du CD audio

I.A. Les indicateurs du marché

I.A.1. Tendances

Evolution des ventes de CD audio

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol**	CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	93,1%	-0,3 pt	-1,3 pt	-2,1 pt	-2,8 pt
	CD audio + DVD musical	83,1	-18,3%	-33,2%	-33,8%	-38,2%	100,0%	-	-	-	-
Val**	CD audio	1 065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	90,6%	-	-0,8 pt	-1,9 pt	-2,3 pt
	CD audio + DVD musical	1 176,3 €	-17,2%	-28,5%	-34,1%	-39,8%	100,0%	-	-	-	-
Réf	CD audio	284 706	+1,5%	+0,2%	-1,1%	+5,3%	95,9%	-0,3 pt	-0,8 pt	-1,4 pt	-2,3 pt
	CD audio + DVD musical	296 977	+1,8%	+1,1%	+0,4%	+7,9%	100,0%	-	-	-	-

** Exprimé en millions
*Base : total CD audio + DVD musical

En 2007, il s'est vendu 77,3 millions de CD audio, en baisse de -18,5% par rapport à 2006 et -40% depuis 2003, pour un chiffre d'affaires de 1 065,9 millions d'euros, en baisse de -17,2% par rapport à 2006 et -41,3% depuis 2003.

Le marché du CD audio représente, en 2007, 93,1% du marché du support musical (CD audio + DVD musical) en volume et 90,6% en valeur.

Evolution des ventes de CD audio par formats

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol**	Albums	69,2	-11,2%	-24,1%	-25,2%	-30,2%	89,6%	+7,4 pt	+11,7 pt	+12,1 pt	+12,5 pt
	Singles	8,1	-52,2%	-68,9%	-70,0%	-72,7%	10,4%	-7,4 pt	-11,7 pt	-12,1 pt	-12,5 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	100,0%	-	-	-	-
Val**	Albums	1 033,5 €	-15,2%	-26,1%	-31,9%	-37,8%	97,0%	+2,3 pt	+3,9 pt	+5,1 pt	+5,5 pt
	Singles	32,4 €	-52,7%	-69,0%	-76,0%	-79,0%	3,0%	-2,3 pt	-3,9 pt	-5,1 pt	-5,5 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	100,0%	-	-	-	-
Réf	Albums	278 326	+2,3%	+2,2%	+1,8%	+8,6%	97,8%	+0,7 pt	+1,9 pt	+2,7 pt	+3,0 pt
	Singles	6 380	-22,5%	-45,7%	-55,4%	-54,7%	2,2%	-0,7 pt	-1,9 pt	-2,7 pt	-3,0 pt
	Total CD audio	284 706	+1,5%	+0,2%	-1,1%	+5,3%	100,0%	-	-	-	-

** Exprimé en millions
*Base : total CD audio

Si le marché du CD audio a perdu, en valeur, -41,3% depuis 2003, c'est le format du single qui est le plus touché par cette décroissance, avec -79% depuis 2003, contre -37,8% pour le format album.

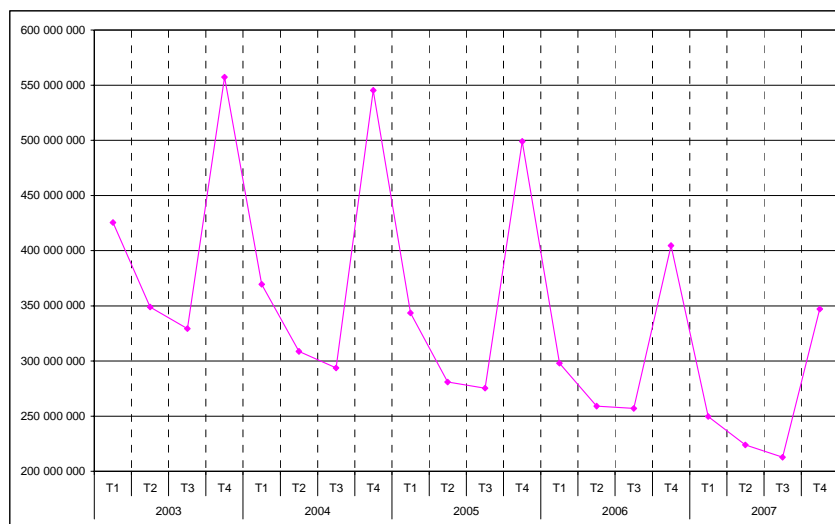
Le format single ne représente plus que 10,4% du marché en volume et 3% en valeur. L'accélération de la baisse constatée ces derniers mois laisse présager un format en fin de vie.

La faiblesse économique du format du single est la conséquence d'une politique commerciale, ce format n'étant plus attractif au regard des capacités du marché numérique.

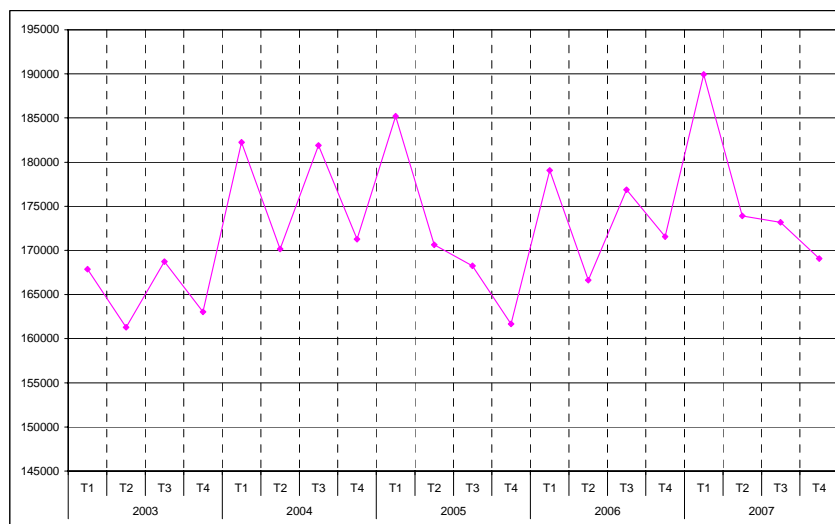
Un examen plus précis du marché du CD audio permet de relever que cette décroissance, qui reste liée à la baisse en volume est accentuée, en valeur, par le déclasserement de l'offre (prix bas) sur des opérations spéciales et sur les fonds de catalogues déjà amortis.

Ce décrochage au niveau de la politique tarifaire accélère l'effet de concentration sur une offre de références de plus en plus marketée. C'est ainsi que les prix des références les plus vendues, surtout des nouveautés, baissent peu depuis 2003.

Evolution trimestrielle des ventes d'albums en valeur depuis 2003



Evolution trimestrielle des références d'albums vendues depuis 2003



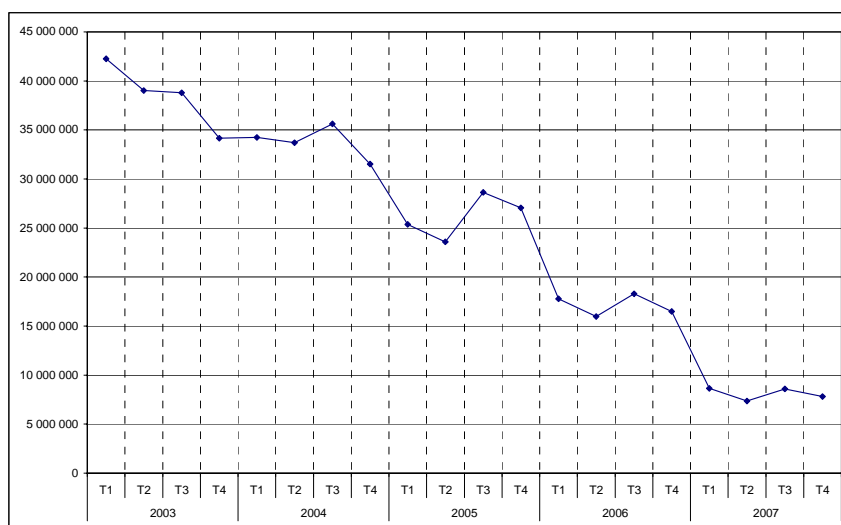
L'examen de ces deux courbes permet de constater l'asymétrie entre le nombre de références différentes vendues trimestriellement et leur traduction en chiffre d'affaires.

C'est ainsi que les pics de ventes en valeur des derniers trimestres (réalité d'un marché hyper saisonnier) sont faits sur un nombre plus restreint de références ; à l'inverse au cours des premiers trimestres, moins disants financièrement, période de soldes, les mètres linéaires sont abondamment chargés par des opérations spéciales et des références déclassées.

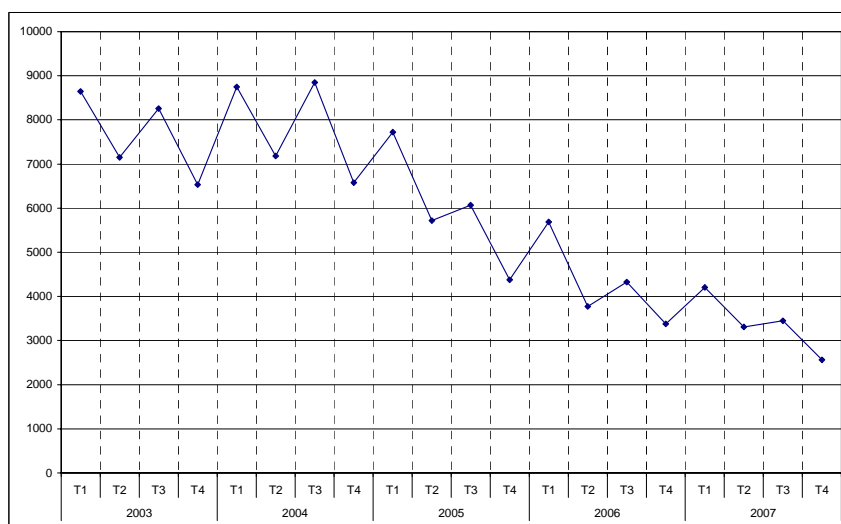
Les efforts du premier trimestre 2007 n'ont pas porté leurs fruits au vu des écarts significatifs entre l'offre de références et le chiffre d'affaires. L'explication est plurielle : baisse du pouvoir d'achat, crise du support, déclasserements massifs, report sur des contenus plus attractifs.

Le même examen, ci-dessous, concerne le format du single. L'observation est plus aisée car la symétrie des courbes traduit parfaitement l'obsolescence de ce format.

Evolution trimestrielle des ventes de singles en valeur depuis 2003



Evolution trimestrielle des références de singles depuis 2003



I.A.2. Segmentation des ventes par genres musicaux

Segmentation des ventes de CD audio et nombre de références vendues par genres musicaux

	Cumul					Parts de marché*				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume **										
Ambiance	1,4	+6,5%	-1,7%	-2,2%	-35,8%	1,8%	+0,4 pt	+0,6 pt	+0,6 pt	+0,1 pt
Autres / Indéfinis	0,3	-18,4%	-44,3%	-35,2%	-80,0%	0,4%	-	-0,1 pt	-	-0,7 pt
B.O.F.	1,4	-29,4%	-45,6%	-56,9%	-40,2%	1,9%	-0,3 pt	-0,4 pt	-0,9 pt	-
Classique	4,7	-6,7%	-15,7%	-0,8%	-2,2%	6,1%	+0,8 pt	+1,3 pt	+2,1 pt	+2,4 pt
Compilation	6,6	-25,3%	-35,8%	-38,4%	-49,0%	8,6%	-0,8 pt	-0,2 pt	-0,4 pt	-1,5 pt
Enfant	1,6	-54,5%	-77,6%	+57,8%	+70,6%	2,0%	-1,6 pt	-4,0 pt	+1,2 pt	+1,3 pt
Variété Française	30,3	-19,9%	-30,3%	-37,9%	-39,9%	39,1%	-0,7 pt	+2,1 pt	-1,6 pt	+0,1 pt
Variété Internationale	21,4	-17,2%	-30,9%	-38,1%	-44,1%	27,6%	+0,4 pt	+1,3 pt	-1,3 pt	-2,1 pt
Jazz / Blues	3,1	+3,3%	-21,4%	-34,6%	-28,3%	4,0%	+0,9 pt	+0,6 pt	+0,0 pt	+0,7 pt
Musiques Du Monde	3,4	-14,9%	-45,0%	-42,6%	-46,9%	4,4%	+0,2 pt	-0,9 pt	-0,6 pt	-0,6 pt
Opérations	3,1	-1,3%	-40,7%	-18,3%	-33,4%	4,0%	+0,7 pt	-0,4 pt	+0,8 pt	+0,4 pt
Total CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	100,0%	-	-	-	-
Valeur **										
Ambiance	14,5 €	-10,4%	-8,8%	-26,9%	-49,1%	1,4%	+0,1 pt	+0,3 pt	+0,2 pt	-0,2 pt
Autres / Indéfinis	3,9 €	-10,9%	-22,4%	-14,6%	-64,9%	0,4%	-	-	+0,1 pt	-0,2 pt
B.O.F.	20,6 €	-25,1%	-43,4%	-63,1%	-48,6%	1,9%	-0,2 pt	-0,5 pt	-1,4 pt	-0,3 pt
Classique	82,9 €	-14,2%	-4,4%	+3,9%	-0,5%	7,8%	+0,3 pt	+2,0 pt	+2,9 pt	+3,2 pt
Compilation	114,9 €	-25,3%	-33,3%	-39,3%	-49,8%	10,8%	-1,2 pt	-0,7 pt	-0,7 pt	-1,8 pt
Enfant	15,5 €	-43,0%	-64,6%	+11,8%	+13,4%	1,5%	-0,7 pt	-1,5 pt	+0,6 pt	+0,7 pt
Variété Française	415,6 €	-16,9%	-27,6%	-36,7%	-40,9%	39,0%	+0,1 pt	+0,8 pt	-0,8 pt	+0,2 pt
Variété Internationale	282,7 €	-17,0%	-31,0%	-36,8%	-44,0%	26,5%	+0,1 pt	-0,7 pt	-0,5 pt	-1,3 pt
Jazz / Blues	44,7 €	+1,6%	-13,5%	-41,4%	-34,8%	4,2%	+0,8 pt	+0,8 pt	-0,4 pt	+0,4 pt
Musiques Du Monde	47,4 €	-15,5%	-36,8%	-39,3%	-47,9%	4,4%	+0,1 pt	-0,5 pt	-0,3 pt	-0,6 pt
Opérations	23,1 €	+13,2%	-29,2%	-25,2%	-45,0%	2,2%	+0,6 pt	-	+0,3 pt	-0,1 pt
Total CD audio	1065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	100,0%	-	-	-	-
Nb de références										
Ambiance	7 444	-0,5%	+1,9%	-0,4%	+8,2%					
Autres / Indéfinis	1 297	-5,6%	-15,1%	-46,2%	-41,1%					
B.O.F.	6 682	-2,9%	-15,4%	-18,5%	-15,3%					
Classique	50 528	+9,6%	+16,0%	+20,4%	+23,2%					
Compilation	11 454	-11,1%	-3,9%	-1,0%	+7,3%					
Enfant	3 009	+4,4%	+9,9%	+15,0%	+25,6%					
Variété Française	19 314	+0,3%	+1,5%	+0,9%	+9,2%					
Variété Internationale	119 139	+0,4%	-3,8%	-5,1%	+2,9%					
Jazz / Blues	33 026	+4,3%	+5,6%	+3,0%	+10,8%					
Musiques Du Monde	31 927	-1,7%	-6,5%	-12,2%	-10,6%					
Opérations	886	+13,9%	+13,3%	+65,6%	+205,5%					
Total CD audio	284 706	+1,5%	+0,2%	-1,1%	+5,3%					

** Exprimé en millions

*Base : total CD audio

Selon la méthodologie GfK, les classifications **compilations et opérations spéciales** (souvent à bas prix) apparaissent, dès lors que les références représentent des thématiques à partir de genres musicaux différents. Ces deux sous segmentations comprennent généralement un regroupement de références sous un même code EAN. A titre d'exemple, un libellé article spécifique comme « OPE CATALOGUE MAI 2008 » sera mis par défaut en genre opérations.

Si 284 706 références ont été vendues au cours de l'année, à plus de 1 exemplaire, il faut rappeler que seules 8,2% des références vendues (hors opérations) totalisent, en 2007, tous formats confondus, 90% du marché en valeur (8,4% pour les albums et 7,8% pour les singles).

La variété française (voir nomenclature des genres en annexe) connaît encore un score important : avec 19 314 références vendues au moins une fois, elle totalise 415,6 millions d'euros, soit 39 % de parts de marché.

Notons que la possibilité de confection de playlist par les consommateurs, facilitée par la diffusion numérique et par le développement des usages « consumer to consumer », atténue l'attrait pour les compilations voire pour des opérations spéciales quelque soient les propositions du secteur éditorial.

Le fait marquant de l'analyse de la segmentation des ventes par genres musicaux depuis 2003 concerne le genre classique, qui, dans un marché en forte décroissance, maintient son niveau de vente à l'étiage de celui établi en 2003 !

La part de marché du CD audio classique sur le total marché CD audio s'accroît mécaniquement par rapport à 2003 de +2,4 points en volume et +3,2 points en valeur, pour représenter en 2007 : 6,1% de part de marché volume et 7,8% en valeur.

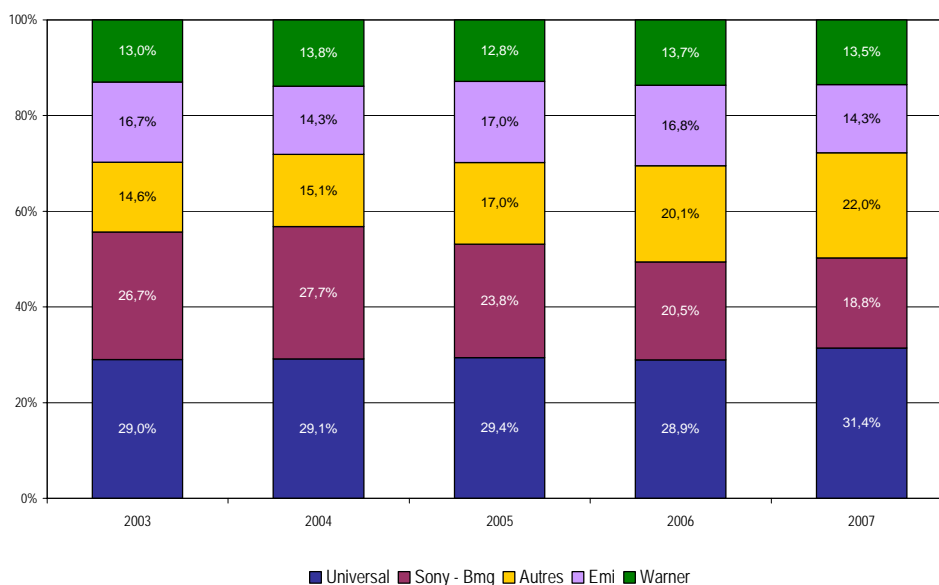
I.A.3. Segmentation des ventes par distributeurs

Segmentation des ventes de CD audio par distributeurs

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Universal	29,5%	+2,3 pt	+1,8 pt	+0,9 pt	+0,7 pt
	Sony - BMG	21,3%	-1,8 pt	-4,3 pt	-7,9 pt	-6,3 pt
	Warner	13,6%	-0,5 pt	+1,3 pt	-1,4 pt	-0,5 pt
	EMI	14,3%	-2,5 pt	-1,8 pt	+0,9 pt	-1,6 pt
	Autres	21,3%	+2,5 pt	+3,1 pt	+7,5 pt	+7,7 pt
	Total CD audio	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Universal	31,4%	+2,5 pt	+2,0 pt	+2,3 pt	+2,4 pt
	Sony - BMG	18,8%	-1,7 pt	-5,0 pt	-8,9 pt	-7,9 pt
	Warner	13,5%	-0,2 pt	+0,7 pt	-0,3 pt	+0,5 pt
	EMI	14,3%	-2,5 pt	-2,7 pt	-	-2,5 pt
	Autres	22,0%	+1,9 pt	+5,0 pt	+7,0 pt	+7,5 pt
	Total CD audio	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD audio

Répartition des ventes de CD audio par distributeurs en valeur



Universal, leader du marché, en volume et en valeur, réalise, avec 31,4%, près du tiers du marché valeur en 2007, sa part est en augmentation de +2,4 points par rapport à 2003.

La fusion de Sony et de BMG a entraîné une contre performance pour la nouvelle entité qui voit ses parts de marché fondre depuis 5 ans : 21,3% en volume (-6,3 points vs. 2003) et 18,8% en valeur (-7,9 points vs. 2003).

Le rapport entre distributeurs majors et indépendants évolue de façon constante au profit des distributeurs indépendants (dont l'import assuré par des points de vente), qui réalisent, en 2007, 22% du marché en valeur, en augmentation de +7,5 points depuis 2003.

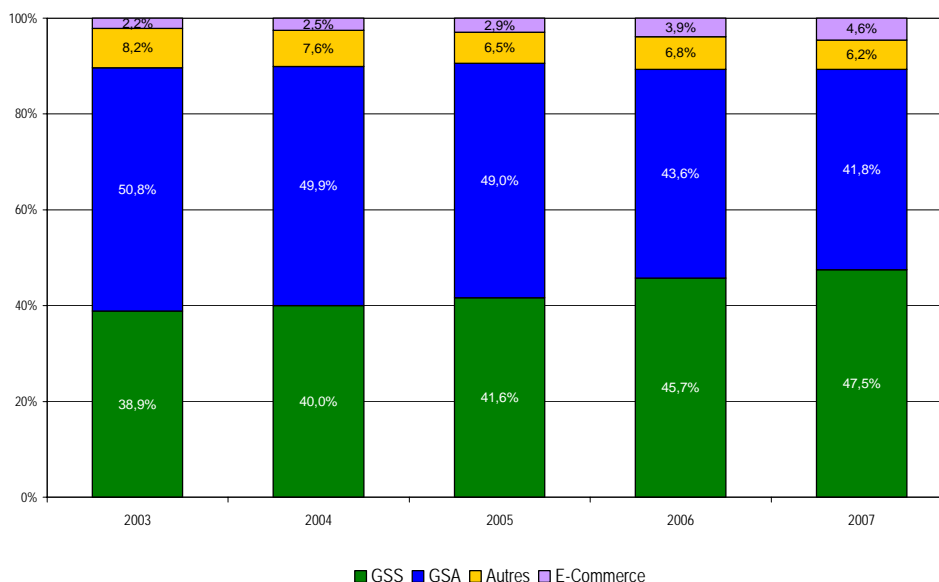
I.A.4. Segmentation des ventes par canaux de distribution

Segmentation des ventes de CD audio par canaux de distribution

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	GSA	45,4%	-4,2 pt	-11,7 pt	-10,3 pt	-11,3 pt
	GSS	44,3%	+3,6 pt	+9,6 pt	+9,3 pt	+10,6 pt
	Internet	4,4%	+0,9 pt	+1,9 pt	+1,9 pt	+2,0 pt
	Autres	5,9%	-0,4 pt	+0,3 pt	-0,9 pt	-1,4 pt
	Total CD audio	100,0%	-	-	-	-
Valeur	GSA	41,8%	-1,8 pt	-7,2 pt	-8,1 pt	-9,0 pt
	GSS	47,5%	+1,7 pt	+5,9 pt	+7,5 pt	+8,6 pt
	Internet	4,6%	+0,7 pt	+1,6 pt	+2,0 pt	+2,4 pt
	Autres	6,2%	-0,7 pt	-0,3 pt	-1,4 pt	-2,0 pt
	Total CD audio	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD audio

Répartition des ventes de CD audio par canaux de distribution en valeur



Concernant la segmentation des ventes de CD audio par canaux de distribution, l'évolution la plus sensible est le rééquilibrage des parts de marché entre GSA et GSS.

Suite aux nombreux repositionnements observés dans la grande distribution alimentaire et les arbitrages opérés au détriment de l'offre de CD audio, les GSA qui perdent, depuis 2003, -9 points en valeur, réalisent 41,8% du chiffre d'affaires du marché du CD audio en 2007.

Il sera démontré ci-après que la force de vente des GSA reste déterminante pour les performances de marché et ce quelles que soient les thématiques musicales.

Les grandes surfaces spécialisées profitent mécaniquement de ce retrait et deviennent, pour la 2^{ème} année consécutive, le premier canal de distribution en parts de marché valeur, avec 47,5% en 2007, en augmentation de +8,6 points depuis 2003.

L'extension du périmètre des points de vente des GSS : Fnac, Virgin ou Espaces Leclerc permet de constater que l'élargissement de leur périmètre explique en partie le bon repositionnement des GSS en termes de parts de marché.

La vente de CD audio sur internet (support physique), peine à s'imposer puisque internet ne capte que 4,6% du chiffre d'affaires du marché en 2007, en augmentation de seulement +2,4 points depuis 2003.

I.B. Les meilleures ventes par formats

I.B.1. Analyse du top 100 CD albums volume

(Cf. annexe 1)

Top 3, top 10, top 50, top 100 CD albums / marché du CD album

	Cumul (millions)					Parts de marché*					
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	
Volume	Top 3	2,5	+23,4%	+12,7%	-12,0%	+8,6%	3,6%	+1,0 pt	+1,2 pt	+0,5 pt	+1,3 pt
	Top 10	5,8	+3,7%	+4,7%	-19,1%	-0,9%	8,4%	+1,2 pt	+2,3 pt	+0,6 pt	+2,5 pt
	Top 50	13,8	-3,1%	-12,7%	-20,9%	-16,9%	20,0%	+1,7 pt	+2,6 pt	+1,1 pt	+3,2 pt
	Top 100	18,5	-6,4%	-19,0%	-26,1%	-23,0%	26,8%	+1,4 pt	+1,7 pt	-0,3 pt	+2,5 pt
	Total CD albums	69,2	-11,2%	-24,1%	-25,2%	-30,2%	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Top 3	41,6 €	+6,7%	-8,8%	-20,0%	+5,0%	4,0%	+0,8 pt	+0,8 pt	+0,6 pt	+1,6 pt
	Top 10	98,8 €	+2,1%	-7,0%	-24,3%	-6,7%	9,6%	+1,6 pt	+2,0 pt	+1,0 pt	+3,2 pt
	Top 50	223,8 €	-9,1%	-21,4%	-28,5%	-27,0%	21,7%	+1,5 pt	+1,3 pt	+1,0 pt	+3,2 pt
	Top 100	301,6 €	-14,6%	-26,6%	-32,9%	-33,0%	29,2%	+0,2 pt	-0,2 pt	-0,4 pt	+2,1 pt
	Total CD albums	1033,5 €	-15,2%	-26,1%	-31,9%	-37,8%	100,0%	-	-	-	-

*Base : Total CD albums

Répartition du top 100 CD albums par distributeurs

	Parts de marché*					Nb de références classées					
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	
Volume	Universal	45,0%	+13,1 pt	+11,1 pt	+12,5 pt	+15,2 pt	42	+9	-	-	+2
	Sony BMG	21,9%	-3,7 pt	-6,2 pt	-14,1 pt	-11,3 pt	24	+2	-6	-7	+3
	Warner	15,7%	-2,2 pt	-0,7 pt	-1,4 pt	+0,1 pt	13	-7	+3	-	+2
	EMI	12,3%	-9,7 pt	-7,5 pt	+0,5 pt	-5,5 pt	14	-7	+1	+7	-7
	Wagram	2,8%	+1,0 pt	+0,9 pt	+0,6 pt	+2,1 pt	3	+1	-	+1	-
	Naive	1,0%	+0,1 pt	+1,0 pt	+0,5 pt	-1,8 pt	2	+1	+1	-1	-
	Discograph	0,9%	+0,9 pt	+0,9 pt	+0,9 pt	+0,9 pt	1	+1	-	-	-
	Music Message	0,5%	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	1	+1	-	-	-
	Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-
	Valeur	Universal	46,8%	+12,4 pt	+11,8 pt	+13,7 pt	+15,1 pt				
Sony BMG		20,6%	-3,5 pt	-7,7 pt	-15,2 pt	-12,6 pt					
Warner		16,5%	-1,6 pt	+0,9 pt	-0,6 pt	+1,7 pt					
EMI		11,4%	-9,6 pt	-7,9 pt	+0,1 pt	-5,6 pt					
Wagram		2,8%	+1,1 pt	+0,9 pt	+0,6 pt	+2,2 pt					
Naive		1,0%	+0,2 pt	+1,0 pt	+0,4 pt	-1,7 pt					
Discograph		0,8%	+0,8 pt	+0,8 pt	+0,8 pt	+0,8 pt					
Music Message		0,1%	+0,1 pt	+0,1 pt	+0,1 pt	+0,1 pt					
Top 100		100,0%	-	-	-	-					

*Base : Top 100 CD albums

L'exploitation du top 100 permet de relever que 42 des 100 meilleures ventes de CD audio albums sont des références distribuées par Universal qui totalise 45% de parts de marché volume et 46,8% de parts de marché valeur.

Universal est en forte augmentation sur ce classement des 100 premières références car ce distributeur gagne +15,1 points de parts de marché valeur depuis 2003.

On peut aussi relever que seules 7 références de distributeurs indépendants sont classées dans le top 100 en 2007.

Top 10 CD albums en volume

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)	Prix
1	Life in Cartoon Motion	Mika	Universal	Barclay	923,6	16,2 €
2	Mon paradis	Christophe Maé	Warner	Warner	819,6	17,1 €
3	La voix d'un ange	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	783,4	16,2 €
4	Inventaire	Christophe Willem	Sony BMG	Vogue	597,7	16,9 €
5	La caravane des Enfoirés 2007	Les Enfoirés	Universal	Restos Du Cœur	577,9	22,9 €
6	Charango	Yannick Noah	Sony BMG	St George	564,7	15,5 €
7	Le Cœur d'un homme	Johnny Hallyday	Warner	Warner	463,1	19,5 €
8	Back to black	Amy Winehouse	Universal	AZ	443,3	15,4 €
9	Divinidylle	Vanessa Paradis	Universal	Barclay	337,4	17,3 €
10	Reprise des négociations	Bénabar	Sony BMG	Jive Records	329,6	10,4 €

Le top 10 des meilleures ventes de CD audio albums pour l'année 2007 comprend 8 références d'artistes ou groupes d'artistes francophones.

Le marché français confirme, en 2007, l'attractivité d'une production « locale » sans cesse renouvelée. En témoigne l'émergence artistique de nouveaux talents tels que Christophe Maé, classé à la 2^{ème} position et Christophe Willem, classé à la 4^{ème} position.

De nouveau en 2007, la production annuelle des Enfoirés, « *La Caravane des Enfoirés* », réalisée au profit des Restos du Cœur, se retrouve classée parmi les 10 meilleures ventes de CD audio.

Dans la conjoncture actuelle, les volumes du top 3 sont plus que satisfaisants au regard de ceux obtenus les années 2003 ou 2004. Cependant, la forte dégressivité des ventes constatée sur le seul top 10 illustre bien la concentration du marché.

Le top 3 des meilleures ventes de CD audio albums croît significativement de +8,6% en volume et +5 % en valeur depuis 2003.

Les succès sont toujours au rendez-vous, mais moins nombreux, si l'on observe la décroissance du top 100, de -33% en valeur depuis 2003.

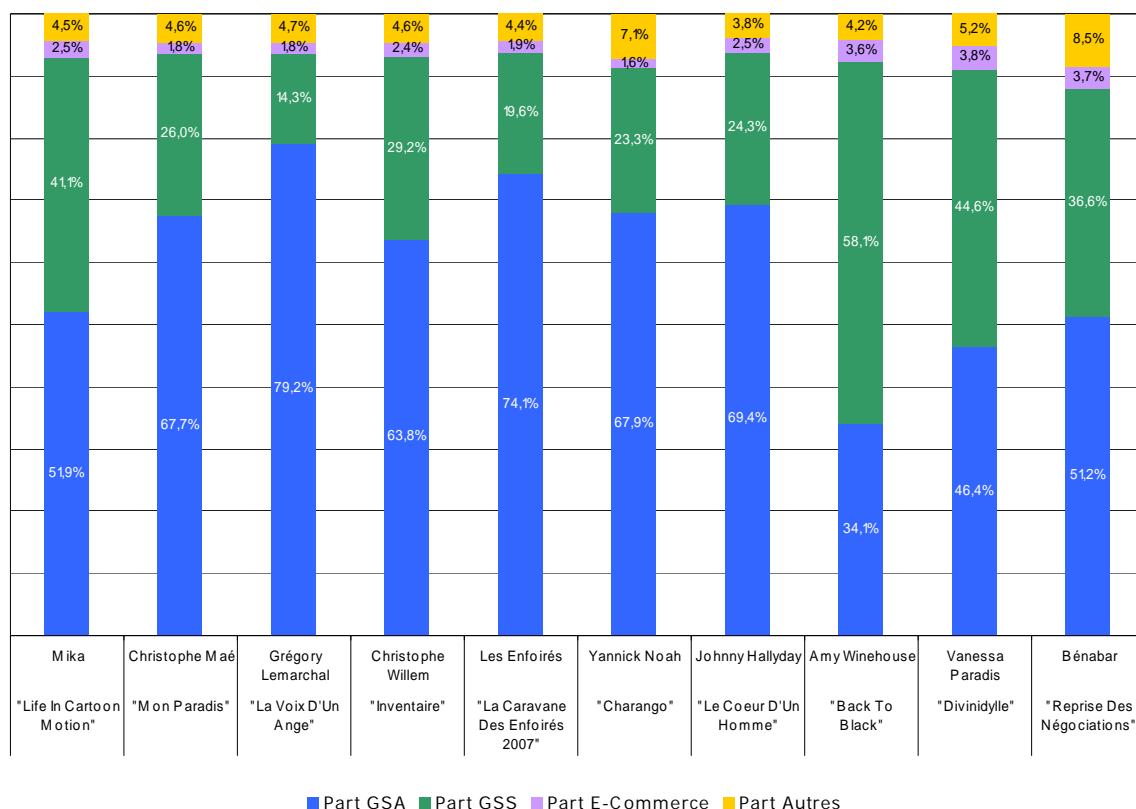
Le top 100 CD audio albums représente, en 2007, 29,2% du chiffre d'affaires des ventes d'albums, en augmentation de +2,1 points depuis 2003.

Le tableau ci-dessous confirme l'importance des GSA. Si les grandes surfaces alimentaires se désengagent du marché du CD audio, perdant des parts de marché au profit des grandes surfaces spécialisées, elles demeurent le canal de référence pour accompagner les ventes massives touchant, par leur zone de chalandise, les milieux populaires.

En effet, le top 10 des meilleures ventes reste largement « tiré », à une exception près, par des références vendues majoritairement dans le canal des GSA, réalisant jusqu'à 79,2% du chiffre d'affaires pour une référence, en l'occurrence « *La voix d'un ange* » de Grégory Lemarchal, vendue au prix moyen de 16,2 €.

On vérifiera que cette réalité commerciale touche également des genres thématiques plus spécifiques.

Répartition du top 10 CD albums par canaux de distribution en valeur



Analyse du top 100 CD albums : top 10 des interprètes en volume

	Parts de marché*					Nb de références classées				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume										
Grégory Lemarchal	6,6%	+6,6 pt	+5,7 pt	+6,6 pt	+6,6 pt	3	+3	+2	+3	+3
Mika	5,0%	+5,0 pt	+5,0 pt	+5,0 pt	+5,0 pt	1	+1	+1	+1	+1
Christophe Maé	4,4%	+4,4 pt	+4,4 pt	+4,4 pt	+4,4 pt	1	+1	+1	+1	+1
Christophe Willem	3,2%	+3,2 pt	+3,2 pt	+3,2 pt	+3,2 pt	1	+1	+1	+1	+1
Les Enfoirés	3,1%	-0,3 pt	-1,3 pt	+0,5 pt	+1,0 pt	1	-	-1	-	-
Yannick Noah	3,0%	+0,8 pt	+1,7 pt	-	+1,8 pt	1	-	-	-	-
Tokio Hotel	2,5%	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	3	+3	+3	+3	+3
Johnny Hallyday	2,5%	-0,2 pt	-0,8 pt	+2,5 pt	-	1	-2	-	+1	-2
Amy Winehouse	2,4%	+2,4 pt	+2,4 pt	+2,4 pt	+2,4 pt	1	+1	+1	+1	+1
Bénabar	2,3%	-0,9 pt	+1,5 pt	+1,5 pt	+1,8 pt	2	+1	+1	+1	+1
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Valeur										
Grégory Lemarchal	6,6%	+6,6 pt	+5,6 pt	+6,6 pt	+6,6 pt					
Mika	4,9%	+4,9 pt	+4,9 pt	+4,9 pt	+4,9 pt					
Christophe Maé	4,6%	+4,6 pt	+4,6 pt	+4,6 pt	+4,6 pt					
Christophe Willem	3,4%	+3,4 pt	+3,4 pt	+3,4 pt	+3,4 pt					
Les Enfoirés	4,4%	-	-1,2 pt	+1,2 pt	+1,9 pt					
Yannick Noah	2,9%	+0,7 pt	+1,7 pt	+0,1 pt	+1,7 pt					
Tokio Hotel	2,5%	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt					
Johnny Hallyday	3,0%	-0,6 pt	-0,9 pt	+3,0 pt	-1,4 pt					
Amy Winehouse	2,3%	+2,3 pt	+2,3 pt	+2,3 pt	+2,3 pt					
Bénabar	1,7%	-0,7 pt	+1,0 pt	+1,1 pt	+1,3 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-					

*Base : Top 100 CD albums

Concernant cette exploitation, la consolidation des ventes d'albums par interprètes, 5 artistes du top 10 apparaissent pour la première fois en 2007. 3 d'entre-eux sont des nouveaux talents 2007 qui connaissent dès leur début un fort succès : Mika, Christophe Maé et Christophe Willem. Les 5 autres sont des artistes plus confirmés, classés presque systématiquement dans les tops 100 des meilleures ventes annuelles depuis 2003 (excepté Grégory Lemarchal présent en 2005 suite à son décès).

I.B.2. Analyse du top 100 CD singles volume

(Cf. annexe 2)

Top 3, top 10, top 50, top 100 CD singles / marché du CD single

		Cumul (millions)					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Top 3	0,8	-27,5%	-79,3%	-72,8%	-63,9%	9,8%	+3,3 pt	-4,9 pt	-1,0 pt	+2,4 pt
	Top 10	1,8	-45,0%	-74,9%	-71,8%	-68,7%	21,8%	+2,9 pt	-5,2 pt	-1,4 pt	+2,8 pt
	Top 50	4,4	-49,5%	-70,2%	-71,5%	-70,4%	54,7%	+3,0 pt	-2,3 pt	-2,8 pt	+4,2 pt
	Top 100	5,9	-50,3%	-69,6%	-71,1%	-70,2%	73,5%	+2,9 pt	-1,7 pt	-2,8 pt	+6,3 pt
	Total CD singles	8,1	-52,2%	-68,9%	-70,0%	-72,7%	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Top 3	3,2 €	-27,8%	-79,3%	-79,2%	-71,9%	9,8%	+3,4 pt	-4,8 pt	-1,5 pt	+2,5 pt
	Top 10	7,1 €	-45,4%	-74,9%	-78,2%	-75,7%	21,8%	+2,9 pt	-5,1 pt	-2,2 pt	+2,9 pt
	Top 50	17,7 €	-49,8%	-70,2%	-77,4%	-77,1%	54,6%	+3,2 pt	-2,2 pt	-3,5 pt	+4,6 pt
	Top 100	23,8 €	-50,5%	-69,6%	-76,9%	-76,9%	73,3%	+3,2 pt	-1,4 pt	-2,9 pt	+6,7 pt
	Total CD singles	32,4 €	-52,7%	-69,0%	-76,0%	-79,0%	100,0%	-	-	-	-

*Base : Total CD singles

Le marché du CD single est très concentré : le top 3 réalise, à lui seul, 9,8% des ventes du segment en volume, pour l'équivalent en valeur, respectivement en hausse de +2,4 points et +2,5 points depuis 2003. Le top 100 couvre près des trois quarts du marché, avec 73,5% en volume (+6,3 points vs. 2003) et 73,3% en valeur (+6,7 points vs. 2003).

Répartition du top 100 CD singles par distributeurs

		Parts de marché*					Nb de références classées				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Sony BMG	38,7%	+0,1 pt	-3,0 pt	+1,4 pt	+7,5 pt	35	+1	-	-6	+2
	Universal	38,2%	+7,6 pt	+5,8 pt	+4,1 pt	-2,5 pt	37	+5	+6	+7	-1
	Warner	17,4%	-2,5 pt	+4,2 pt	-5,3 pt	-1,3 pt	20	-3	+2	-1	+2
	EMI	4,4%	-6,0 pt	-8,0 pt	-0,5 pt	-5,2 pt	5	-5	-10	-1	-6
	Wagram	0,9%	+0,3 pt	+0,5 pt	-0,2 pt	+0,9 pt	2	+1	+1	-	+2
	Discograph	0,5%	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	1	+1	+1	+1	+1
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-	
Valeur	Sony BMG	38,7%	+0,1 pt	-3,0 pt	+1,5 pt	+7,5 pt					
	Universal	38,2%	+7,6 pt	+5,8 pt	+4,0 pt	-2,5 pt					
	Warner	17,4%	-2,5 pt	+4,2 pt	-5,4 pt	-1,3 pt					
	EMI	4,4%	-6,0 pt	-8,0 pt	-0,2 pt	-5,2 pt					
	Wagram	0,9%	+0,3 pt	+0,5 pt	-0,3 pt	+0,9 pt					
	Discograph	0,5%	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-						

*Base : Top 100 CD singles

Sony BMG réalise les meilleures performances sur ce top 100 avec 38,7% du chiffre d'affaires en valeur, pour 35 références classées. La part de marché de Sony BMG augmente en valeur de +7,5 points depuis 2003.

Seules deux distributeurs indépendants sont représentés, Wagram et Discograph, ne totalisant que 1,4% du top 100 en valeur, pour 3 références classées.

Top 10 des ventes de CD audio singles en volume

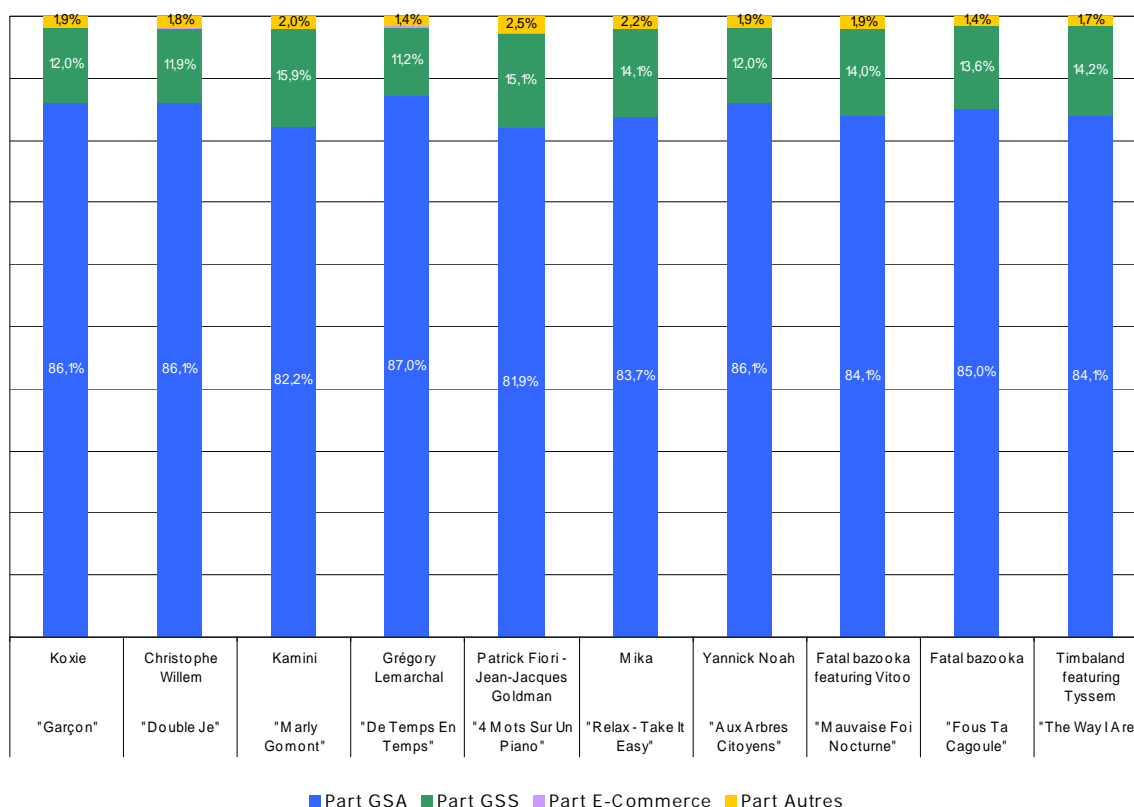
Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)	Prix
1	Garçon	Koxie	Universal	AZ	301,1	4,0 €
2	Double je	Christophe Willem	Sony BMG	Vogue	294,7	4,0 €
3	Marly Gomont	Kamini	Sony BMG	RCA	192,0	4,0 €
4	De temps en temps	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	179,7	4,0 €
5	4 mots sur un piano	Patrick Fiori – Jean-Jacques Goldman	Sony BMG	RCA	160,6	4,0 €
6	Relax - Take it easy	Mika	Universal	Barclay	133,5	4,0 €
7	Aux arbres citoyens	Yannick Noah	Sony BMG	St George	132,6	4,0 €
8	Mauvaise foi nocturne	Fatal bazooka featuring Vitoo	Warner	UP Music	128,1	4,0 €
9	Fous ta cagoule	Fatal bazooka	Warner	UP Music	124,1	4,0 €
10	The way I are	Timbaland featuring Tyssem	Universal	Polydor	113,8	4,0 €

Au sein de ce top 10, 8 références sont des productions de variété française.

Deux références sont issues de la sphère « User generated content », « *Garçon* » de Koxie et « *Marly Gomont* » de Kamini.

Le graphique ci-dessous illustre la prédominance des GSA sur les références les plus vendues, dans une fourchette de 81,9% à 87% de part de marché.

Répartition du top 10 CD singles par canaux de distribution en valeur



Analyse du top 100 CD singles : top 10 des interprètes en volume

	Parts de marché*					Nb de références classées				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume										
Christophe Willem	6,2%	+5,4 pt	+6,2 pt	+6,2 pt	+6,2 pt	2	+1	+2	+2	+2
Fatal bazooka	5,9%	+3,0 pt	+5,9 pt	+5,9 pt	+5,9 pt	3	+2	+3	+3	+3
Koxie	5,1%	+5,1 pt	+5,1 pt	+5,1 pt	+5,1 pt	1	+1	+1	+1	+1
Kamini	3,7%	+2,3 pt	+3,7 pt	+3,7 pt	+3,7 pt	2	+1	+2	+2	+2
Mika	3,1%	+3,1 pt	+3,1 pt	+3,1 pt	+3,1 pt	2	+2	+2	+2	+2
Grégory Lemarchal	3,0%	+3,0 pt	+1,4 pt	+3,0 pt	+3,0 pt	1	+1	-	+1	+1
Yannick Noah	2,8%	+2,0 pt	+2,8 pt	+1,9 pt	+2,8 pt	2	+1	+2	-	+2
Patrick Fiori – Jean- Jacques Goldman	2,7%	+2,7 pt	+2,7 pt	+2,7 pt	+2,7 pt	1	+1	+1	+1	+1
Rihanna	2,6%	+1,6 pt	+2,6 pt	+2,6 pt	+2,6 pt	2	-	+2	+2	+2
David Guetta	2,5%	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	2	+2	+2	+2	+2
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Valeur										
Christophe Willem	6,3%	+5,4 pt	+6,3 pt	+6,3 pt	+6,3 pt					
Fatal bazooka	5,9%	+3,0 pt	+5,9 pt	+5,9 pt	+5,9 pt					
Koxie	5,1%	+5,1 pt	+5,1 pt	+5,1 pt	+5,1 pt					
Kamini	3,7%	+2,3 pt	+3,7 pt	+3,7 pt	+3,7 pt					
Mika	3,1%	+3,1 pt	+3,1 pt	+3,1 pt	+3,1 pt					
Grégory Lemarchal	3,0%	+3,0 pt	+1,5 pt	+3,0 pt	+3,0 pt					
Yannick Noah	2,8%	+2,0 pt	+2,8 pt	+1,9 pt	+2,8 pt					
Patrick Fiori – Jean- Jacques Goldman	2,7%	+2,7 pt	+2,7 pt	+2,7 pt	+2,7 pt					
Rihanna	2,6%	+1,6 pt	+2,6 pt	+2,6 pt	+2,6 pt					
David Guetta	2,5%	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-					

*Base : Top 100 CD

Les performances du marché du single sont directement liées au marketing spécial de l'offre de ce format : on constate, en effet, un renouvellement rapide des artistes au point que de nombreux artistes de ce top 10 en 2007 ne se retrouvent pas classés dans l'historique des tops 100 consolidés annuels depuis 2003.

Fatal Bazooka, Christophe Willem, Kamini, Yannick Noah et Rihanna ne sont classés que dans 2 tops consécutifs : en 2006 et en 2007. (Rappelons que ce classement ne représente pas l'exhaustivité des ventes de l'artiste).

Par ailleurs, seuls 3 artistes/groupes d'artistes du top 10 sont considérés comme des artistes confirmés : Yannick Noah, le duo Patrick Fiori – Jean-Jacques Goldman et David Guetta.

1.B.3. Analyses croisées : relations entre le marché physique du disque, les diffusions radiophoniques et les investissements publicitaires

(Cf. annexes 8 à 10)

Depuis 2007, l'Observatoire de la musique privilégie l'entrée « artistes » dans tous les retraitements informatiques de ses bases de données s'agissant du marché physique, des performances d'audience pour les radios et des investissements publicitaires du secteur des éditions musicales.

Les « croisements » effectués sont repris dans les différents rapports annuels. Cette méthodologie répond au souhait de remettre l'artistique au cœur des analyses des marchés.

Le tableau ci-dessous illustre les synergies entre différentes stratégies menées par les secteurs de production : les investissements dans les médias, les diffusions allouées aux titres des artistes, la tarification de l'offre physique (l'examen des prix moyens pour le top 10 des meilleures ventes fait apparaître une fourchette comprise entre 15,4 € et 22,9 €).

Ce croisement reprend toutes les références (albums et singles) concernant un artiste, dès lors qu'elles apparaissent dans les tops 100 des deux formats, consolidés sur l'année.

Ce top 100 artistes totalise 188 références classées (albums et singles).

280 titres de ces artistes ont été diffusés 721 349 fois sur un panel de 31 radios.

Ces artistes ont bénéficié de 111,941 millions d'euros d'investissements publicitaires dont 84,878 millions en télévision et 27,062 millions en radio.

La présentation ci-dessous concerne un top 10 sachant que le top 100 figure en annexe.

Analyse des top 100 albums et top 100 singles : consolidation des ventes par artistes (top 10), examen croisé avec les diffusions radiophoniques et les investissements publicitaires

Top 100 Artistes – ventes en volume – 2007					Diffusions radiophoniques (titres diffusés plus de 400 fois)						Investissements publicitaires		
Rang	Artiste	Nbre de réf	Volume (milliers)	Meilleur rang **	Nbre de titres	Nbre de diff	Meilleur rang ***	Titre	Label	Distributeur *	Total Investissements	Dont TV	Dont radio
1	Grégory Lemarchal	4	1404,8	3 (album)	4	15 200	45	De temps en temps	Mercury	Universal	2 426 467 €	2 426 467 €	-
2	Mika	3	1107,0	1 (album)	5	38 023	1	Relax (take it easy)	Barclay	Universal	2 047 142 €	1 983 386 €	63 756 €
3	Christophe Willem	3	967,9	2 (single)	5	24 213	2	Double je	Vogue / Sony BMG Media	Sony BMG	1 920 194 €	1 920 194 €	-
4	Christophe Maé	3	890,3	2 (album)	7	34 794	4	On s'attache	Warner	Warner	5 003 651 €	4 426 921 €	576 730 €
5	Yannick Noah	3	729,7	6 (album)	10	21 944	65	Aux arbres citoyens	Columbia	Sony BMG	2 299 545 €	2 299 545 €	-
6	Tokio Hotel	6	597,2	28 (album)	3	7 911	61	Durch den monsun (Moonsoon)	Polydor	Universal	1 292 539 €	1 182 599 €	109 940 €
7	Les Enfoirés	1	577,9	5 (album)	5	7 173	107	Aimer à perdre la raison	ULM	Universal	1 227 487 €	745 631 €	481 856 €
8	Johnny Hallyday	2	526,8	7 (album)	3	1 757	1 027	Always	Warner	Warner	3 617 385 €	2 656 440 €	960 945 €
9	Amy Winehouse	1	443,3	8 (album)	2	10 430	41	Rehab	AZ	Universal	3 254 006 €	2 534 160 €	719 846 €
10	Fatal bazooka	3	431,8	9 (single)	3	5 756	146	Trankillement	UP Music	Warner	2 062 703 €	837 973 €	1 224 730 €

* Se référer à la nomenclature utilisée

** Meilleur rang des top 100 albums et singles

*** Classement des 1728 titres diffusés plus de 400

fois

On peut relever plusieurs observations sur ces traitements qui concernent le top 10 et le top 100 artistes :

- Les producteurs distribuent sur le marché des références diverses à partir de mêmes enregistrements. Cette offre est proposée avec des prix différents en fonction des contenus (+ bonus, +vidéo, etc.). C'est ainsi qu'à la suite du décès de Grégory Lemarchal et à l'appui d'émissions télé-rétrospectives (fort engagement d'Universal et TF1), 4 références figurent dans les Tops 100 ;
- Le volume des investissements ne garantit pas toujours des performances significatives de ventes sur le marché sauf à totaliser pour les performances de l'artiste, les recettes réalisées sur le spectacle vivant. L'exemple le plus significatif concerne le « retour » de Michel Polnareff ;
- Certains producteurs concentrent leurs plus gros investissements publicitaires sur un nombre restreint d'artistes comme Warner par exemple (Christophe Maé, Johnny Hallyday, Fatal Bazooka, James Blunt, Michael Bubl , MC Solaar) ;
- Le choix de la cible média pour les investissements publicitaires est directement lié 1) aux profils des publics compte-tenu de la notoriété des artistes et 2) aux canaux de distribution touchant ces publics. C'est ainsi que pour les cross-over du classique ou les albums souvenirs de grands chanteurs populaires, l'investissement principal est réalisé en télévision ;
- A l'inverse, certaines maisons de production investissent sur des nouveaux talents considérant que le retour sur investissement peut ne pas être immédiat. (c'est le sens même du métier de producteur) ;
- L'examen du top 100 artistes permet de vérifier qu'Universal, qui investit le plus dans les médias (44,2% des investissements du secteur éditorial sur ce top 100 artistes) connaît des performances de vente, en valeur, importantes (48,1% de part de marché sur les ventes de ce top 100 artistes) ;
- Sony BMG et Warner (22,9% et 20,3% des investissements Tv et radio) réalisent respectivement 23,1% et 16,3% de parts du marché en valeur sur les ventes de ce top 100 artistes. Les bons scores de Christophe Willem (nouvel artiste en 2007) et Yannick Noah peuvent expliquer le score de Sony BMG (respectivement rang n°3 et 5 du top 100).

A noter que les diffusions des titres en radio sont relativement peu importantes pour les artistes associés à Warner (17,8% de diffusions contre 40,9% pour Universal et 32,3% pour Sony), ce qui pourrait expliquer les faibles scores sur le marché physique.

Des artistes fortement « marketés » comme Michael Bubl , Kenzah Farah et MC Solaar ne figurent pas parmi le premier tiers de ce top 100 artistes, leurs ventes n'étant pas suffisamment importantes.

En terme de répartition par genres, la « variété française » obtient les meilleurs scores de ce top 100 artistes sur les 3 critères : marché physique (71,8% en valeur), diffusions radio (61,3%) et investissements publicitaires (72,8%). La variété internationale reste le genre le plus « rentable » : 23,4% du chiffre d'affaires du top 100 artistes pour seulement 19,5% des montants investis par les distributeurs. Il est vrai que ces artistes bénéficient de campagnes internationales largement reprises. De plus, la part en diffusions radio de la variété internationale est assez forte (37,8%) sur ce top 100 artistes. On observe une corrélation positive entre les diffusions radiophoniques et les performances sur le marché physique.

I.C. Le CD classique

I.C.1. Tendances

Evolution des ventes de CD classique

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol **	Classique	4,7	-6,7%	-15,7%	-0,8%	-2,2%	6,1%	+0,8 pt	+1,3 pt	+2,1 pt	+2,4 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	100,0%	-	-	-	-
Val **	Classique	82,9 €	-14,2%	-4,4%	+3,9%	-0,5%	7,8%	+0,1 pt	+2,0 pt	+2,9 pt	+3,2 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	100,0%	-	-	-	-
Réf	Classique	50 528	+9,6%	+16,0%	+20,4%	+23,2%	17,7%	+1,3 pt	+2,4 pt	+3,2 pt	+2,6 pt
	Total CD audio	284 706	+1,5%	+0,2%	-1,1%	+5,3%	100,0%	-	-	-	-

** Exprimé en millions
*Base : total CD audio

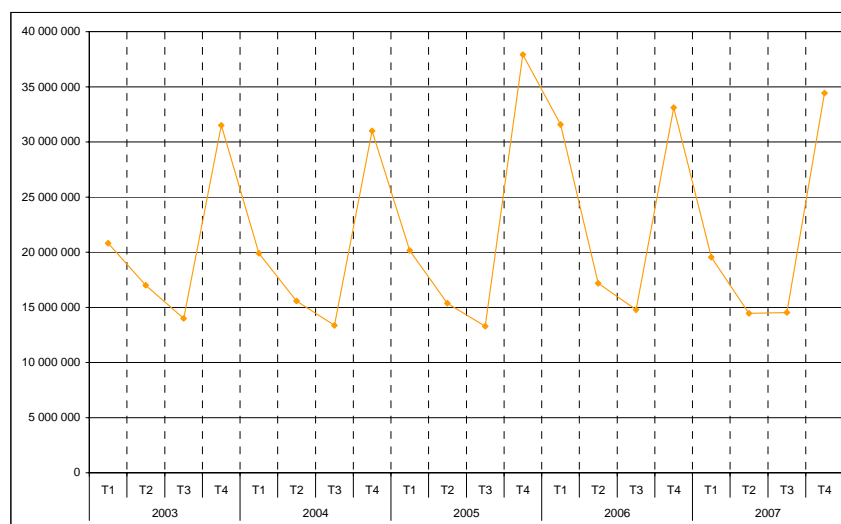
Si les ventes de CD audio classique ont mieux résisté à la chute des ventes de CD audio en 2005 et 2006, l'année 2007 marque un net recul, retrouvant des niveaux sensiblement identiques à ceux constatés en 2003 (-2,2% en volume et -0,5% en valeur vs. 2003).

Cependant, la baisse des ventes restant modérée au regard de celle constatée pour l'ensemble des ventes de CD audio, en parts de marché, les ventes de classique continuent de progresser mécaniquement, pour représenter en 2007 : 7,8% du chiffre d'affaires du marché du CD audio.

Le marché du classique ne retrouve pas en 2007 les volumes réalisés en 2005 à l'occasion du 250ème anniversaire de la mort de Mozart, marqué par la sortie de coffrets à forte valeur ajoutée.

Le nombre de références CD audio classique, vendues à au moins 1 exemplaire au cours de l'année 2007, s'élève à 50 528, en augmentation de +23,2% depuis 2003.

Evolution trimestrielle des ventes de CD classique en valeur depuis 2003



Quatre raisons laissent présager un déclin modéré pour la musique classique :

- Le disque classique, en tant qu'objet, reste encore un achat privilégié pour les cadeaux de fin d'année. Le marché du CD classique reste un marché saisonnier dont les ventes se concentrent à l'occasion des fêtes de fin d'année (23% des ventes en valeur en 2007 sur le seul mois de décembre).

- Phénomène de génération : les consommateurs de classique, concentrés sur des catégories plus âgées, sont moins enclins que les jeunes générations à changer leurs habitudes de consommation et se tourner vers les nouvelles technologies,

- Attachement à la qualification artistique que l'on retrouve bien moins dans les segments variété répondant à des logiques de consommation à court-terme (cf : musique jetable et interchangeable),

- Les propositions dans l'univers numérique s'avèrent toujours peu satisfaisantes du point de vue des usages (profondeur de l'offre, qualité d'écoute...).

Face à cela, cependant, de nombreux professionnels craignent une forme de dévaluation de l'offre de musique classique car certaines politiques de marketing risquent de se révéler à moyen voire à long terme désastreuses (cf : bradage de fonds de catalogues avec la multiplication de coffrets).

I.C.2. Segmentation des ventes par distributeurs

Segmentation des ventes de CD classique par distributeurs

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Universal	26,9%	+1,3 pt	-2,8 pt	-3,2 pt	-5,1 pt
	Sony - BMG	8,4%	+0,7 pt	+1,3 pt	-2,3 pt	-3,4 pt
	Warner	4,8%	-1,1 pt	-0,6 pt	-2,8 pt	-3,4 pt
	EMI	23,7%	+1,6 pt	+6,6 pt	+5,8 pt	+8,3 pt
	Autres	36,2%	-2,5 pt	-4,4 pt	+2,5 pt	+3,6 pt
	Total CD classique	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Universal	29,2%	+4,6 pt	-5,7 pt	-3,1 pt	-5,6 pt
	Sony - BMG	6,8%	+1,2 pt	+0,1 pt	-2,4 pt	-3,4 pt
	Warner	4,4%	+0,2 pt	-0,5 pt	-1,6 pt	-2,2 pt
	EMI	22,0%	+2,7 pt	+4,2 pt	+4,0 pt	+5,0 pt
	Autres	37,5%	-8,6 pt	+1,9 pt	+3,1 pt	+6,3 pt
	Total CD classique	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD classique

Le marché du CD audio classique reste caractérisé par la prédominance de deux distributeurs majeurs, Universal (avec des labels distribués tels que DECCA, Deutsche Grammophon, Philips...) et EMI (Capitol, EMI classics, Virgin classics). Ils concentrent à eux seuls plus la moitié du chiffre d'affaires généré pour 2007.

Un rééquilibrage s'est par ailleurs opéré entre ces deux opérateurs depuis 2003, EMI gagne +5 points de parts de marché valeur par rapport à 2003, Universal perd -5,6 points, tout en demeurant le 1^{er} distributeur.

Les distributeurs indépendants réalisent plus du 1/3 du chiffre d'affaires, soit 37,5% en 2007. Les 3 distributeurs indépendants les plus importants restent Abeille Musique, Harmonia Mundi et Naïve, les deux premiers étant des distributeurs spécialisés.

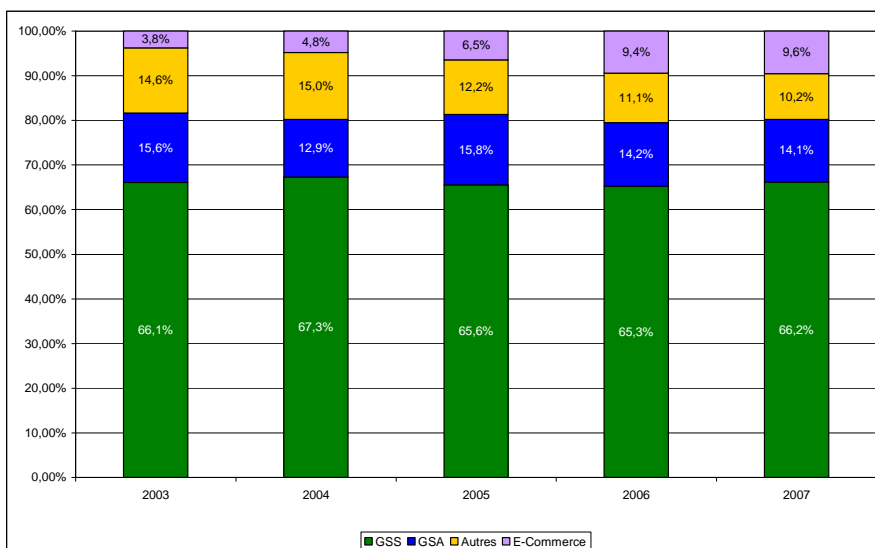
I.C.3. Segmentation des ventes par canaux de distribution

Segmentation des ventes de CD classique par canaux de distribution

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	GSA	16,2%	-2,4 pt	-10,9 pt	-	-3,5 pt
	GSS	64,6%	+3,2 pt	+9,1 pt	+1,7 pt	+4,2 pt
	Internet	8,9%	+1,7 pt	+3,6 pt	+4,1 pt	+4,8 pt
	Autres	10,3%	-2,6 pt	-1,8 pt	-5,7 pt	-5,5 pt
	Total CD classique	100,0%	-	-	-	-
Valeur	GSA	14,1%	-0,2 pt	-1,7 pt	+1,2 pt	-1,5 pt
	GSS	66,2%	+0,9 pt	+0,6 pt	-1,2 pt	+0,1 pt
	Internet	9,6%	+0,2 pt	+3,1 pt	+4,7 pt	+5,8 pt
	Autres	10,2%	-0,9 pt	-2,0 pt	-4,8 pt	-4,4 pt
	Total CD classique	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD classique

Répartition des ventes de CD classique par canaux de distribution en valeur



Les grandes surfaces spécialisées (GSS) sont le canal de distribution privilégié des genres musicaux de niche, tels que le classique et le jazz / blues, caractérisés à la fois par une abondance de l'offre (indisponible en profondeur en GSA) et par la spécialisation nécessitant une expertise accrue de la part des détaillants.

C'est pourquoi 66,2%, soit près des 2/3 du chiffre d'affaires du CD audio classique sont réalisés par le canal des GSS. Fait notable, le canal internet pèse de plus en plus pour la vente physique de CD audio classique : en 2007, les ventes de CD audio réalisées par les opérateurs internet tels que les sites de vente en ligne d'Abeille Musique, Fnac, Alapage, etc., représentent 9,6% des ventes du segment en valeur, contre 4,6% de part de marché pour l'ensemble du marché du CD audio, en hausse de +5,8 points par rapport à 2003.

I.C.4. Analyse du top 100 CD classique volume

(Cf. annexe 3)

Pour assurer un comparatif homogène, les tops analysés ci-après ont fait l'objet de retraitements depuis 2003. Les références sont classées selon une indexation volume.

Les opérations spéciales, du type travaux à façon pour le compte d'enseignes de la grande distribution alimentaire, ne sont pas reprises dans ces exploitations, tout comme les opérations transversales, à code barre unique, menées par certains labels correspondant à des coups marketing événementiel (anniversaires, opérations de déclassement...).

Enfin, les tops sont redressés en « cumul toutes éditions », les différentes éditions (limitées, incluant un bonus, incluant un livret...) d'une même production originale sont cumulées pour représenter la réalité des ventes générées par projet artistique.

Top 3, top 10, top 50, top 100 CD classique / marché du CD classique

	Cumul (millions)					Parts de marché*					
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	
Volume	Top 3	0,3	-23,8%	-41,5%	+38,2%	+60,9%	6,5%	-1,5 pt	-2,9 pt	+1,8 pt	+2,6 pt
	Top 10	0,6	-19,6%	-21,6%	+77,2%	+66,6%	13,5%	-2,2 pt	-1,0 pt	+5,9 pt	+5,6 pt
	Top 50	1,2	-7,2%	-5,9%	+71,1%	+46,1%	24,9%	-0,1 pt	+2,6 pt	+10,5 pt	+8,2 pt
	Top 100	1,4	-4,3%	-2,3%	+57,1%	+34,8%	29,8%	+0,8 pt	+4,1 pt	+11,0 pt	+8,2 pt
	Total CD classique	4,7	-6,7%	-15,7%	-0,8%	-2,2%	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Top 3	5,1 €	-70,2%	-46,0%	+24,3%	+45,3%	6,2%	-11,6 pt	-4,8 pt	+1,0 pt	+1,9 pt
	Top 10	10,5 €	-61,8%	-35,7%	+59,5%	+49,1%	12,7%	-15,9 pt	-6,2 pt	+4,4 pt	+4,2 pt
	Top 50	26,7 €	-26,3%	+10,2%	+113,5%	+77,6%	32,2%	-5,3 pt	+4,2 pt	+16,5 pt	+14,1 pt
	Top 100	31,1 €	-21,5%	+14,1%	+97,1%	+63,5%	37,5%	-3,5 pt	+6,1 pt	+17,7 pt	+14,7 pt
	Total CD classique	82,9 €	-14,2%	-4,4%	+3,9%	-0,5%	100,0%	-	-	-	-

*Base : Total CD classique

Le top 100 CD audio classique qui représente 37,5% du chiffre d'affaires du segment en 2007, part en progression de +14,7 points par rapport à 2003 est un marché qui reste fortement concentré : si 50 528 références CD audio classique se sont vendues à au moins 1 unité en 2007, seules 57, soit 0,1% des références CD audio classique, se sont vendues à plus de 6 000 exemplaires, seuil reconnu par de nombreux professionnels comme étant un levier de rentabilité leur permettant de financer d'autres productions non rentables.

Répartition du top 100 CD classique par distributeurs

	Parts de marché*					Nb de références classées				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume										
Universal	40,4%	+7,1 pt	-18,5 pt	-4,8 pt	-4,1 pt	24	-1	-7	-13	-8
EMI	37,8%	+2,4 pt	+16,2 pt	+16,1 pt	+10,6 pt	37	+5	+13	+22	+9
Sony BMG	6,0%	+2,4 pt	+3,4 pt	-1,9 pt	-8,4 pt	14	+6	+7	+1	-4
Abeille Musique	5,3%	-8,1 pt	+2,0 pt	+5,3 pt	+5,3 pt	5	-	-	+5	+5
Harmonia Mundi	3,7%	-1,9 pt	-1,2 pt	-6,7 pt	+1,2 pt	5	-7	-8	-12	-1
Naive	3,3%	-1,0 pt	-0,4 pt	-4,2 pt	-2,3 pt	5	-3	-	-2	-
Warner	1,2%	-2,0 pt	-1,7 pt	-2,6 pt	-0,3 pt	3	-4	-5	-3	-
Codaex France	0,7%	+0,7 pt	+0,2 pt	+0,7 pt	+0,7 pt	2	+2	-	+2	+2
Production Fnac	0,6%	+0,6 pt	+0,6 pt	+0,6 pt	+0,6 pt	2	+2	+2	+2	+2
Wagram	0,4%	-0,3 pt	-	-1,7 pt	-2,1 pt	1	-1	-	-1	-3
Disky	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	1	+1	+1	+1	+1
Nocturne	0,2%	+0,2 pt	+0,2 pt	-1,0 pt	-0,2 pt	1	+1	+1	-2	-
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Valeur										
Universal	36,3%	+13,7 pt	-18,2 pt	-9,7 pt	-7,3 pt					
EMI	31,6%	+8,3 pt	+11,9 pt	+8,5 pt	+1,4 pt					
Sony BMG	5,3%	+3,2 pt	+3,1 pt	-1,1 pt	-8,0 pt					
Abeille Musique	14,6%	-28,2 pt	+3,3 pt	+14,6 pt	+14,6 pt					
Harmonia Mundi	4,8%	+1,1 pt	+0,7 pt	-5,3 pt	+2,0 pt					
Naive	2,6%	-0,4 pt	-1,2 pt	-5,6 pt	-3,1 pt					
Warner	2,4%	+0,8 pt	-	-0,1 pt	+1,4 pt					
Codaex France	1,2%	+1,2 pt	+0,5 pt	+1,2 pt	+1,2 pt					
Production Fnac	0,6%	+0,6 pt	+0,6 pt	+0,6 pt	+0,6 pt					
Wagram	0,3%	-0,1 pt	-0,1 pt	-1,8 pt	-2,3 pt					
Disky	0,1%	+0,1 pt	+0,1 pt	+0,1 pt	+0,1 pt					
Nocturne	0,1%	+0,1 pt	+0,1 pt	-1,4 pt	-					
Top 100	100,0%	-	-	-	-					

*Base : Top 100 CD classique

Avec 24 références classées, Universal confirme sa place de leader totalisant 36,3% du chiffre d'affaires généré par les 100 meilleures ventes de CD audio classique.

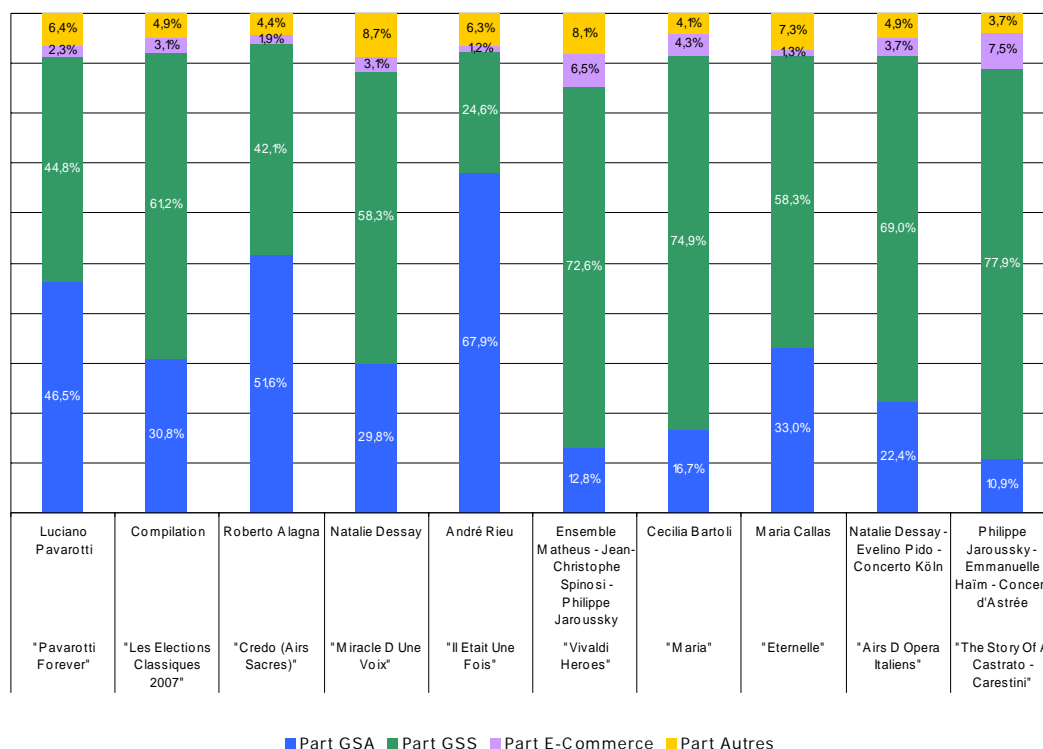
EMI, distributeur le plus classé avec 37 références dans le top 100, talonne Universal avec une part de marché en valeur de 31,6%.

Si Abeille Musique perd -28,2 points de parts de marché valeur par rapport à 2006, avec un nombre de références classées inchangé, le distributeur maintient sa première place en tant qu'indépendant.

Top 10 des ventes de CD classique en volume

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)	Prix
1	Pavarotti forever	Luciano Pavarotti	Universal	Decca	183,9	17,7 €
2	Les Elections classiques 2007	Compilation	EMI	EMI Classics	65,8	13,8 €
3	Credo (Airs sacrés)	Roberto Alagna	Universal	Deutsche Grammophon	59,8	15,9 €
4	Miracle d'une voix	Natalie Dessay	EMI	Virgin Classics	58,0	12,5 €
5	Il était une fois	André Rieu	Universal	Philips	56,8	18,1 €
6	Vivaldi Heroes	Ensemble Matheus - Jean-Christophe Spinosi - Philippe Jaroussky	EMI	Virgin Classics	52,6	11,6 €
7	Maria	Cecilia Bartoli	Universal	Decca	45,9	19,9 €
8	Eternelle	Maria Callas	EMI	EMI Classics	40,4	17,9 €
9	Airs d'opéra italiens	Natalie Dessay - Evelino Pido - Concerto Köln	EMI	Virgin Classics	39,8	18,9 €
10	The story of a castrato - Carestini	Philippe Jaroussky - Emmanuelle Haïm - Concert d'Astrée	EMI	Virgin Classics	35,2	19,1 €

Répartition du top 10 CD classique par canaux de distribution en valeur



Si l'on peut constater que certaines productions d'interprètes populaires se vendent mieux dans le réseau des grandes surfaces alimentaires (Luciano Pavarotti, Roberto Alagna, André Rieux), d'autres d'artistes comme Cecilia Bartoli, Natalie Dessay ou en développement comme Philippe Jarrousky, Emmanuelle Haim, l'ensemble Matheus sont vendues à près des trois quart de la valeur en GSS.

Analyse du top 100 CD classique : top 10 des interprètes en volume

		Parts de marché*					Nb de références classées				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Luciano Pavarotti	14,9%	+14,9 pt	+14,2 pt	+13,6 pt	+13,0 pt	5	+5	+4	+3	+3
	Roberto Alagna	7,1%	-5,3 pt	-12,3 pt	+7,1 pt	+7,1 pt	4	+1	+3	+4	+4
	André Rieu	7,0%	-2,5 pt	-7,6 pt	-18,0 pt	-14,4 pt	5	-1	-	-5	-3
	Maria Callas	4,5%	+2,0 pt	+3,1 pt	+1,7 pt	+2,1 pt	5	-	+2	+2	+1
	Natalie Dessay	4,1%	-1,7 pt	+3,5 pt	+1,1 pt	+2,2 pt	1	-	-	-1	-
	Ensemble Matheus - J-C Spinosi - P Jaroussky	3,7%	+2,2 pt	+3,7 pt	+3,7 pt	+3,7 pt	1	-	+1	+1	+1
	Cecilia Bartoli	3,3%	+0,7 pt	-5,6 pt	-1,8 pt	-3,7 pt	1	-1	-2	-4	-3
	N Dessay - E Pido - Concerto Köln	2,8%	+2,8 pt	+2,8 pt	+2,8 pt	+2,8 pt	1	+1	+1	+1	+1
	Andrea Bocelli	2,8%	-0,9 pt	+2,5 pt	+1,5 pt	-	2	+1	+1	-	-
	P Jaroussky - E Haim - Concert d'Astrée	2,5%	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	+2,5 pt	1	+1	+1	+1	+1
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-	
Valeur	Luciano Pavarotti	12,0%	+12,0 pt	+11,2 pt	+10,8 pt	+10,1 pt					
	Roberto Alagna	5,1%	-3,5 pt	-13,1 pt	+5,1 pt	+5,1 pt					
	André Rieu	6,1%	-	-7,0 pt	-19,7 pt	-13,9 pt					
	Maria Callas	6,2%	+4,9 pt	+4,9 pt	+3,3 pt	+3,5 pt					
	Natalie Dessay	2,3%	-1,4 pt	+1,9 pt	-0,8 pt	+0,4 pt					
	Ensemble Matheus - J-C Spinosi - P Jaroussky	2,0%	+1,0 pt	+2,0 pt	+2,0 pt	+2,0 pt					
	Cecilia Bartoli	2,9%	+1,3 pt	-6,0 pt	-2,1 pt	-4,4 pt					
	N Dessay - E Pido - Concerto Köln	2,4%	+2,4 pt	+2,4 pt	+2,4 pt	+2,4 pt					
	Andrea Bocelli	2,2%	-0,3 pt	+2,0 pt	+0,8 pt	-0,7 pt					
	P Jaroussky - E Haim - Concert d'Astrée	2,2%	+2,2 pt	+2,2 pt	+2,2 pt	+2,2 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-						

*Base : Top 100 CD classique

Le renouvellement des artistes les plus vendeurs, phénomène constaté principalement pour la variété où les succès sont souvent éphémères, ne semble pas concerner les interprètes classique, puisqu'aucun artiste du top 10 présenté ci-dessus n'est une révélation 2007.

La diva Maria Callas, dont les interprétations « tombent » successivement dans le domaine public fait l'objet, à l'appui de nombreuses rééditions, d'un engouement renouvelé. EMI classics, propriétaire des enregistrements originaux semble tenir à les rentabiliser avant que ceux-ci ne soient repris par la concurrence, en témoigne l'album « Naissance d'une diva », paru sous le label WEA en 2007 et distribué par Warner.

Luciano Pavarotti, dont le succès s'est accru depuis son décès, se hisse à la première position des artistes classés, avec 12% des ventes du top 100 CD audio classique en valeur, pour 5 références classées (aucune référence du ténor n'était classée en 2006).

I.C.5. « L'affaire » des coffrets

Analyse du top 100 CD classique : références vendues à plus de 50 euros

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)	Prix
36	L INTEGRALE STUDIO EN 70CD	Maria Callas	EMI	EMI CLASSICS	9,5	98,3 €
50	LA DISCOTHEQUE IDEALE CLASSIQUE 100CD	Compilation	WARNER	ERATO	6,5	89,1 €
30	BEETHOVEN 2007 - L INTEGRALE BRILLIANT CLASSICS 100CD	Compilation	ABEILLE MUSIQUE	BRILLIANT CLASSICS	11,9	88,2 €
28	BACH EDITION - L-INTEGRALE 155CD	Compilation	ABEILLE MUSIQUE	BRILLIANT CLASSICS	13,8	84,3 €
27	L OEUVRE DE MOZART - INTEGRALE COFFRET 170CD	Compilation	ABEILLE MUSIQUE	BRILLIANT CLASSICS	14,0	79,7 €
32	LES 50 PLUS GRANDS OPERAS DU MONDE 100CD	Compilation	UNIVERSAL	DECCA	10,8	76,0 €
51	200 ANS DE MUSIQUE A VERSAILLES 21CD	Compilation	CODAEX FRANCE	MBF	6,3	58,4 €
58	SCHUBERT - LES CHEFS-D OEUVRE	Compilation	EMI	EMI CLASSICS	5,9	52,1 €
71	LES CHEFS-D OEUVRE DE L OPERA 50 CD	Compilation	EMI	EMI CLASSICS	4,7	50,3 €
38	LES CHEFS-D OEUVRE DE BEETHOVEN PAR LES PLUS GRANDS ARTISTES 50CD	Compilation	EMI	EMI CLASSICS	9,0	50,3 €

Cette exploitation du top 100 classique permet d'illustrer l'essai infructueux des majors, courant après le succès rencontré par la très médiatique opération lancée par Abeille Musique, en 2005, avec le coffret Mozart.

Double interrogation de la part des grandes maisons de production disposant de répertoires prestigieux : l'opération Mozart marquait-elle une évolution de marché et une appétence particulière d'amateurs pour cette offre auquel cas il fallait suivre et faire mieux ou bien était-ce un temps fort médiatique, éphémère, et il fallait profiter de l'effet d'aubaine ?

Rappelons que le coffret Mozart s'est vendu depuis 2005 à plus de 175 000 unités.

Si les ventes 2007 ne sont pas à la hauteur des espérances, la question que l'on peut se poser est bien celle d'une forme de saturation du marché (avec pourtant pour certains coffrets des investissements media importants). Ce marketing pour ce traitement des fonds de catalogues répondait-il, in fine, à une attente des consommateurs ?

I.D. Le CD jazz / blues

I.D.1. Tendances

Evolution des ventes de CD jazz blues

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol **	Jazz/Blues	3,1	+3,3%	-21,4%	-34,6%	-28,3%	4,0%	+0,9 pt	+0,6 pt	+0,0 pt	+0,7 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	100,0%	-	-	-	-
Val **	Jazz/Blues	44,7 €	+1,6%	-13,5%	-41,4%	-34,8%	4,2%	+0,8 pt	+0,8 pt	-0,4 pt	+0,4 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	100,0%	-	-	-	-
Réf	Jazz/Blues	33 026	+4,3%	+5,6%	+3,0%	+10,8%	11,6%	+0,3 pt	+0,6 pt	+0,5 pt	+0,6 pt
	Total CD audio	284 706	+1,5%	+0,2%	-1,1%	+5,3%	100,0%	-	-	-	-

** Exprimé en millions
*Base : total CD audio

Le jazz / blues est le seul des 3 segments thématiques à présenter une hausse de ses ventes en volume et en valeur par rapport à 2006 : respectivement +3,3% et +1,6%. Néanmoins, le segment a perdu -28,3% en volume et -34,8% en valeur depuis 2003.

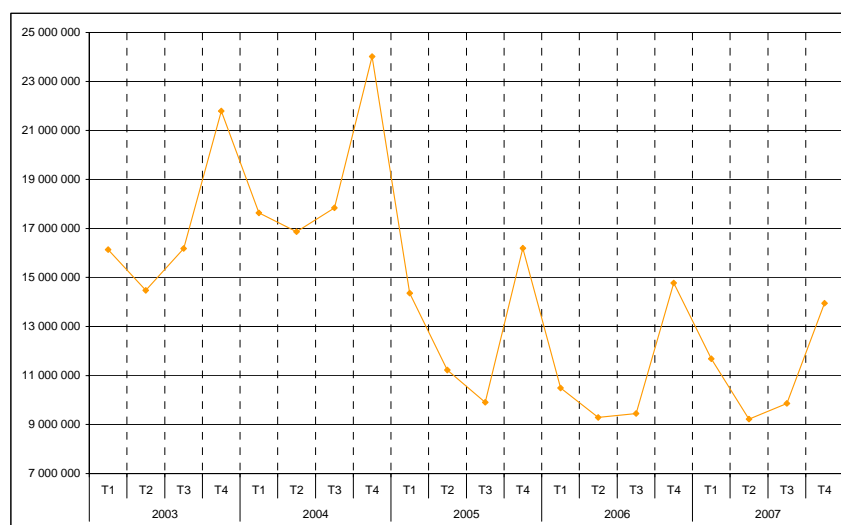
En 2007, le marché du jazz / blues représente 4,2% du chiffre d'affaires du CD audio.

Le nombre de références CD audio jazz / blues, vendues à au moins une unité au cours de l'année 2007, s'élève à 33 026, en hausse de +10,8% depuis 2003.

Le graphique ci-dessous montre que, pour ce segment, les ventes ont commencé à chuter à partir du 1^{er} trimestre 2005 (après l'embellie due au succès de Norah Jones), alors que la baisse était déjà entamée depuis 2003 pour l'ensemble du support CD audio.

Le segment jazz / blues est marqué par une forte saisonnalité (des pics de ventes sont constatés tous les 4^{ème} trimestres, à l'occasion des fêtes de fin d'année).

Evolution trimestrielle des ventes de CD jazz blues en valeur depuis 2003



I.D.2. Segmentation des ventes par distributeurs

Segmentation des ventes de CD jazz blues par distributeurs

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Universal	21,0%	-5,9 pt	-1,6 pt	-1,7 pt	-1,1 pt
	Sony - BMG	16,3%	+2,8 pt	+3,3 pt	+2,5 pt	-0,5 pt
	Warner	9,6%	+2,4 pt	-1,5 pt	-0,2 pt	+0,6 pt
	EMI	18,7%	+6,6 pt	+7,2 pt	-10,2 pt	-9,2 pt
	Autres	34,4%	-5,9 pt	-7,3 pt	+9,6 pt	+10,2 pt
	Total CD jazz / blues	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Universal	21,7%	-7,6 pt	-5,8 pt	-1,1 pt	+0,1 pt
	Sony - BMG	14,3%	+0,4 pt	-0,1 pt	+1,2 pt	-1,7 pt
	Warner	9,8%	+3,5 pt	-2,1 pt	+1,3 pt	+2,3 pt
	EMI	19,6%	+8,4 pt	+7,2 pt	-9,9 pt	-9,7 pt
	Autres	34,5%	-4,7 pt	+0,8 pt	+8,5 pt	+9,1 pt
	Total CD jazz / blues	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD jazz / blues

Sur le segment jazz / blues, les distributeurs indépendants détiennent la plus forte part de marché avec 34,4% en volume et 34,5% en valeur. Ils gagnent +9,1 points valeur depuis 2003, au détriment d'EMI qui en perd -9,7.

EMI est le deuxième distributeur major de CD jazz / blues, après Universal. La seule référence « *Not too late* » de Norah Jones sortie en 2006, réalisant presque un dixième du chiffre d'affaires du jazz / blues (9,9%) en 2007, permet à EMI d'augmenter de +8,4 points sa part de marché valeur (vs. 2006).

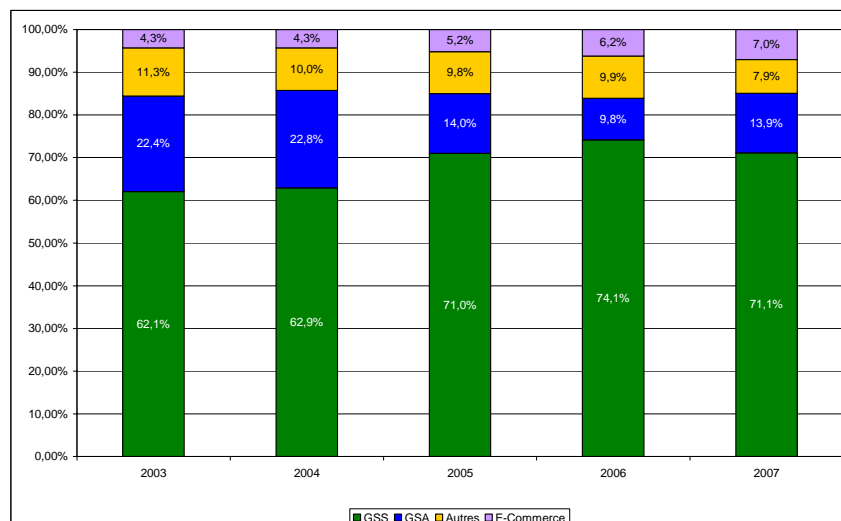
I.D.3. Segmentation des ventes par canaux de distribution

Segmentation des ventes de CD jazz blues par canaux de distribution

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	GSA	16,5%	+0,9 pt	-11,9 pt	-6,3 pt	-8,0 pt
	GSS	68,0%	-0,3 pt	+9,5 pt	+5,6 pt	+8,8 pt
	Internet	7,9%	+1,6 pt	+3,3 pt	+3,0 pt	+2,5 pt
	Autres	7,6%	-2,2 pt	-0,9 pt	-2,3 pt	-3,3 pt
	Total CD jazz / blues	100,0%	-	-	-	-
Valeur	GSA	13,9%	+4,2 pt	-0,1 pt	-8,9 pt	-8,5 pt
	GSS	71,1%	-3,0 pt	+0,1 pt	+8,2 pt	+9,1 pt
	Internet	7,0%	+0,8 pt	+1,8 pt	+2,7 pt	+2,7 pt
	Autres	7,9%	-2,0 pt	-1,8 pt	-2,0 pt	-3,3 pt
	Total CD jazz / blues	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD jazz / blues

Répartition des ventes de CD jazz blues par canaux de distribution en valeur



A l'instar du classique ou des musiques du monde, le jazz / blues est un genre musical de niche, davantage exposé dans les grandes surfaces spécialisées que dans les GSA.

Par conséquent, en 2007, les GSS réalisent 68% de part de marché en volume et 71,1% en valeur, parts en progression de respectivement +8,8 et +9,1 points depuis 2003.

I.D.4. Analyse du top 100 CD jazz / blues volume

(Cf. annexe 4)

Top 3, top 10, top 50, top 100 CD jazz blues / marché du CD jazz blues

	Cumul (millions)					Parts de marché*					
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	
Volume	Top 3	0,5	+172,3%	+135,9%	-49,4%	-34,2%	15,6%	+9,7 pt	+10,4 pt	-4,6 pt	-1,4 pt
	Top 10	0,6	+76,6%	+36,2%	-54,1%	-33,9%	20,2%	+8,4 pt	+8,6 pt	-8,6 pt	-1,7 pt
	Top 50	1,0	+30,7%	+4,9%	-52,8%	-34,1%	30,4%	+6,4 pt	+7,6 pt	-11,7 pt	-2,7 pt
	Top 100	1,1	+23,5%	-0,3%	-50,8%	-34,5%	36,5%	+6,0 pt	+7,7 pt	-12,0 pt	-3,4 pt
	Total CD jazz blues	3,1	+3,3%	-21,4%	-34,6%	-28,3%	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Top 3	8,2 €	+195,9%	+155,7%	-49,2%	-36,2%	18,3%	+12,0 pt	+12,1 pt	-2,8 pt	-0,4 pt
	Top 10	10,4 €	+97,6%	+38,3%	-56,7%	-37,9%	23,2%	+11,3 pt	+8,7 pt	-8,2 pt	-1,2 pt
	Top 50	15,3 €	+32,6%	+1,5%	-56,3%	-38,5%	34,3%	+8,0 pt	+5,0 pt	-11,7 pt	-2,1 pt
	Top 100	18,1 €	+21,8%	-3,5%	-54,8%	-39,7%	40,4%	+6,7 pt	+4,2 pt	-11,9 pt	-3,3 pt
	Total CD jazz blues	44,7 €	+1,6%	-13,5%	-41,4%	-34,8%	100,0%	-	-	-	-

*Base : Total CD jazz blues

Les 3 meilleures ventes, concernant les artistes Norah Jones, Michael Bubl  et Stacey Kent (3 artistes très « vendeurs » depuis 2003), totalisent à elles seules 18,3% du chiffre d'affaires du segment jazz / blues.

La meilleure vente, « *Not too late* » de Norah Jones, totalise 9,9% du chiffre d'affaires en 2007 ! « *Call me irresponsible* » de Michael Bubl  capte 5,6% du chiffre d'affaires et « *Breakfast on the morning tram* » de Stacey Kent, 2,7%.

La dégressivité des ventes reste importante puisque le top 10 recueille 23,2% du chiffre d'affaires du segment, c'est-à dire seulement 4,9 points de plus que le top 3.

Répartition du top 100 CD jazz blues par distributeurs

	Parts de marché*					Nb de références classées				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume										
EMI	36,8%	+17,0 pt	+16,3 pt	-9,2 pt	-21,5 pt	15	+4	-1	-2	-9
Universal	20,4%	-19,0 pt	-12,7 pt	-3,0 pt	+3,5 pt	25	-4	-4	-7	-6
Warner	18,0%	+11,5 pt	+0,3 pt	+12,9 pt	+14,8 pt	14	+5	-	+4	+8
Sony BMG	12,0%	-0,2 pt	-0,4 pt	+0,7 pt	-2,7 pt	18	-	+1	-7	-11
Harmonia Mundi	4,9%	-5,0 pt	-1,8 pt	-3,1 pt	+1,9 pt	11	-6	+1	+6	+6
Wagram	3,0%	+2,2 pt	+1,9 pt	+2,3 pt	+2,5 pt	7	+5	+4	+5	+6
Naive	2,8%	-1,4 pt	+1,1 pt	+0,4 pt	+2,8 pt	4	+2	+2	+1	+4
Pias France	0,7%	-0,5 pt	+0,7 pt	+0,7 pt	+0,7 pt	2	-1	+2	+2	+2
Nocturne	0,4%	-1,2 pt	-2,0 pt	+0,4 pt	+0,4 pt	1	-1	-2	+1	+1
Indépendant	0,4%	+0,4 pt	+0,4 pt	+0,4 pt	+0,4 pt	1	+1	+1	+1	+1
Abeille	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	1	+1	+1	+1	+1
Musique	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	1	+1	+1	+1	+1
Sounds	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	1	+1	+1	+1	+1
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-
Valeur										
EMI	37,0%	+20,8 pt	+18,5 pt	-8,5 pt	-22,2 pt					
Universal	20,1%	-20,8 pt	-14,8 pt	-3,4 pt	+3,3 pt					
Warner	17,8%	+11,7 pt	-	+12,0 pt	+15,0 pt					
Sony BMG	12,3%	-1,2 pt	+1,4 pt	+1,6 pt	-2,4 pt					
Harmonia Mundi	5,6%	-5,8 pt	-2,2 pt	-2,7 pt	+2,4 pt					
Wagram	2,8%	+2,0 pt	+1,6 pt	+2,0 pt	+2,3 pt					
Naive	2,5%	-1,6 pt	+0,5 pt	-0,1 pt	+2,5 pt					
Pias France	0,5%	-0,3 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt					
Nocturne	0,5%	-1,2 pt	-1,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt					
Indépendant	0,2%	+0,2 pt	+0,2 pt	+0,2 pt	+0,2 pt					
Abeille	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt					
Musique	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt					
Sounds	0,2%	+0,2 pt	+0,2 pt	+0,2 pt	+0,2 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-					

*Base : Top 100 CD jazz blues

Si les distributeurs indépendants sont majoritaires sur la totalité de ce marché, ils ne représentent sur le top 100 que 12,7% du chiffre d'affaires, pour 28 références classées. Le premier distributeur indépendant, Harmonia Mundi, génère 5,6% du chiffre d'affaires du top 100, pour 11 références classées.

Grâce aux succès de Norah Jones et Stacey Kent, EMI devance Universal sur ce top 100, avec 37% de part de marché, valeur en 2007, pour seulement 15 albums classés contre 20,1% pour Universal, avec 25 références classées.

Top 10 des ventes de CD jazz blues en volume

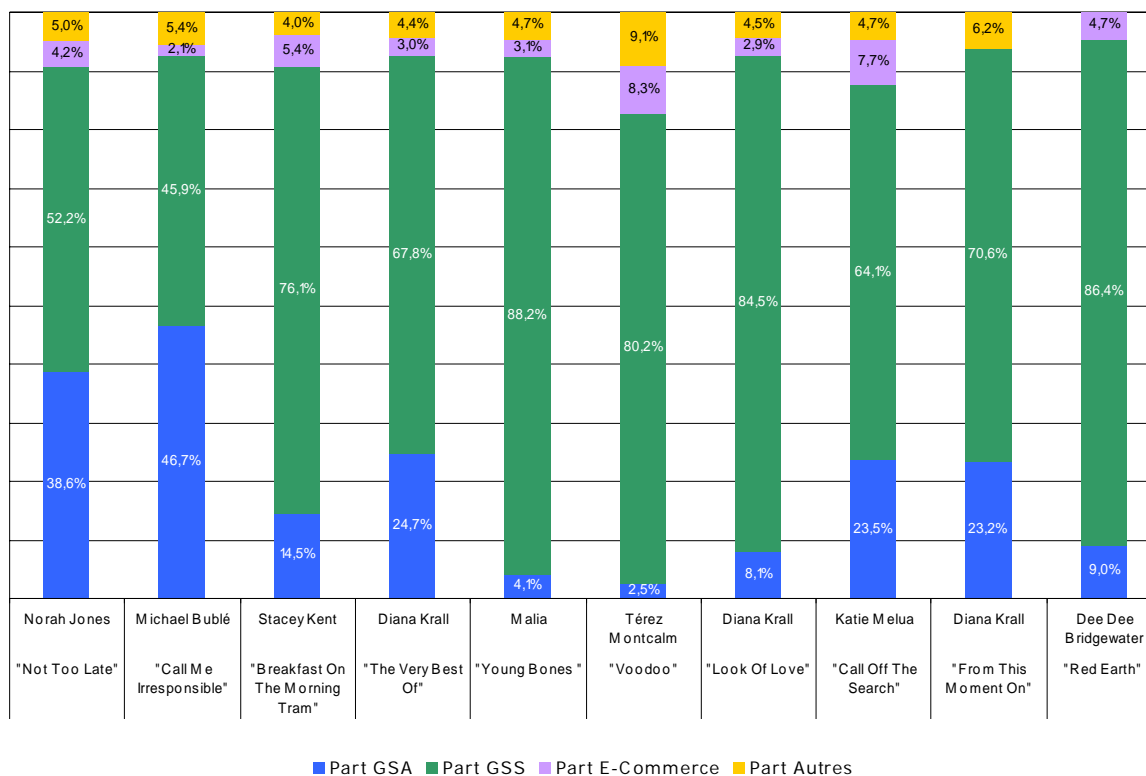
Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)	Prix
1	Not too late	Norah Jones	EMI	Blue Note	280,5	15,9 €
2	Call me irresponsible	Michael Bublé	Warner	WEA	138,7	18,0 €
3	Breakfast on the morning tram	Stacey Kent	EMI	Blue Note	69,6	17,6 €
4	The very best of	Diana Krall	Universal	Verve	26,7	17,5 €
5	Young bones	Malia	Sony BMG	Jive Epic Group	24,4	16,9 €
6	Voodoo	Térez Montcalm	Sony BMG	Francis Dreyfus Music	23,8	18,1 €
7	Look of love	Diana Krall	Universal	Verve	19,1	8,4 €
8	Call off the search	Katie Melua	Naive	Dramatico	18,2	10,4 €
9	From this moment on	Diana Krall	Universal	Verve	15,4	15,1 €
10	Red earth	Dee Dee Bridgewater	Universal	Emarcy	15,1	19,5 €

9 références classées parmi les 10 meilleures ventes de CD jazz / blues sont distribuées par des majors.

1 référence, « Call off the search » de Katie Melua, parue sous le label Dramatico, et distribuée par Naive, est classée à la 8^{ème} position.

Les 2 meilleurs albums de l'année 2007 se sont vendus respectivement à 38,6% et 46,7% en valeur dans les GSA, la part de marché valeur de ce canal pour l'ensemble du segment étant, rappelons-le, de 13,9%.

Répartition du top 10 CD jazz blues par canaux de distribution en valeur



Analyse du top 100 CD jazz blues : top 10 des interprètes en volume

		Parts de marché*					Nb de références classées				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Norah Jones	25,6%	+15,8 pt	+16,3 pt	-13,2 pt	-19,4 pt	3	-	-	-3	-2
	Michael Bublé	12,8%	+11,7 pt	+4,7 pt	+12,4 pt	+12,8 pt	2	-	-2	+1	+2
	Diana Krall	7,2%	-6,6 pt	-0,9 pt	-4,2 pt	+2,5 pt	5	-1	-	-2	+1
	Stacey Kent	6,1%	+5,7 pt	+5,4 pt	+4,7 pt	+3,8 pt	1	-	-	-	-2
	Madeleine Peyroux	3,4%	-5,7 pt	-4,8 pt	+1,8 pt	+3,4 pt	3	-	+1	+2	+3
	Nina Simone	2,3%	+1,8 pt	+1,6 pt	+2,0 pt	+1,9 pt	3	+2	+1	+2	+2
	Malia	2,1%	+2,1 pt	+2,1 pt	+1,6 pt	+1,6 pt	1	+1	+1	-1	-
	Térez Montcalm	2,1%	+2,1 pt	+2,1 pt	+2,1 pt	+2,1 pt	1	+1	+1	+1	+1
	Katie Melua	1,6%	-1,2 pt	+0,3 pt	-0,2 pt	+1,6 pt	1	-	-	-	+1
	Ray Charles	1,6%	-3,3 pt	-11,2 pt	-5,1 pt	+1,6 pt	4	-3	-6	-1	+4
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-	
Valeur	Norah Jones	25,1%	+19,4 pt	+17,6 pt	-12,9 pt	-19,8 pt					
	Michael Bublé	14,3%	+12,9 pt	+5,9 pt	+13,9 pt	+14,3 pt					
	Diana Krall	5,8%	-7,7 pt	-1,7 pt	-5,8 pt	+1,3 pt					
	Stacey Kent	6,8%	+6,3 pt	+5,9 pt	+5,2 pt	+4,3 pt					
	Madeleine Peyroux	2,7%	-6,2 pt	-5,4 pt	+0,9 pt	+2,7 pt					
	Nina Simone	2,1%	+1,8 pt	+1,4 pt	+1,8 pt	+1,6 pt					
	Malia	2,3%	+2,3 pt	+2,3 pt	+1,8 pt	+1,8 pt					
	Térez Montcalm	2,4%	+2,4 pt	+2,4 pt	+2,4 pt	+2,4 pt					
	Katie Melua	1,0%	-1,5 pt	-0,5 pt	-0,9 pt	+1,0 pt					
	Ray Charles	1,5%	-2,7 pt	-11,5 pt	-6,3 pt	+1,5 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-						

*Base : Top 100 CD jazz blues

Le marché du CD audio jazz / blues est très concentré : les 24 références des 10 interprètes les mieux représentés au sein du top 100 CD jazz / blues, représentent 63,9% du chiffre d'affaires du top 100, Norah Jones en réalisant 25,1%. Les artistes les plus vendeurs connaissent des succès récurrents puisque 4 artistes sur 10 sont classés dans **tous les tops 100 annuels** depuis 2003.

I.E. Le CD musiques du monde

I.E.1. Tendances

Evolution des ventes de CD musiques du monde

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol**	Musiques du monde	3,4	-14,9%	-45,0%	-42,6%	-46,9%	4,4%	+0,2 pt	-0,9 pt	-0,6 pt	-0,6 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	100,0%	-	-	-	-
Val**	Musiques du monde	47,4 €	-15,5%	-36,8%	-39,3%	-47,9%	4,4%	+0,1 pt	-0,5 pt	-0,3 pt	-0,6 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	100,0%	-	-	-	-
Réf	Musiques du monde	31 927	-1,7%	-6,5%	-12,2%	-10,6%	11,2%	-0,4 pt	-0,8 pt	-1,4 pt	-2,0 pt
	Total CD audio	284 706	+1,5%	+0,2%	-1,1%	+5,3%	100,0%	-	-	-	-

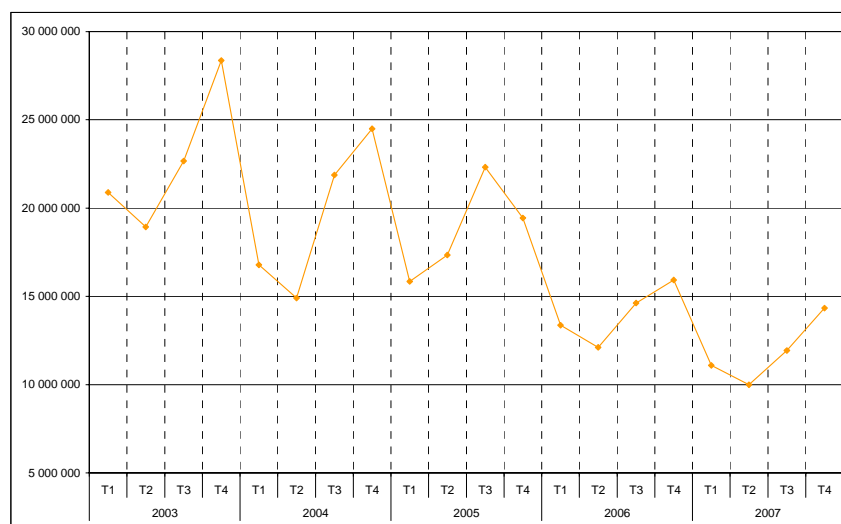
** Exprimé en millions
*Base : total CD audio

Les ventes de CD audio musiques du monde ne cessent de décroître depuis 2003, perdant -46,9% en volume et -47,9% en valeur sur la période.

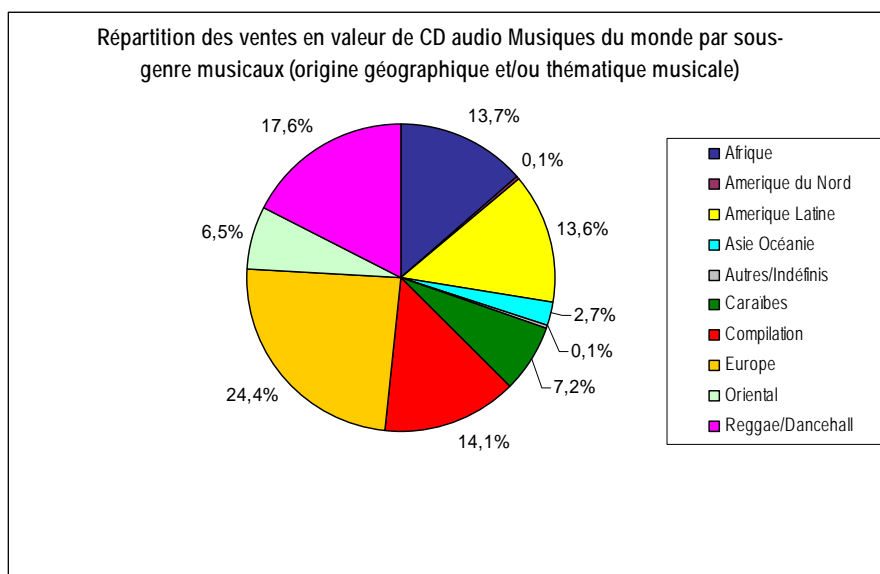
Le segment musiques du monde représente 4,4% des ventes de CD audio en volume et en valeur.

Le nombre de références CD audio musiques du monde, vendues à au moins un exemplaire au cours de l'année 2007, s'élève à 31 927, en baisse de -10,6% depuis 2003.

Evolution trimestrielle des ventes de CD musiques du monde en valeur depuis 2003



I.E.2. Segmentation des ventes par sous-genres



Dans une segmentation des musiques du monde par origine géographique, l'Europe reste dominante avec 24,4% de part de marché valeur (vs. 22,5% en 2006). Le Reggae / Dancehall, l'Afrique et l'Amérique latine captent respectivement 17,6%, 13,7% et 13,6% du chiffre d'affaires du segment en 2007 (vs. 19%, 17,2% et 18,5% en 2006).

I.E.3. Segmentation des ventes par distributeurs

Segmentation des ventes de CD musiques du monde par distributeurs

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Universal	13,8%	-0,7 pt	-1,7 pt	-1,2 pt	-2,1 pt
	Sony - BMG	12,5%	-5,7 pt	-9,4 pt	-5,1 pt	-2,9 pt
	Warner	10,6%	+3,8 pt	+1,3 pt	-13,8 pt	-7,3 pt
	EMI	9,9%	+0,5 pt	-0,9 pt	+2,6 pt	-1,3 pt
	Autres	53,2%	+2,0 pt	+10,6 pt	+17,5 pt	+13,6 pt
	Total CD musiques monde	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Universal	14,6%	-0,9 pt	-2,3 pt	-1,0 pt	-0,2 pt
	Sony - BMG	11,9%	-3,5 pt	-5,6 pt	-4,5 pt	-4,8 pt
	Warner	8,4%	+1,6 pt	+0,8 pt	-8,7 pt	-4,1 pt
	EMI	8,6%	+0,6 pt	-1,9 pt	+0,4 pt	-3,8 pt
	Autres	56,5%	+2,3 pt	+8,9 pt	+13,9 pt	+12,9 pt
	Total CD musiques monde	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD musiques du monde

En 2007, les distributeurs indépendants génèrent plus de la moitié des ventes de CD audio musiques de monde : 53,2% en volume et 56,5% en valeur, parts respectivement en progression de +13,6 et +12,9 points vs. 2003.

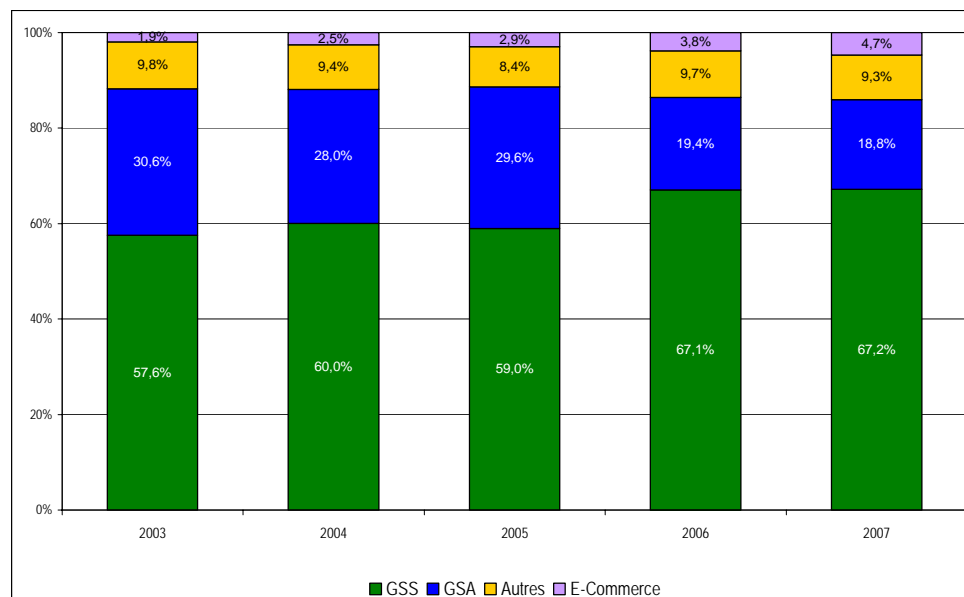
I.E.4. Segmentation des ventes par canaux de distribution

Segmentation des ventes de CD musiques du monde par canaux de distribution

		Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	GSA	24,8%	-1,9 pt	-19,9 pt	-15,1 pt	-14,5 pt
	GSS	61,8%	+1,2 pt	+15,6 pt	+12,1 pt	+11,8 pt
	Internet	4,6%	+0,9 pt	+2,3 pt	+2,3 pt	+2,5 pt
	Autres	8,7%	-0,2 pt	+1,9 pt	+0,7 pt	+0,2 pt
	Total CD musiques monde	100,0%	-	-	-	-
Valeur	GSA	18,8%	-0,6 pt	-10,9 pt	-9,3 pt	-11,9 pt
	GSS	67,2%	+0,1 pt	+8,2 pt	+7,2 pt	+9,6 pt
	Internet	4,7%	+0,9 pt	+1,8 pt	+2,2 pt	+2,8 pt
	Autres	9,3%	-0,5 pt	+0,9 pt	-0,1 pt	-0,5 pt
	Total CD musiques monde	100,0%	-	-	-	-

*Base : total CD musiques du monde

Répartition des ventes de CD musiques du monde par canaux de distribution en valeur



Sur l'année 2007, en structure de marché, les GSS confirment leur positionnement, à hauteur de 61,8% en volume (+11,8 points par rapport à 2003) et 67,2% en valeur (+9,6 points).

La part du canal internet suit la tendance observée pour le marché du CD audio, à savoir une progression de +2,8 points en valeur par rapport à 2003, pour s'établir à 4,7% du chiffre d'affaires du segment.

I.E.5. Analyse du top 100 CD musiques du monde volume

(Cf. annexe 5)

Top 3, top 10, top 50, top 100 CD musiques du monde / marché du CD musiques du monde

		Cumul (millions)				Parts de marché*					
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Top 3	0,2	-40,3%	-84,6%	-85,4%	-75,6%	4,5%	-1,9 pt	-11,5 pt	-13,2 pt	-5,3 pt
	Top 10	0,4	-23,8%	-78,0%	-75,3%	-59,5%	11,5%	-1,3 pt	-17,3 pt	-15,3 pt	-3,6 pt
	Top 50	0,8	-21,3%	-68,7%	-64,9%	-57,6%	24,5%	-2,0 pt	-18,7 pt	-15,6 pt	-6,2 pt
	Top 100	1,1	-18,6%	-63,5%	-59,9%	-56,9%	32,1%	-1,4 pt	-16,4 pt	-13,9 pt	-7,4 pt
	CD musiques monde	3,4	-14,9%	-45,0%	-42,6%	-46,9%	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Top 3	1,2 €	-38,3%	-82,5%	-82,8%	-69,5%	2,6%	-1,0 pt	-6,8 pt	-6,6 pt	-1,9 pt
	Top 10	5,0 €	-8,9%	-65,7%	-59,6%	-42,5%	10,5%	+0,8 pt	-8,8 pt	-5,3 pt	+1,0 pt
	Top 50	11,3 €	-13,7%	-58,1%	-52,8%	-55,7%	23,9%	+0,5 pt	-12,2 pt	-6,8 pt	-4,2 pt
	Top 100	15,1 €	-11,3%	-52,2%	-47,9%	-56,0%	32,0%	+1,5 pt	-10,3 pt	-5,2 pt	-5,9 pt
	CD musiques monde	47,4 €	-15,5%	-36,8%	-39,3%	-47,9%	100,0%	-	-	-	-

*Base : Total CD musiques du monde

Le marché du CD audio musiques du monde n'est pas porté par des artistes récurrents très vendeurs, au même titre que le marché du jazz / blues.

En 2007, les ventes du top 3 ont diminué de -75,6% en volume et de -69,5% en valeur depuis 2003, pour s'établir à 4,5% des ventes unitaires du segment et 2,6% du chiffre d'affaires. Le top 100 représente 32,1% des ventes du genre musiques du monde en volume et 32% en valeur. La régression des ventes du top 100 est plus forte, au regard de celle constatée sur l'ensemble du segment : -56,9% en volume et -56% en valeur par rapport à 2003.

Répartition du top 100 CD musiques du monde par distributeurs

		Parts de marché*				Nb de références classées					
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Warner	24,3%	+17,0 pt	+9,1 pt	-24,4 pt	-14,1 pt	14	+3	-6	-11	-8
	Universal	17,5%	-4,7 pt	-3,4 pt	-0,1 pt	-2,5 pt	13	-11	-13	-16	-9
	Sony BMG	16,0%	-18,5 pt	-18,0 pt	-7,5 pt	-4,3 pt	16	-7	-4	-4	-9
	EMI	11,2%	+2,5 pt	-1,5 pt	+9,4 pt	+2,4 pt	13	+2	+1	+7	-1
	Wagram	9,9%	-0,5 pt	-2,5 pt	+7,5 pt	+7,9 pt	16	+9	+6	+10	+12
	Harmonia Mundi	6,2%	+1,1 pt	+3,6 pt	+4,3 pt	+4,7 pt	9	+3	+3	+7	+8
	Keltia Musique	4,1%	+0,9 pt	+4,1 pt	+4,1 pt	+4,1 pt	4	+1	+4	+4	+4
	Fisher Price	2,2%	+0,9 pt	+2,2 pt	+2,2 pt	+2,2 pt	2	-	+2	+2	+2
	Somerset Entertainment	2,0%	+1,5 pt	+2,0 pt	+2,0 pt	+2,0 pt	2	+1	+2	+2	+2
	Pias France	1,6%	+0,8 pt	+1,6 pt	+1,6 pt	+1,3 pt	4	+2	+4	+4	+3
	Unisson	1,6%	+0,5 pt	+1,6 pt	+1,6 pt	+1,6 pt	1	-	+1	+1	+1
	Nocturne	1,2%	+0,6 pt	+1,2 pt	+1,0 pt	+1,2 pt	2	+1	+2	+1	+2
	Naive	0,9%	-1,3 pt	-0,7 pt	-0,7 pt	+0,2 pt	2	-1	-1	-1	-
	Impogram Bv	0,8%	+0,8 pt	+0,8 pt	+0,8 pt	+0,8 pt	1	+1	+1	+1	+1
	Coop Breizh	0,6%	+0,6 pt	+0,4 pt	+0,6 pt	+0,6 pt	1	+1	-	+1	+1
	Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-
	Valeur	Warner	18,6%	+10,9 pt	+5,5 pt	-22,3 pt	-9,5 pt				
Universal		19,4%	-6,3 pt	-3,6 pt	+1,3 pt	-0,7 pt					
Sony BMG		17,2%	-12,6 pt	-8,9 pt	-7,3 pt	-8,8 pt					
EMI		9,5%	+1,7 pt	-3,4 pt	+6,9 pt	-2,1 pt					
Wagram		11,4%	+3,9 pt	-5,2 pt	+7,6 pt	+8,4 pt					
Harmonia Mundi		8,2%	+0,9 pt	+3,6 pt	+5,0 pt	+6,4 pt					
Keltia Musique		6,2%	+1,2 pt	+6,2 pt	+6,2 pt	+6,2 pt					
Fisher Price		1,6%	+0,6 pt	+1,6 pt	+1,6 pt	+1,6 pt					
Somerset Entertainment		1,4%	+1,1 pt	+1,4 pt	+1,4 pt	+1,4 pt					
Pias France		1,4%	+0,4 pt	+1,4 pt	+1,4 pt	+1,1 pt					
Unisson		1,2%	+0,2 pt	+1,2 pt	+1,2 pt	+1,2 pt					
Nocturne		1,5%	+0,7 pt	+1,5 pt	+1,2 pt	+1,5 pt					
Naive		1,2%	-1,6 pt	-1,5 pt	-1,5 pt	+0,1 pt					
Impogram Bv		0,4%	+0,4 pt	+0,4 pt	+0,4 pt	+0,4 pt					
Coop Breizh		0,8%	+0,8 pt	+0,5 pt	+0,8 pt	+0,8 pt					
Top 100		100,0%	-	-	-	-					

*Base : Top 100 CD musiques du monde

Warner est le distributeur dominant du top 10, représentant 24,3% des meilleures ventes de CD audio musiques du monde, avec 14 références classées. En revanche, il génère un chiffre d'affaires moins important qu'Universal, à hauteur de 18,6% des ventes du top 10 contre 19,4% pour son concurrent.

Les 3 premiers distributeurs indépendants sont Wagram, Harmonia Mundi et Keltia Musique, captant respectivement 11,4%, 8,2% et 6,2% du chiffre d'affaires des 100 meilleures ventes de CD audio musiques du monde.

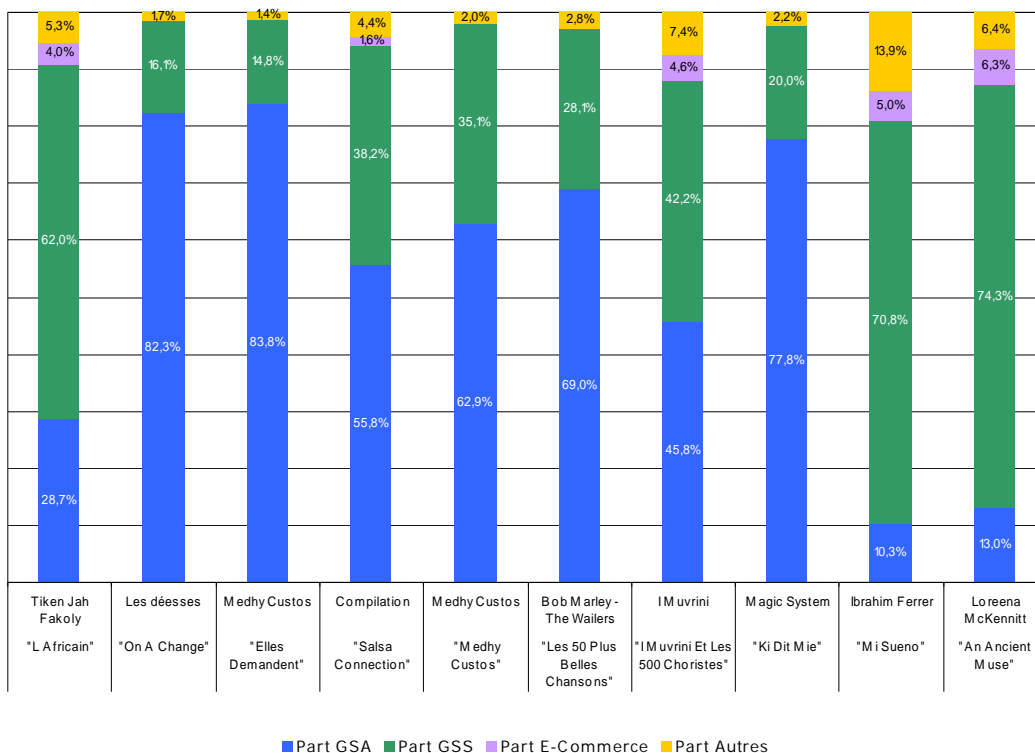
Top 10 des ventes de CD musiques du monde en volume

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)	Prix
1	L'africain	Tiken Jah Fakoly	Universal	Barclay	55,9	15,2 €
2	On a changé (single)	Les déesses	Warner	M6 Interactions	48,7	4,0 €
3	Elles demandent (single)	Medhy Custos	Warner	UP Music	47,6	4,0 €
4	Salsa connection	Compilation	Sony BMG	Sony BMG Music Media	43,7	16,7 €
5	Medhy Custos	Medhy Custos	Warner	UP Music	41,4	14,2 €
6	Les 50 plus belles chansons	Bob Marley - The Wailers	Universal	Island	39,2	21,4 €
7	I Muvrini et les 500 choristes	I Muvrini	Sony BMG	Columbia	36,7	16,8 €
8	Ki dit mié (single)	Magic System	EMI	Capitol	34,7	4,0 €
9	Mi sueno	Ibrahim Ferrer	Harmonia Mundi	World Circuit	23,2	18,1 €
10	An ancient muse	Loreena McKennitt	Keltia Musique	Keltia	19,6	20,2 €

Le format single reste bien représenté puisqu'il comptabilise 3 références classées (au 2^{ème}, 3^{ème}, et 8^{ème} rang) parmi les 10 meilleures ventes de CD musiques du monde.

Une seule compilation, « Salsa Connection », parue sous le label Sony BMG Music Media et distribuée par Sony BMG se retrouve classée parmi les 10 meilleures ventes du segment.

Répartition du top 10 CD musiques du monde par canaux de distribution en valeur



Si les CD audio musiques du monde sont principalement vendus dans les GSS (à hauteur de 67,2% du chiffre d'affaires), les GSA dominent largement lorsqu'il s'agit d'artistes plus « marketés », probablement plus ciblés sur les jeunes, tels que Les Déesses, Medhy Custos ou Magic System.

Analyse du top 100 CD musiques du monde : top 10 des interprètes en volume

	Parts de marché*					Nb de références classées					
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	
Volume	Medhy Custos	8,1%	+8,1 pt	+8,1 pt	+8,1 pt	+8,1 pt	2	+2	+2	+2	+2
	Tiken Jah Fakoly	5,9%	+4,4 pt	+3,5 pt	+5,9 pt	+4,8 pt	2	-	-	+2	+1
	Magic System	5,5%	-6,1 pt	-2,2 pt	+5,5 pt	+1,7 pt	3	+1	+1	+3	-1
	Les déesses	5,4%	+5,4 pt	+5,4 pt	+5,4 pt	+5,4 pt	2	+2	+2	+2	+2
	Bob Marley - The Wailers	4,4%	+0,6 pt	+0,4 pt	+3,5 pt	+4,4 pt	2	-3	-5	+1	+2
	I Muvrini	3,4%	+2,1 pt	+1,5 pt	+3,2 pt	+1,9 pt	1	-1	-2	-	-
	Loreena McKennitt	3,1%	+1,1 pt	+3,1 pt	+3,1 pt	+3,1 pt	2	+1	+2	+2	+2
	Ibrahim Ferrer	2,1%	+2,1 pt	+2,1 pt	+2,1 pt	+1,0 pt	1	+1	+1	+1	-
	La Compagnie Créole	1,8%	+1,4 pt	+1,8 pt	+1,2 pt	+1,2 pt	3	+2	+3	+2	+2
	Jehro	1,6%	+1,6 pt	+1,6 pt	+1,6 pt	+1,6 pt	1	+1	+1	+1	+1
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	-	-	-	-	
Valeur	Medhy Custos	5,2%	+5,2 pt	+5,2 pt	+5,2 pt	+5,2 pt					
	Tiken Jah Fakoly	6,2%	+4,8 pt	+3,2 pt	+6,2 pt	+5,1 pt					
	Magic System	3,1%	-2,3 pt	-2,1 pt	+3,1 pt	+0,5 pt					
	Les déesses	2,2%	+2,2 pt	+2,2 pt	+2,2 pt	+2,2 pt					
	Bob Marley - The Wailers	6,5%	+1,6 pt	+0,4 pt	+5,1 pt	+6,5 pt					
	I Muvrini	4,1%	+2,4 pt	+1,0 pt	+3,8 pt	+2,1 pt					
	Loreena McKennitt	4,7%	+1,6 pt	+4,7 pt	+4,7 pt	+4,7 pt					
	Ibrahim Ferrer	2,8%	+2,8 pt	+2,8 pt	+2,8 pt	+1,2 pt					
	La Compagnie Créole	1,5%	+0,8 pt	+1,5 pt	+0,2 pt	+0,6 pt					
	Jehro	1,8%	+1,8 pt	+1,8 pt	+1,8 pt	+1,8 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-						

*Base : Top 100 CD musiques du monde

I.F. Les productions issues des émissions de télé-réalité musicale

I.F.1. Tendances

Selon la nouvelle méthodologie retenue, pour le suivi des productions phonographiques issues des émissions de télé-réalité musicale, ne sont retenues que les productions mises sur le marché dans les deux années qui suivent la participation des artistes aux émissions télévisuelles, ce qui permet de ne plus considérer en 2007, au niveau de cette exploitation statistique, des artistes tels que Jennifer, Chimène Badi, Olivia Ruiz...

Evolution des ventes de CD TV réalité

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol**	CD TV réalité	1,4	+4,3%	-62,2%	-71,7%	-81,0%	1,8%	+0,4 pt	-1,3 pt	-2,3 pt	-3,9 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	100,0%	-	-	-	-
Val**	CD TV réalité	15,7 €	+44,8%	-48,9%	-67,3%	-78,0%	1,5%	+0,6 pt	-0,6 pt	-1,4 pt	-2,5 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	100,0%	-	-	-	-

** Exprimé en millions
*Base : total CD audio

Les ventes de CD TV réalité renouent en 2007 avec la croissance, avec +4,3% en volume et +44,8% en valeur par rapport à 2006, mais se sont effondrées depuis 2003, avec -81% en volume et -78% en valeur. Les ventes de CD TV réalité ne représentent que 1,5% du chiffre d'affaires du marché du CD audio en 2007.

Segmentation des ventes par formats

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol**	Albums	0,8	+63,6%	-33,4%	-58,4%	-71,3%	57,2%	+20,8 pt	+24,7 pt	+18,3 pt	+19,3 pt
	Singles (dont Maxis)	0,6	-29,8%	-76,0%	-80,2%	-86,9%	42,8%	-20,8 pt	-24,7 pt	-18,3 pt	-19,3 pt
	Total TV réalité	1,4	+4,3%	-62,2%	-71,7%	-81,0%	100,0%	-	-	-	-
Val**	Albums	13,3 €	+78,8%	-36,0%	-60,3%	-72,3%	84,8%	+16,1 pt	+17,1 pt	+15,1 pt	+17,5 pt
	Singles (dont Maxis)	2,4 €	-29,8%	-76,0%	-83,6%	-89,8%	15,2%	-16,1 pt	-17,1 pt	-15,1 pt	-17,5 pt
	Total TV réalité	15,7 €	+44,8%	-48,9%	-67,3%	-78,0%	100,0%	-	-	-	-
Réf	Albums	20	-31,0%	-48,7%	-50,0%	-45,9%					
	Singles (dont Maxis)	22	-35,3%	-62,7%	-69,4%	-69,0%					
	Total TV réalité	42	-33,3%	-57,1%	-62,5%	-61,1%					

** Exprimé en millions
*Base : total TV réalité

Si l'on observe le comportement des ventes par formats, le même constat peut-être dressé que pour le total CD audio, à savoir, une disparition progressive des singles, représentant encore 15,2% de parts de marché, valeur en 2007, en régression de -17,5 points depuis 2003.

I.F.2. Impact des diffuseurs et des émissions

L'impact des émissions sur la vente des productions phonographiques : Segmentation des ventes par diffuseurs

		Cumul				Parts de marché*					
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol **	M6	1,3	+85,3%	-27,3%	-23,4%	-50,7%	95,0%	+41,6 pt	+45,6 pt	+60,0 pt	+58,4 pt
	TF1	0,1	-88,9%	-96,3%	-97,8%	-98,5%	5,0%	-41,6 pt	-45,6 pt	-60,0 pt	-58,4 pt
	Total TV réalité	1,4	+4,3%	-62,2%	-71,7%	-81,0%	100,0%	-	-	-	-
Val **	M6	15,0 €	+157,3%	+9,3%	-15,4%	-35,5%	95,3%	+41,7 pt	+50,7 pt	+58,5 pt	+62,8 pt
	TF1	0,7 €	-85,2%	-95,6%	-97,6%	-98,5%	4,7%	-41,7 pt	-50,7 pt	-58,5 pt	-62,8 pt
	Total TV réalité	15,7 €	+44,8%	-48,9%	-67,3%	-78,0%	100,0%	-	-	-	-
Réf	M6	20	-13,0%	-56,5%	-59,2%	-48,7%					
	TF1	22	-45,0%	-57,7%	-65,1%	-68,1%					
	Total TV réalité	42	-33,3%	-57,1%	-62,5%	-61,1%					

** Exprimé en millions
*Base : total TV réalité

Si le marché du CD audio TV réalité était porté jusqu'en 2005 par le fort impact des émissions de TF1, les années 2006 et 2007 sont marquées par le très net recul des émissions de TF1, qui ne représentent plus que 4,7% des ventes en valeur, en perte de -62,8 points depuis 2003.

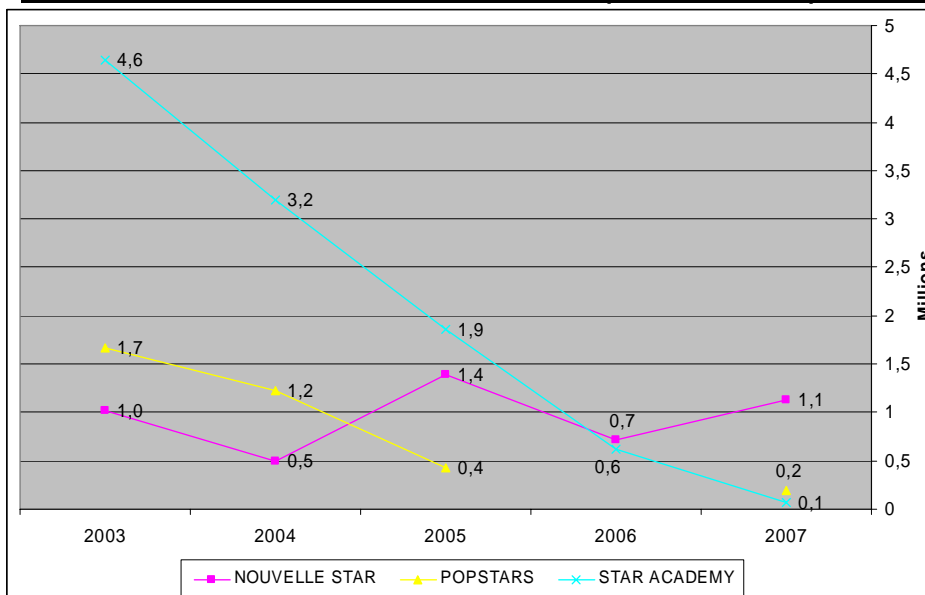
L'impact des émissions sur la vente des productions phonographiques : Segmentation des ventes par émissions

		Cumul				Parts de marché*					
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol **	Nouvelle Star	1,1	+58,6%	-18,7%	+127,1%	+11,7%	81,4%	+27,9 pt	+43,5 pt	+71,2 pt	+67,5 pt
	Star Academy	0,1	-88,9%	-96,3%	-97,8%	-98,5%	5,0%	-41,6 pt	-45,6 pt	-60,0 pt	-58,4 pt
	Popstars	0,2		-55,3%	-84,5%	-88,6%	13,7%	+13,7 pt	+2,1 pt	-11,3 pt	-9,1 pt
	Total TV réalité	1,4	+4,3%	-62,2%	-71,7%	-81,0%	100,0%	-	-	-	-
Val **	Nouvelle Star	13,4 €	+129,9%	+24,2%	+165,1%	+51,8%	85,1%	+31,5 pt	+50,1 pt	+74,6 pt	+72,8 pt
	Star Academy	0,7 €	-85,2%	-95,6%	-97,6%	-98,5%	4,7%	-41,7 pt	-50,7 pt	-58,5 pt	-62,8 pt
	Popstars	1,6 €		-45,5%	-87,4%	-88,9%	10,2%	+10,2 pt	+0,6 pt	-16,1 pt	-10,0 pt
	Total TV réalité	15,7 €	+44,8%	-48,9%	-67,3%	-78,0%	100,0%	-	-	-	-
Réf	Nouvelle Star	18	-21,7%	-35,7%	-5,3%	+80,0%					
	Star Academy	22	-45,0%	-57,7%	-65,1%	-68,1%					
	Popstars	2		-88,9%	-93,3%	-93,1%					
	Total TV réalité	42	-33,3%	-57,1%	-62,5%	-61,1%					

** Exprimé en millions
*Base : total TV réalité

La seule émission Nouvelle Star, diffusée par M6, à l'origine du succès de Christophe Willem, réalise 85,1% du chiffre d'affaires du segment de marché.

Evolution des ventes en volume de CD TV réalité par émissions depuis 2003



I.F.3. Segmentation des ventes par distributeurs

Segmentation des ventes par distributeurs

		Cumul					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol **	Sony - BMG	1,1	+58,6%	-18,9%	+104,4%	+11,7%	81,4%	+27,9 pt	+43,4 pt	+70,1 pt	+67,5 pt
	Universal	0,3	-54,8%	-88,7%	-93,9%	-95,9%	18,6%	-24,3 pt	-43,5 pt	-67,6 pt	-67,6 pt
	EMI	0,001	-98,6%	+62,1%	-99,5%	-	0,0%	-3,6 pt	-	-2,5 pt	-
	Total TV réalité	1,4	+4,3%	-62,2%	-71,7%	-81,0%	100,0%				
Val **	Sony - BMG	13,4 €	+129,9%	+24,0%	+153,5%	+51,8%	85,1%	+31,5 pt	+50,0 pt	+74,1 pt	+72,8 pt
	Universal	2,3 €	-51,7%	-88,3%	-94,5%	-96,3%	14,9%	-29,7 pt	-50,0 pt	-72,8 pt	-72,8 pt
	EMI	0,003 €	-98,7%	+64,8%	-99,6%	-	0,0%	-1,8 pt	-	-1,3 pt	-
	Total TV réalité	15,7 €	+44,8%	-48,9%	-67,3%	-78,0%	100,0%				
Réf	Sony - BMG	18	-21,7%	-37,9%	-10,0%	+80,0%					
	Universal	23	-39,5%	-66,2%	-74,7%	-76,5%					
	EMI	1	-50,0%	-	-	-					
	Total TV réalité	42	-33,3%	-57,1%	-62,5%	-61,1%					

** Exprimé en millions
*Base : total TV réalité

I.F.4. Analyse des meilleures ventes volume de CD audio TV réalité (Cf. annexe 6)

Top 3, top 10, marché du CD audio TV réalité / marché du CD audio

		Cumul (millions)					Parts de marché*				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Top 3	1,0	+169,1%	-21,7%	-17,1%	-22,5%	1,3%	+0,9 pt	+0,2 pt	+0,3 pt	+0,3 pt
	Top 10	1,3	+49,2%	-44,7%	-45,2%	-59,8%	1,7%	+0,8 pt	-0,3 pt	-0,3 pt	-0,8 pt
	Total CD TV réalité	1,4	+4,3%	-62,2%	-71,7%	-81,0%	1,8%	+0,4 pt	-1,3 pt	-2,3 pt	-3,9 pt
	Total CD audio	77,3	-18,5%	-34,1%	-35,3%	-40,0%	100,0%				
Valeur	Top 3	11,7 €	+339,5%	+21,7%	+97,9%	+75,6%	1,1%	+0,9 pt	+0,5 pt	+0,7 pt	+0,7 pt
	Top 10	15,0 €	+139,3%	-13,7%	-28,2%	-53,1%	1,4%	+0,9 pt	+0,3 pt	+0,1 pt	-0,4 pt
	Total CD TV réalité	15,7 €	+44,8%	-48,9%	-67,3%	-78,0%	1,5%	+0,6 pt	-0,6 pt	-1,4 pt	-2,5 pt
	Total CD audio	1 065,9 €	-17,2%	-29,1%	-35,5%	-41,3%	100,0%				

*Base : Total CD audio

Top 10 des ventes de de CD TV réalité en volume

Rang	Titre	Interprète	Distributeur	Emission	Chaîne	Volume (milliers)	Prix
1	Inventaire	Christophe Willem	Sony BMG	Nouvelle Star	M6	597,7	16,9 €
2	Double je (single)	Christophe Willem	Sony BMG	Nouvelle Star	M6	294,7	4,0 €
3	Quelque part (single)	Sheryfa Luna	Universal	Popstars	M6	111,3	4,0 €
4	Sheryfa Luna	Sheryfa Luna	Universal	Popstars	M6	79,0	14,6 €
5	Jacques a dit (single)	Christophe Willem	Sony BMG	Nouvelle Star	M6	75,8	4,0 €
6	Moi Lolita (single)	Julien Doré	Sony BMG	Nouvelle Star	M6	56,5	4,0 €
7	Inventaire en acoustique + Dvd	Christophe Willem	Sony BMG	Nouvelle Star	M6	51,7	18,8 €
8	Une femme battante	Miss Dominique	Sony BMG	Nouvelle Star	M6	29,6	15,6 €
9	Should I stay or should I go / 3ème sexe (single)	A la recherche de la nouvelle star	Sony BMG	Nouvelle Star	M6	21,0	4,0 €
10	Porque te vas (single)	Star Academy 6	Universal	Star Academy	TF1	13,6	4,0 €

Répartition des ventes de CD TV réalité par interprètes (top 10)

		Parts de marché*					Nb de références classées				
		2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume	Christophe Willem	73,4%	+66,0 pt	+73,4 pt	+73,4 pt	+73,4 pt	6	+5	+6	+6	+6
	Sheryfa Luna	13,7%	+13,7 pt	+13,7 pt	+13,7 pt	+13,7 pt	2	+2	+2	+2	+2
	Julien Doré	4,1%	+4,1 pt	+4,1 pt	+4,1 pt	+4,1 pt	1	+1	+1	+1	+1
	Miss Dominique	2,1%	-3,0 pt	+2,1 pt	+2,1 pt	+2,1 pt	1	-	+1	+1	+1
	Magalie Vaé	0,6%	-7,1 pt	+0,6 pt	+0,6 pt	+0,6 pt	4	+1	+4	+4	+4
	Cyril Cinélu	0,5%	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	+0,5 pt	1	+1	+1	+1	+1
	Myriam Abel	0,2%	-14,0 pt	-0,3 pt	+0,2 pt	+0,2 pt	4	-	+3	+4	+4
	Alexia & Nico	0,0%	-0,1 pt	-	-	-	1	-	+1	+1	+1
	Pascal Mono	0,0%	-0,4 pt	-	-	-	1	-	+1	+1	+1
	Pierrick Lilliu	0,0%	-0,2 pt	-	-	-	2	-	-	+2	+2
	total tv real	100,0%	-	-	-	-	42	-21	-56	-70	-66
Valeur	Christophe Willem	80,0%	+76,3 pt	+80,0 pt	+80,0 pt	+80,0 pt					
	Sheryfa Luna	10,2%	+10,2 pt	+10,2 pt	+10,2 pt	+10,2 pt					
	Julien Doré	1,4%	+1,4 pt	+1,4 pt	+1,4 pt	+1,4 pt					
	Miss Dominique	2,9%	-7,7 pt	+2,9 pt	+2,9 pt	+2,9 pt					
	Magalie Vaé	0,3%	-7,1 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt					
	Cyril Cinélu	0,7%	+0,7 pt	+0,7 pt	+0,7 pt	+0,7 pt					
	Myriam Abel	0,2%	-13,3 pt	-0,7 pt	+0,2 pt	+0,2 pt					
	Alexia & Nico	0,0%	-0,1 pt	-	-	-					
	Pascal Mono	0,0%	-0,9 pt	-	-	-					
	Pierrick Lilliu	0,0%	-0,4 pt	-	-	-					
	total tv real	100,0%	-	-	-	-					

*Base : Total TV réalité

Le marché du CD TV réalité est très concentré puisque Christophe Willem représente à lui seul 73,4% des ventes en volume et 80% en valeur.

Le marché est par ailleurs éphémère mais cela est dû à la méthodologie retenue sur ce segment (les artistes de TV réalité ne sont plus considérés comme tels au-delà de 2 ans). On ne peut donc suivre l'historique de ce top 10 qu'à partir de 2005.

Cette année, les très bonnes performances de Christophe Willem ont des répercussions sur tous les artistes présents dans le top 100 depuis 2006 : Miss Dominique, Magalie Vaé, Myriam Abel, Alexia & Nico, Pascal Mono et Pierrick Lilliu dont les parts de marché ont baissé tant en volume qu'en valeur.

II. Le marché du DVD musical

II.A. Les indicateurs du marché

II.A.1. Tendances

Evolution des ventes de DVD musical

	Cumul					Parts de marché*				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Vol **										
DVD musical	5,8	-15,0%	-18,2%	-4,1%	+3,3%	6,9%	+0,3 pt	+1,3 pt	+2,1 pt	+2,8 pt
CD audio + DVD musical	83,1	-18,3%	-33,2%	-33,8%	-38,2%	100,0%	-	-	-	-
Val **										
DVD musical	110,5 €	-16,9%	-21,7%	-17,5%	-20,2%	9,4%	-	+0,8 pt	+1,9 pt	+2,3 pt
CD audio + DVD musical	1 176,3 €	-17,2%	-28,5%	-34,1%	-39,8%	100,0%	-	-	-	-
Réf										
DVD musical	12 271	+8,7%	+26,9%	+52,6%	+149,1%	4,1%	+0,3 pt	+0,8 pt	+1,4 pt	+2,3 pt
CD audio + DVD musical	296 977	+1,8%	+1,1%	+0,4%	+7,9%	100,0%	-	-	-	-

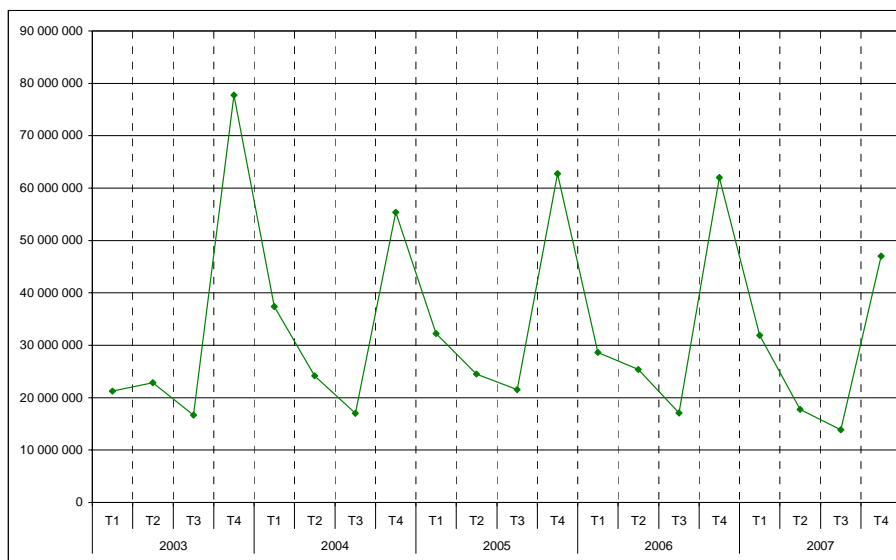
** Exprimé en millions
*Base : total CD audio + DVD musical

Les ventes unitaires de DVD musical ont baissé de -15% par rapport à 2006 mais depuis 2003, elles ont augmenté de +3,3%. En valeur, les ventes ont diminué de -16,9% vs. 2006 et de -20,2% vs. 2003.

En structure de marché, les ventes de DVD musical représentent 6,9% du marché du support musical en volume (+2,8 points vs. 2003) et 9,4% en valeur (+2,3 points vs. 2003).

L'offre s'est très largement étoffée depuis 2003 : le nombre de références de DVD musical, vendues à au moins une unité au cours de l'année 2007, s'élève à 12 271, soit une progression de +149,1% sur la période.

Evolution trimestrielle des ventes de DVD musical en valeur depuis 2003



La saisonnalité observée aux 4^{èmes} trimestres, due aux fêtes de fin d'année, est ici encore très marquée.

II.A.2. Segmentation des ventes par genres musicaux

Segmentation des ventes de DVD musical par genres musicaux

	Cumul					Parts de marché*				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume**										
Autres / Indéfinis	0,1	-54,8%	-75,8%	-67,8%	-61,0%	2,0%	-1,8 pt	-4,8 pt	-4,0 pt	-3,4 pt
Classique	0,5	-	+26,2%	+93,4%	+133,2%	9,5%	+1,4 pt	+3,3 pt	+4,8 pt	+5,3 pt
Dvd Single	0,02	+57,1%	-5,4%	-54,0%	-72,3%	0,3%	+0,1 pt	-	-0,3 pt	-0,8 pt
Jazz / Blues	0,1	+2,2%	-12,1%	-45,7%	-21,7%	1,1%	+0,2 pt	+0,1 pt	-0,8 pt	-0,4 pt
Karaoké	0,2	-27,2%	-51,6%	-49,9%	-47,0%	3,2%	-0,5 pt	-2,2 pt	-2,9 pt	-3,0 pt
Variété Française	2,8	-12,7%	-4,3%	+22,5%	+12,1%	48,5%	+1,2 pt	+7,1 pt	+10,5 pt	+3,8 pt
Variété Internationale	2,0	-15,3%	-25,5%	-19,7%	+0,5%	34,1%	-0,1 pt	-3,3 pt	-6,6 pt	-1,0 pt
Musiques du Monde	0,1	-38,7%	-26,2%	-31,6%	-25,7%	1,4%	-0,5 pt	-0,1 pt	-0,5 pt	-0,5 pt
Total DVD musical	5,8	-15,0%	-18,2%	-4,1%	+3,3%	100,0%	-	-	-	-
Valeur**										
Autres / Indéfinis	2,1 €	-55,2%	-70,2%	-68,3%	-66,1%	1,9%	-1,6 pt	-3,0 pt	-3,0 pt	-2,5 pt
Classique	12,3 €	-2,2%	+9,2%	+53,2%	+83,3%	11,2%	+1,7 pt	+3,2 pt	+5,2 pt	+6,3 pt
Dvd Single	0,3 €	+288,6%	+211,3%	+34,6%	-21,8%	0,3%	+0,2 pt	+0,2 pt	+0,1 pt	-
Jazz / Blues	1,1 €	-5,7%	-25,7%	-56,6%	-44,0%	1,0%	+0,1 pt	-0,1 pt	-0,9 pt	-0,4 pt
Karaoké	3,2 €	-17,4%	-47,2%	-56,8%	-58,3%	2,9%	-	-1,4 pt	-2,6 pt	-2,6 pt
Variété Française	54,1 €	-18,6%	-11,8%	+1,9%	-12,8%	49,0%	-1,0 pt	+5,5 pt	+9,3 pt	+4,2 pt
Variété Internationale	36,0 €	-14,6%	-30,6%	-32,9%	-29,3%	32,6%	+0,9 pt	-4,2 pt	-7,4 pt	-4,2 pt
Musiques du Monde	1,3 €	-34,9%	-34,9%	-45,0%	-48,1%	1,2%	-0,3 pt	-0,2 pt	-0,6 pt	-0,7 pt
Total DVD musical	110,5 €	-16,9%	-21,7%	-17,5%	-20,2%	100,0%	-	-	-	-
Nb de références										
Autres / Indéfinis	583	+1,6%	+31,3%	+283,6%	+667,1%	4,8%	-0,3 pt	+0,2 pt	+2,9 pt	+3,2 pt
Classique	2 367	+19,1%	+55,9%	+113,1%	+208,2%	19,3%	+1,7 pt	+3,6 pt	+5,5 pt	+3,7 pt
Dvd Single	136	+18,3%	+16,2%	+27,1%	+72,2%	1,1%	+0,1 pt	-0,1 pt	-0,2 pt	-0,5 pt
Jazz / Blues	650	+4,5%	+28,7%	+6,6%	+89,5%	5,3%	-0,2 pt	+0,1 pt	-2,3 pt	-1,7 pt
Karaoké	575	+3,2%	+17,3%	+60,2%	+156,7%	4,7%	-0,2 pt	-0,4 pt	+0,2 pt	+0,1 pt
Variété Française	1 129	+13,0%	+26,9%	+151,4%	+324,4%	9,2%	+0,3 pt	-	+3,6 pt	+3,8 pt
Variété Internationale	5 885	+5,9%	+17,7%	+26,8%	+107,8%	48,0%	-1,3 pt	-3,7 pt	-9,7 pt	-9,5 pt
Musiques du Monde	946	+8,4%	+33,6%	+54,1%	+179,9%	7,7%	-	+0,4 pt	+0,1 pt	+0,8 pt
Total DVD musical	12 271	+8,7%	+26,9%	+52,6%	+149,1%	100,0%	-	-	-	-

** Exprimé en millions
*Base : total DVD musical

S'agissant du DVD musical, la variété française demeure le genre le plus vendu, captant à elle seule près de la moitié du chiffre d'affaires (48,5% de part de marché volume pour 49% en valeur, soit des hausses respectives de +3,8 points et +4,2 points depuis 2003).

En structure de marché, elle devance la variété internationale de 14,4 points en volume et de 16,4 points en valeur en 2007. Pourtant, le nombre de références vendues en variété internationale (5 885) est 5,2 fois plus important qu'en variété française.

Le DVD classique s'en sort plutôt bien avec 9,5% de part de marché en volume (+5,3 points vs. 2003) pour 11,2% en valeur (+6,3 points).

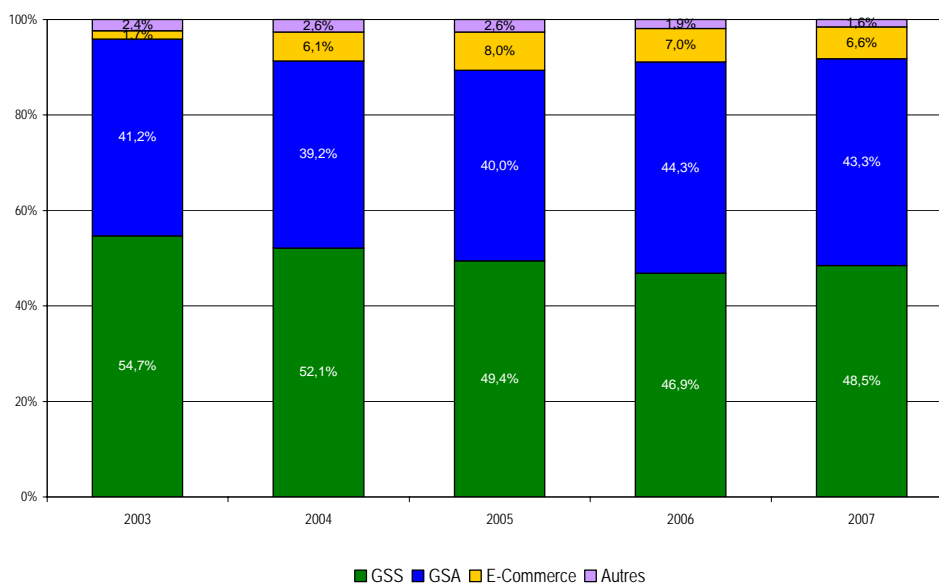
II.A.3. Segmentation des ventes par canaux de distribution

Segmentation des ventes de DVD musical par canaux de distribution

	Parts de marché*				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume					
GSA	45,8%	-0,9 pt	+2,7 pt	+4,1 pt	+2,2 pt
GSS	45,8%	+2,0 pt	+1,0 pt	-2,6 pt	-5,6 pt
Internet	6,7%	-0,7 pt	-2,5 pt	-0,4 pt	+4,5 pt
Autres	1,7%	-0,4 pt	-1,2 pt	-1,1 pt	-1,1 pt
Total DVD musical	100,0%	-	-	-	-
Valeur					
GSA	43,3%	-1,0 pt	+3,3 pt	+4,1 pt	+2,1 pt
GSS	48,5%	+1,6 pt	-0,9 pt	-3,6 pt	-6,2 pt
Internet	6,6%	-0,3 pt	-1,4 pt	+0,6 pt	+4,9 pt
Autres	1,6%	-0,3 pt	-1,0 pt	-1,0 pt	-0,8 pt
Total DVD musical	100,0%	-	-	-	-

*Base : total DVD musical

Répartition des ventes de DVD musical par canaux de distribution en valeur



Les GSS totalisent 48,5% du chiffre d'affaires en 2007 (en baisse de -6,2 points vs 2003) contre 43,3% pour les GSA (+2,1 points vs. 2003) et 6,6% pour le canal internet de ventes de supports physiques (+4,9 points vs 2003). Le canal « Autres » (VPC traditionnelle, disquaires, petites librairies, etc) ne représente plus que 1,6% des ventes de DVD musicaux en valeur en 2007.

II.B. Analyse du top 100 DVD musical volume

(Cf. annexe 7)

Top 3, top 10, top 50, top 100 DVD musical / marché du DVD musical

	Cumul (millions)					Parts de marché*					
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	
Volume	Top 3	0,6	-37,2%	+47,7%	+228,0%	+91,2%	11,1%	-3,9 pt	+4,9 pt	+7,8 pt	+5,1 pt
	Top 10	1,2	-22,7%	+42,0%	+262,2%	+69,1%	20,4%	-2,1 pt	+8,7 pt	+15,0 pt	+7,9 pt
	Top 50	2,3	-5,7%	+39,0%	+277,6%	+39,5%	40,0%	+3,9 pt	+16,5 pt	+29,8 pt	+10,4 pt
	Top 100	2,8	-7,2%	+31,5%	+257,1%	+22,1%	48,3%	+4,1 pt	+18,3 pt	+35,3 pt	+7,4 pt
	Marché DVD	5,8	-15,0%	-18,2%	-4,1%	+3,3%	100,0%	-	-	-	-
Valeur	Top 3	12,9 €	-48,8%	+15,3%	+142,8%	+38,3%	11,7%	-7,3 pt	+3,7 pt	+7,7 pt	+4,9 pt
	Top 10	24,6 €	-35,5%	+21,7%	+185,0%	+15,5%	22,3%	-6,4 pt	+7,9 pt	+15,8 pt	+6,9 pt
	Top 50	50,1 €	-8,0%	+34,9%	+218,5%	+5,4%	45,3%	+4,4 pt	+19,0 pt	+33,6 pt	+11,0 pt
	Top 100	58,9 €	-8,6%	+25,6%	+209,5%	-6,5%	53,3%	+4,9 pt	+20,1 pt	+39,1 pt	+7,8 pt
	Marché DVD	110,5 €	-16,9%	-21,7%	-17,5%	-20,2%	100,0%	-	-	-	-

*Base : Total DVD musical

Le marché du DVD musical est particulièrement concentré : le top 3 représente 11,7% du chiffre d'affaires du segment en 2007 (+4,9 points depuis 2003), le top 100 représente 53,3% de parts de marché valeur (soit une hausse de +7,8 points vs. 2003).

Répartition du top 100 DVD musical par distributeurs

	Parts de marché*					Nb de références classées				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume										
Universal Music	43,8%	-0,1 pt	+13,4 pt	+20,2 pt	+12,5 pt	42	-	+18	+15	+15
Sony Music	22,0%	+9,5 pt	-24,1 pt	-28,1 pt	-15,0 pt	26	+7	-10	-8	-7
TF1 Vidéo	14,0%	-3,9 pt	+9,6 pt	+14,0 pt	+10,9 pt	5	-1	+2	+5	+3
EMI	10,5%	-5,4 pt	-1,6 pt	-10,4 pt	-9,4 pt	11	-9	-2	-9	-10
Warner Vision	6,8%	-2,0 pt	+0,3 pt	+2,2 pt	-2,0 pt	8	+1	-4	+1	-2
Uscv	1,2%	+1,2 pt	+1,2 pt	+1,2 pt	+1,2 pt	3	+3	+3	+3	+3
Gcthv	0,5%	-	+0,5 pt	+0,2 pt	+0,5 pt	2	+1	+2	+1	+2
Naive	0,5%	+0,1 pt	+0,1 pt	+0,0 pt	+0,5 pt	1	-	-	-	+1
Walt Disney Studios He	0,4%	+0,4 pt	+0,4 pt	+0,4 pt	+0,4 pt	1	+1	+1	+1	+1
Warner Hv	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	1	+1	+1	+1	+1
Top 100	100,0%	-	-	-	-	100	+4	+11	+10	+7
Valeur										
Universal Music	49,9%	+5,0 pt	+19,3 pt	+25,0 pt	+16,7 pt					
Sony Music	22,0%	+11,4 pt	-23,4 pt	-25,3 pt	-11,3 pt					
TF1 Vidéo	9,8%	-7,9 pt	+5,7 pt	+9,8 pt	+7,2 pt					
EMI	8,8%	-6,7 pt	-4,1 pt	-12,2 pt	-11,2 pt					
Warner Vision	6,9%	-3,7 pt	+0,2 pt	+1,0 pt	-4,0 pt					
Uscv	1,3%	+1,3 pt	+1,3 pt	+1,3 pt	+1,3 pt					
Gcthv	0,4%	-0,1 pt	+0,4 pt	-	+0,4 pt					
Naive	0,5%	+0,2 pt	+0,2 pt	-	+0,5 pt					
Walt Disney Studios He	0,3%	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt	+0,3 pt					
Warner Hv	0,2%	+0,2 pt	+0,2 pt	+0,2 pt	+0,2 pt					
Top 100	100,0%	-	-	-	-					

*Base : Top 100 DVD musical

Universal Music capte la moitié (49,9%) du chiffre d'affaires du top 100 DVD musical en 2007. Sony Music en totalise 22% et TF1 Vidéo (producteur et distributeur des DVD musicaux de Grégory Lemarchal et de la comédie musicale « Le Roi Soleil », entre autres) en totalise 9,8%.

Top 10 des ventes de DVD musical en volume

Rang	Titre / Interprète	Distributeur	Label	Volume (milliers)	Prix
1	Les Enfoirés - La caravane des Enfoirés 2007	Universal Music	ULM	293,0	27,5 €
2	Grégory Lemarchal - Live Olympia 2006	TF1 Vidéo	TF1 Vidéo	182,0	11,3 €
3	Le Roi Soleil	TF1 Vidéo	TF1 Vidéo	161,1	17,2 €
4	Michel Polnareff - Ze (Re) Tour 2007	Universal Music	Polydor	119,1	27,3 €
5	Céline Dion - A new day Live a Las Vegas	Sony Music	Columbia	82,6	19,1 €
6	Tokio Hotel - Zimmer 483 - Live on European Tour	Universal Music	Polydor	74,6	23,9 €
7	Yannick Noah - Un autre voyage - Tour 2007	Sony Music	St George	71,6	19,9 €
8	Le Soldat Rose - Un conte musical	Universal Music	Atmosphériques	70,6	21,3 €
9	Tokio Hotel - Schrei Live 2005/2006	Universal Music	Polydor	62,8	18,1 €
10	Madonna - Confessions Tour	Warner Vision	Warner Vision	59,0	18,1 €

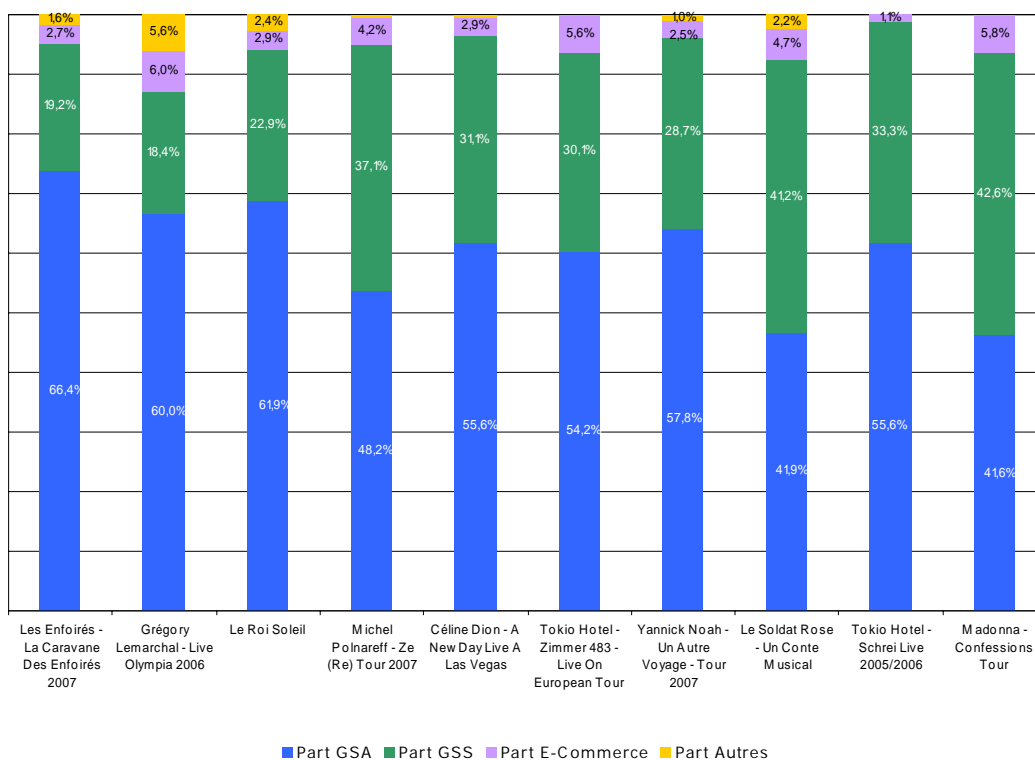
Les 10 meilleures ventes de DVD musicaux concernent des captations de spectacle vivant (concerts, comédies musicales...).

En 2007, la production francophone est particulièrement bien représentée avec 7 références classées parmi les 10 meilleures ventes de DVD musical.

Vendu au prix unitaire de 27,5 euros TTC, le DVD musical des Enfoirés, « La caravane des Enfoirés 2007 », réalisé au profit des Restos du Cœur, totalise 7,3% du chiffre d'affaires du segment.

Le tableau ci-dessous montre bien que les meilleures ventes de DVD musicaux sont, dans l'ensemble, majoritairement réalisées dans les GSA.

Répartition du top 10 DVD musical par canaux de distribution en valeur



Analyse du top 100 DVD musical : top 10 des interprètes en volume

	Parts de marché*					Nb de références classées				
	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03	2 007	07 vs. 06	07 vs. 05	07 vs. 04	07 vs. 03
Volume										
Les Enfoirés	11,4%	+1,4 pt	-9,0 pt	-6,1 pt	+9,5 pt	4	+2	+1	+2	+2
Grégory Lemarchal	6,5%	+6,1 pt	+6,5 pt	+6,5 pt	+6,5 pt	1	-	+1	+1	+1
Tokio Hotel	4,9%	+4,9 pt	+4,9 pt	+4,9 pt	+4,9 pt	2	+2	+2	+2	+2
Michel Polnareff	4,3%	+4,3 pt	+4,3 pt	+4,3 pt	+4,3 pt	1	+1	+1	+1	+1
Indochine	3,6%	+3,6 pt	+3,6 pt	-0,9 pt	+3,0 pt	2	+2	+2	+1	+1
Johnny Hallyday	3,2%	-3,6 pt	+3,2 pt	-2,5 pt	-3,7 pt	4	-	+4	+1	+2
Yannick Noah	3,1%	+3,1 pt	+2,4 pt	+3,1 pt	+3,1 pt	2	+2	+1	+2	+2
Céline Dion	3,0%	+2,4 pt	+1,6 pt	+2,4 pt	+1,8 pt	1	-	-	-	-1
André Rieu	2,8%	+1,0 pt	+1,3 pt	+1,4 pt	+2,8 pt	4	+2	+2	+2	+4
Mylène Farmer	2,7%	-10,8 pt	+2,7 pt	+1,2 pt	-0,9 pt	3	-2	+3	-	-1
Top 100	100,0%					100	+4	+11	+10	+7
Valeur										
Les Enfoirés	14,3%	+2,1 pt	-10,0 pt	-4,0 pt	+13,0 pt					
Grégory Lemarchal	3,5%	+3,1 pt	+3,5 pt	+3,5 pt	+3,5 pt					
Tokio Hotel	5,0%	+5,0 pt	+5,0 pt	+5,0 pt	+5,0 pt					
Michel Polnareff	5,5%	+5,5 pt	+5,5 pt	+5,5 pt	+5,5 pt					
Indochine	3,8%	+3,8 pt	+3,8 pt	-1,3 pt	+3,3 pt					
Johnny Hallyday	3,9%	-4,8 pt	+3,9 pt	-2,8 pt	-3,4 pt					
Yannick Noah	2,7%	+2,7 pt	+2,0 pt	+2,7 pt	+2,7 pt					
Céline Dion	2,7%	+2,2 pt	+1,5 pt	+2,3 pt	+1,9 pt					
André Rieu	2,6%	+0,9 pt	+1,2 pt	+1,5 pt	+2,6 pt					
Mylène Farmer	3,1%	-12,6 pt	+3,1 pt	+1,4 pt	-0,1 pt					
Top 100	100,0%									

*Base : Top 100 DVD musical

Pour le format DVD musical, les Enfoirés obtiennent les meilleures performances cette année, loin devant les autres artistes du top 10.

Seuls Tokio Hotel et Michel Polnareff n'apparaissent dans aucun top annuel avant cette année. Tous les autres sont présents au moins dans 2 tops 100.

A noter que le faible volume des ventes du dernier album de Michel Polnareff est compensé par de meilleures performances du DVD live de sa dernière tournée, réalisant 5,5% du chiffre d'affaires des 100 meilleures ventes. Céline Dion et André Rieu sont des artistes récurrents dans ces classements annuels depuis 2003.

Annexes

Annexe 1	Top 100 CD albums volume - 2007
Annexe 2	Top 100 CD singles volume - 2007
Annexe 3	Top 100 CD classique volume - 2007
Annexe 4	Top 100 CD jazz / blues volume - 2007
Annexe 5	Top 100 CD musiques du monde volume - 2007
Annexe 6	Total CD TV réalité musicale volume - 2007
Annexe 7	Top 100 DVD musical volume – 2007
Annexe 8	Analyse des tops 100 albums et tops 100 singles : consolidation des ventes par artistes, examen croisé avec les diffusions radiophoniques et les investissements publicitaires

> Top 100 CD albums volume - 2007

Source : GfK

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	GENRE	SOUS-GENRE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TERE VENTE*	
1	Life In Cartoon Motion	Mika	Universal	Barclay	Internationale	Pop/Rock	923,6	16,2 €	X
2	Mon Paradis	Christophe Maé	Warner	Warner	Francaise	Variete	819,6	17,1 €	X
3	La Voix D Un Ange	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	Francaise	Variete	783,4	16,2 €	X
4	Inventaire	Christophe Willem	Sony Bmg	Vogue	Francaise	Variete	597,7	16,9 €	X
5	La Caravane Des Enfoirés 2007	Les Enfoirés	Universal	Restos Du Coeur	Francaise	Variete	577,9	22,9 €	X
6	Charango	Yannick Noah	Sony Bmg	St George	Francaise	Variete	564,7	15,5 €	
7	Le Coeur D Un Homme	Johnny Hallyday	Warner	Warner	Francaise	Variete	463,1	19,5 €	X
8	Back To Black	Amy Winehouse	Universal	Az	Internationale	Soul/Funk/Rnb	443,3	15,4 €	
9	Divinidylle	Vanessa Paradis	Universal	Barclay	Francaise	Variete	337,4	17,3 €	X
10	Reprise Des Negotiations	Bénabar	Sony Bmg	Jive Records	Francaise	Variete	329,6	10,4 €	
11	Je Deviens Moi	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	Francaise	Variete	326,0	15,4 €	
12	A Fleur De Toi	Vilaa	Universal	Motown	Francaise	Soul/Funk/Rnb	290,2	13,6 €	X
13	Tolem	Zazie	Universal	Mercury	Francaise	Variete	286,8	17,7 €	X
14	All The Lost Souls	James Blunt	Warner	Wea	Internationale	Pop/Rock	286,7	17,0 €	X
15	Not Too Late	Norah Jones	Emi	Blue Note	Jazz/Blues	Jazz	280,4	15,9 €	
16	Rose	Rose	Emi	Source Etc	Francaise	Variete	273,8	11,1 €	
17	D Elles	Céline Dion	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	259,7	19,0 €	X
18	La Radiolina	Manu Chao	Wagram	Because	Francaise	Rock	255,1	15,7 €	X
19	Pomme C	Calogero	Universal	Mercury	Francaise	Variete	251,8	17,1 €	X
20	La Femme Chocolat	Olivia Ruiz	Universal	Polydor	Francaise	Variete	249,4	13,7 €	
21	Histoire D Un Amour	Dany Brillant	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	241,9	17,4 €	X
22	Dans Ma Bulle	Diam's	Emi	Hostile	Francaise	Rap/Ragga	237,0	12,5 €	X
23	Pagny Chante Brel	Florent Pagny	Universal	Mercury	Francaise	Variete	234,7	16,6 €	X
24	Pop Life	David Guetta	Emi	Virgin	Francaise	Electro	220,3	14,7 €	X
25	Loose	Nelly Furtado	Universal	Polydor	Internationale	Soul/Funk/Rnb	216,1	15,0 €	
26	Repenti	Renan Luce	Universal	Barclay	Francaise	Variete	211,4	15,5 €	X
27	T As Vu	Fatal bazooka	Warner	Up Music	Francaise	Variete	207,1	14,3 €	X
28	Zimmer 483	Tokio Hotel	Universal	Polydor	Internationale	Pop/Rock	206,3	16,5 €	X
29	L Essentiel 1977 / 2007	Francis Cabrel	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	204,7	19,1 €	X
30	Mes Fantaisies	Shym	Warner	Up Music	Francaise	Rap/Ragga	197,0	14,1 €	
31	Pavarotti Forever	Luciano Pavarotti	Universal	Decca	Classique	Classique	183,9	17,7 €	X
32	Variety	Les Rita Mitsouko	Wagram	Because	Francaise	Rock	172,9	16,3 €	X
33	Schrei So Laut Du Kannst	Tokio Hotel	Universal	Polydor	Internationale	Pop/Rock	172,2	15,2 €	
34	Minutes To Midnight	Linkin park	Warner	Wea	Internationale	Pop/Rock	170,8	17,7 €	X
35	Puisqu Il Faut Vivre	Soprano	Emi	Capitol	Francaise	Rap/Ragga	170,3	12,5 €	X
36	Lunatique	Jenifer	Universal	Mercury	Francaise	Variete	169,9	17,0 €	X
37	Wow	Superbus	Universal	Mercury	Francaise	Rock	165,7	12,8 €	
38	Joyful	Ayo	Universal	Polydor	Internationale	Soul/Funk/Rnb	164,6	14,6 €	
39	Artificial Animals Riding On Neverland	Aaron	Discograph	Discograph	Francaise	Rock	163,9	15,0 €	X
40	Nrj Music Awards 2007	Compilation	Emi	Emi Marketing	Compilation	Hits	150,3	20,3 €	
41	Futuresex / Lovesounds	Justin Timberlake	Sony Bmg	Jive Epic Group	Internationale	Soul/Funk/Rnb	147,0	13,7 €	X
42	Tecktonik Vol 3	Compilation	Emi	Emi Marketing	Compilation	Hits Thematiques	144,3	19,3 €	X
43	The Best Damn Thing	Avril Lavigne	Sony Bmg	Ariola	Internationale	Pop/Rock	142,6	14,6 €	X
44	Call Me Irresponsible	Michael Bublé	Warner	Wea	Jazz/Blues	Jazz	139,5	18,0 €	X
45	Authentik	Kenza Farah	Warner	Up Music	Francaise	Soul/Funk/Rnb	139,1	14,3 €	X
46	Alive 2007	Daft Punk	Emi	Virgin	Francaise	Electro	134,4	15,4 €	X
47	Everytime We Touch	Cascada	Sony Bmg	M6 Interactions	Internationale	Electro	133,8	10,9 €	
48	& Michel Delpech	Michel Delpech	Universal	Az	Francaise	Variete	133,8	16,7 €	
49	Good Girl Gone Bad	Rihanna	Universal	Barclay	Internationale	Soul/Funk/Rnb	129,3	16,3 €	X
50	As I Am	Alicia Keys	Sony Bmg	J Records	Internationale	Soul/Funk/Rnb	126,4	16,2 €	X

Annexe 1 (page 1/2)

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	GENRE	SOUS-GENRE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TIERE VENTE*	
51	Tecktonik Vol 4	Compilation	Emi	Emi Marketing	Compilation	Hits Thematiques	125,4	18,1 €	X
52	Midi 20	Grand Corps Malade	Universal	Az	Francaise	Rap/Ragga	119,1	13,1 €	
53	La Mome	Edith Piaf	Emi	Emi Marketing	Bof	Bof	118,6	15,2 €	X
54	Chapitre 7	MC Solaar	Warner	Up Music	Francaise	Rap/Ragga	117,8	13,8 €	X
55	Lifeline	Ben Harper - The Innocent Criminals	Emi	Virgin	Internationale	Pop/Rock	117,7	18,4 €	X
56	Olympia 2006	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	Francaise	Variete	115,7	17,5 €	
57	100 Hits Dancefloor	Compilation	Emi	Emi Marketing	Compilation	Thematiques	113,8	19,2 €	X
58	I M Not Dead	Pink	Sony Bmg	Arista	Internationale	Pop/Rock	111,6	10,7 €	
59	La Septieme Vague	Laurent Voutzy	Sony Bmg	Ariola	Francaise	Variete	110,2	12,8 €	
60	Nrj Summer Hits Only 2007	Compilation	Warner	Wea	Compilation	Hits	110,2	19,5 €	X
61	Taking Chances	Céline Dion	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	108,4	16,6 €	X
62	Live A Hanoi	Indochine	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Rock	107,8	15,0 €	X
63	Les 100 Plus Belles Chansons	Michel Polnareff	Universal	Polydor	Francaise	Variete	105,6	30,8 €	
64	Le Plaisir Des Dieux	Pierre Perret	Naive	Naive	Francaise	Variete	104,9	15,9 €	X
65	L Ange De Mon Demon	Ridan	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Variete	104,5	15,4 €	X
66	Best Of Benabar	Bénabar	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Variete	99,9	18,3 €	X
67	Le Miroir	Chimène Badi	Universal	Az	Francaise	Variete	99,4	18,3 €	X
68	Le Soldat Rose	Pierre-Dominique Burgaud - Louis Chedid	Universal	Atmospheriques	Francaise	Comedie Musicale	98,7	16,7 €	
69	Eternelle	Edith Piaf	Emi	Emi Marketing	Francaise	Retro	96,5	10,6 €	
70	Soundz Of Freedom	Bob Sinclar	Universal	Barclay	Francaise	Electro	94,6	16,0 €	X
71	Les Duos De Marc	Marc Lavoine	Universal	Mercury	Francaise	Variete	93,2	16,5 €	X
72	Curtis	50 cent	Universal	Polydor	Internationale	Rap/Ragga	93,0	15,9 €	X
73	Le Sacre Des Lemmings...	Tété	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Variete	92,4	12,0 €	
74	Yael Naim	Yael Naim	Warner	Warner	Francaise	Variete	90,6	16,1 €	X
75	Rouge Sang	Renaud	Emi	Virgin	Francaise	Variete	90,1	13,8 €	
76	Gibraltar	Abd al Malik	Universal	Atmospheriques	Francaise	Rap/Ragga	89,9	12,6 €	
77	Maison Pere Noel	Compilation	Music Message	Nc	Ambiance	Compilation	89,2	5,0 €	X
78	Les 50 Plus Belles Chansons	Barbara	Universal	Mercury	Francaise	Variete	88,2	20,4 €	X
79	Planete Rap 2007 Vol 3	Compilation	Sony Bmg	Sony Bmg	Compilation	Hits Thematiques	87,5	16,4 €	X
80	Les 100 Plus Belles Chansons	Michel Sardou	Universal	Az	Francaise	Variete	87,3	30,4 €	X
81	Confessions Tour	Madonna	Warner	Wea	Internationale	Pop/Rock	86,9	20,4 €	
82	Comme Un Manouche Sans Guitare	Thomas Dutronc	Universal	Ulm	Francaise	Variete	86,3	16,4 €	X
83	Annees 80	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation	Thematiques	86,0	18,1 €	X
84	De Bouches A Orelles	Tryo	Sony Bmg	Yelen Musiques	Francaise	Reggae/Festive	85,7	10,3 €	
85	Scream	Tokio Hotel	Universal	Polydor	Internationale	Pop/Rock	84,6	16,5 €	X
86	Shock Value	Timbaland	Universal	Polydor	Internationale	Rap/Ragga	83,6	15,2 €	X
87	Nrj Hits 2008	Compilation	Warner	Wea	Compilation	Hits	83,3	19,1 €	X
88	Les Fleurs Du Bien	Pascal Obispo	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Variete	83,2	11,9 €	
89	Saison 5	IAM	Universal	Polydor	Francaise	Rap/Ragga	83,2	16,7 €	X
90	Psychostar World	Kamini	Sony Bmg	Rca	Francaise	Rap/Ragga	81,9	14,0 €	X
91	Starfloor Vol 6	Compilation	Universal	Ulm	Compilation	Hits Thematiques	81,6	22,3 €	X
92	Konvicted	Akon	Universal	Barclay	Internationale	Soul/Funk/Rnb	81,3	14,8 €	
93	2Lorenmoi	Lorie	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	81,0	18,4 €	X
94	No Promises	Carla Bruni	Naive	Teorema	Francaise	Variete	80,9	15,9 €	
95	Dancefloor Fg - Summer 2007	Compilation	Universal	Barclay	Compilation	Hits Thematiques	80,4	18,0 €	X
96	Sheryfa Luna	Sheryfa Luna	Universal	Ulm	Francaise	Soul/Funk/Rnb	79,0	14,6 €	X
97	A 20 Ans	Amel Bent	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Soul/Funk/Rnb	77,3	16,8 €	X
98	Infinity On High	Fall Out Boy	Universal	Mercury	Internationale	Pop/Rock	76,6	14,3 €	X
99	Starfloor Vol 7	Compilation	Universal	Airplay / Ulm	Compilation	Hits Thematiques	76,1	22,4 €	X
100	E2	Eros Ramazzotti	Sony Bmg	Ariola	Internationale	Pop/Rock	75,7	19,2 €	X

* Référence vendue pour la première fois sur la période observée

Annexe 1 (page 2/2)

> Top 100 CD singles volume - 2007

Source : GfK

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	GENRE	SOUS-GENRE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TIERE VENTE	
1	Garçon	Koxie	Universal	Az	Francaise	Rap/Ragga	301,1	4,0 €	X
2	Double Je	Christophe Willem	Sony Bmg	Vogue	Francaise	Variete	294,7	4,0 €	X
3	Marilyn Gomont	Kamini	Sony Bmg	Rca	Francaise	Rap/Ragga	192,0	4,0 €	
4	De Temps En Temps	Grégory Lemarchal	Universal	Mercury	Francaise	Variete	179,7	4,0 €	X
5	4 Mots Sur Un Piano	P Fiori - J-J Goldman	Sony Bmg	Rca	Francaise	Variete	160,6	4,0 €	X
6	Relax - Take It Easy	Mika	Universal	Barclay	Internationale	Pop/Rock	133,5	4,0 €	X
7	Aux Arbres Citoyens	Yannick Noah	Sony Bmg	St George	Francaise	Variete	132,6	4,0 €	X
8	Mauvaise Foi Nocturne	Fatal bazooka featuring Vitoo	Warner	Up Music	Francaise	Variete	128,1	4,0 €	X
9	Fous Ta Cagoule	Fatal bazooka	Warner	Up Music	Francaise	Variete	124,1	4,0 €	
10	The Way I Are	Timbaland featuring Tyssem	Universal	Polydor	Internationale	Rap/Ragga	113,8	4,0 €	X
11	Quelque Part	Sheryfa Luna	Universal	Ulm	Francaise	Soul/Funk/Rnb	111,2	4,0 €	X
12	Kamale	Ora Malé	Universal	Music One / Ulm	Ambiance	Populaire	106,0	4,0 €	X
13	Love Is Gone	David Guetta	Emi	Virgin	Francaise	Electro	105,9	4,0 €	X
14	Don T Stop The Music	Rihanna	Universal	Barclay	Internationale	Soul/Funk/Rnb	105,8	4,0 €	X
15	Parle A Ma Main	Fatal bazooka	Warner	Up Music	Francaise	Variete	100,6	4,0 €	X
16	Fais La Poule	Sébastien	Sony Bmg	Sony Music Media	Ambiance	Populaire	91,4	4,0 €	X
17	Ta Meuf	Faf Larage	Sony Bmg	M6 Interactions	Francaise	Rap/Ragga	89,4	4,0 €	X
18	Hurt	Christina Aguilera	Sony Bmg	Rca	Internationale	Soul/Funk/Rnb	88,5	4,0 €	X
19	Princess	NZH	Sony Bmg	Heben Music	Francaise	Rap/Ragga	83,6	4,0 €	X
20	Miracle	Cascada	Sony Bmg	M6 Interactions	Internationale	Electro	81,6	4,0 €	X
21	Dolly Song (Ieva S Polka)	Holly Dolly	Universal	Airplay	Enfant	Personnages	76,4	4,0 €	
22	Jacques A Dit	Christophe Willem	Sony Bmg	Vogue	Francaise	Variete	75,5	4,0 €	X
23	Everytime We Touch	Cascada	Sony Bmg	M6 Interactions	Internationale	Electro	67,9	4,0 €	
24	Victoire	Shy'm	Warner	Up Music	Francaise	Soul/Funk/Rnb	66,4	4,0 €	X
25	Say It Right	Nelly Furtado	Universal	Polydor	Internationale	Soul/Funk/Rnb	64,8	4,0 €	X
26	Always	Johnny Hallyday	Warner	Warner	Francaise	Variete	63,7	4,0 €	X
27	Mon Pays	Faudel	Universal	Mercury	Francaise	Variete	63,0	4,0 €	
28	Beautiful Liar	Beyoncé - Shakira	Sony Bmg	Columbia	Internationale	Soul/Funk/Rnb	62,7	4,0 €	X
29	Tourner Ma Page	Jenifer	Universal	Mercury	Francaise	Variete	62,0	4,0 €	X
30	Beautiful Girls	Sean Kingston	Sony Bmg	Jive Epic Group	Internationale	Rap/Ragga	59,2	4,0 €	X
31	Smack That	Akon featuring Eminem	Universal	Barclay	Internationale	Rap/Ragga	57,1	4,0 €	X
32	Moi Lolita	Julien Doré	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Variete	56,0	4,0 €	X
33	Nouveau Français	Amel Bent	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Soul/Funk/Rnb	55,1	4,0 €	X
34	Unidos Para La Musica	David Vendetta	Warner	V2 Music	Francaise	Electro	54,9	4,0 €	X
35	All Good Things Come To An End	Nelly Furtado	Universal	Polydor	Internationale	Pop/Rock	54,1	4,1 €	X
36	Girlfriend	Avril Lavigne	Sony Bmg	Ariola	Internationale	Pop/Rock	53,5	4,0 €	X
37	Ubers Ende Der Welt	Tokio Hotel	Universal	Polydor	Internationale	Pop/Rock	53,3	4,0 €	X
38	Destination Calabria	Alex Gaudino feat. Crystal Waters	Warner	Scorpio	Internationale	Electro	52,6	4,0 €	X
39	The Sweet Escape	Gwen Stefani - Akon	Universal	Ulm	Internationale	Pop/Rock	51,6	4,0 €	X
40	Elle	Melissa M	Warner	Up Music	Francaise	Soul/Funk/Rnb	51,3	4,0 €	X
41	Durch Den Monsun	Tokio Hotel	Universal	Polydor	Internationale	Pop/Rock	50,9	4,0 €	X
42	Les Cowboys	Bébé Lilly	Sony Bmg	Heben Music	Enfant	Personnages	50,9	4,0 €	X
43	Umbrella	Rihanna	Universal	Ulm	Internationale	Soul/Funk/Rnb	50,7	4,0 €	X
44	Alive	Mondotek	Universal	Mercury	Internationale	Electro	50,0	4,0 €	X
45	Love Today	Mika	Universal	Barclay	Internationale	Pop/Rock	50,0	4,0 €	X
46	Et S I I N En Restait Qu Un (Je Serai Celle-La)	Céline Dion	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	48,8	4,0 €	X
47	On A Change	Les déesses	Warner	M6 Interactions	Musique Du Monde	Caribes	48,7	4,0 €	X
48	Elles Demandent	Medhy Custos	Warner	Up Music	Musique Du Monde	Caribes	47,6	4,0 €	X
49	Are U Ready ?	Pakito	Universal	Ulm	Internationale	Electro	47,1	4,0 €	X
50	L Alphabet En Chantant	Florabelle et La Mushroom Family	Emi	Emi Label One	Enfant	Personnages	46,4	4,0 €	X

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	GENRE	SOUS-GENRE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TIERE VENTE*	
51	Baby When The Light	David Guetta	Emi	Virgin	Francaise	Electro	44,1	4,0 €	X
52	Balance Toi	Tony Parker	Warner	Music One	Francaise	Rap/Ragga	42,6	4,0 €	X
53	Ghetto Millionaire	Black Mamba	Universal	Ulm	Francaise	Rap/Ragga	42,5	4,0 €	X
54	Parce Qu On Sait Jamais	Christophe Maé	Warner	Warner	Francaise	Variete	41,7	4,0 €	X
55	J Aime	Clara Morgane feat. Lord Kossity	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Rap/Ragga	40,8	4,0 €	X
56	Calabria 2007	Enur feat. Natasja	Sony Bmg	Scorpio	Internationale	Electro	40,7	4,0 €	X
57	Desole Pour Hier Soir	Tryo	Sony Bmg	St George	Francaise	Reggae/Fesive	40,3	4,0 €	X
58	What Goes Around Comes Around	Justin Timberlake	Sony Bmg	Jive Records	Internationale	Soul/Funk/Rnb	37,3	4,0 €	X
59	Je Vais Vite	Lorie	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	37,2	4,0 €	X
60	Il Est Interdit	Shanna	Universal	Absolute Sound	Francaise	Electro	36,6	4,0 €	X
61	I Wish I Was A Punk Rocker	Sandi Thom	Sony Bmg	Rca	Internationale	Pop/Rock	36,2	4,0 €	X
62	Coeur Sacre	Thierry Amiel	Sony Bmg	Rca	Francaise	Variete	35,2	4,0 €	X
63	Rien Que Du Bonheur !	Charlotte Aux Fraises	Warner	M6 Interactions	Enfant	Personnages	34,9	4,0 €	X
64	Ki Dil Mie	Mag'ic System	Emi	Capitol	Musique Du Monde	Afrique	34,7	4,0 €	X
65	No One	Alicia Keys	Sony Bmg	Jrc	Internationale	Soul/Funk/Rnb	32,9	4,0 €	X
66	Lola	Superbus	Universal	Mercury	Francaise	Rock	32,9	4,0 €	X
67	Je Suis Un Homme	Zazie	Universal	Mercury	Francaise	Variete	32,9	4,0 €	X
68	Destination Ailleurs	Yannick Noah	Sony Bmg	St George	Francaise	Variete	32,4	4,0 €	X
69	C Est Dans La Joie	Mokobé featuring Patson	Sony Bmg	Jive Epic Group	Francaise	Rap/Ragga	31,2	4,0 €	X
70	Mon Megamix A Moi	Bébé Lilly	Sony Bmg	Heben Music	Enfant	Personnages	30,6	4,0 €	X
71	Rise Up	Yves Larock	Universal	Ulm	Francaise	Electro	30,6	4,0 €	X
72	Sound Of Freedom	B Sinclair featuring G Pine and Dollarman	Universal	Barclay	Francaise	Electro	30,6	4,0 €	X
73	Partons Vite	Kaolin	Wagram	Alhome	Francaise	Rock	30,5	4,0 €	
74	(Tango) Princesse	Julie Zenatti	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Variete	30,4	4,0 €	X
75	U Turn (Lil)	Aaron	Discograph	Discograph	Francaise	Rock	30,3	4,0 €	X
76	This Ain T A Scene It S An Arms Race	Fall Out Boy	Universal	Az	Internationale	Pop/Rock	29,9	4,0 €	X
77	Spring Nicht	Tokio Hotel	Universal	Polydor	Internationale	Pop/Rock	29,8	4,0 €	X
78	Give It To Me	Timbaland	Universal	Polydor	Internationale	Rap/Ragga	29,4	4,0 €	X
79	On S Attache	Christophe Maé	Warner	Warner	Francaise	Variete	29,0	4,0 €	X
80	J Suis Blanc	Kamini	Sony Bmg	Rca	Francaise	Rap/Ragga	27,7	4,0 €	X
81	Par Amour	Diam's	Emi	Hostile	Francaise	Rap/Ragga	27,6	4,0 €	X
82	Amies Enemies	Nadiya	Sony Bmg	Columbia	Francaise	Soul/Funk/Rnb	27,2	4,0 €	
83	Pas Le Temps	Faf Larage	Sony Bmg	M6 Interactions	Francaise	Rap/Ragga	27,2	4,0 €	
84	Le Heros D Un Autre	Victoria	Warner	Music One	Bof	Bof	26,9	4,0 €	X
85	I Don T Need A Man	Pussycat Dolls	Universal	Polydor	Internationale	Soul/Funk/Rnb	25,6	4,0 €	X
86	Ayo Technology	50 cent feat. J Timberlake - Timbaland	Universal	Polydor	Internationale	Rap/Ragga	25,5	4,0 €	X
87	Gimme More	Britney Spears	Sony Bmg	Jive Epic Group	Internationale	Pop/Rock	25,4	4,0 €	X
88	Proper Education	Eric Prydz versus Floyd	Warner	Happy Music	Internationale	Electro	24,8	4,0 €	X
89	Boum Boum	Silly Le petit phoque	Warner	Music One	Enfant	Personnages	24,5	4,0 €	X
90	Don T Matter	Akon	Universal	Barclay	Internationale	Rap/Ragga	24,5	4,0 €	X
91	Le Destin De Lisa	Alexandra Lucci	Universal	Ulm	Bof	Bof	24,3	4,0 €	X
92	Dancing Lasha Tumbai	Verka Serduchka	Universal	Ulm	Internationale	Electro	23,5	4,0 €	X
93	Le Sourire	Emmanuel Moire	Warner	Warner	Francaise	Variete	22,9	4,0 €	
94	Les Gros Mots Des Tout-Petits	Titou Le Lapinou	Warner	My Label	Enfant	Personnages	22,6	4,0 €	X
95	Wind It Up	Gwen Stefani	Universal	Polydor	Internationale	Soul/Funk/Rnb	22,2	4,0 €	X
96	Petit Papa Noel	Tino Rossi	Warner	M6 Interactions	Francaise	Retro	22,0	4,0 €	X
97	Chiquitas	Ilona Mitrecey	Sony Bmg	Scorpio	Enfant	Personnages	22,0	4,0 €	X
98	What I Want	Bob Sinclair - Fireball	Universal	Barclay	Francaise	Electro	21,8	4,0 €	X
99	A Fleur De Toi	Vitaa	Universal	Ulm	Francaise	Soul/Funk/Rnb	21,6	4,0 €	X
100	Dance	Justice	Wagram	Because	Francaise	Electro	21,5	4,0 €	X

* Référence vendue pour la première fois sur la période observée

> Top 100 CD classique volume - 2007

Source : GfK

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TERE VENTE*
1 Pavarotti Forever	Luciano Pavarotti	Universal	Decca	183,9	17,7 €	x
2 Les Elections Classiques 2007	Compilation	Emi	Emi Classics	65,8	13,8 €	x
3 Credo (Airs Sacres)	Roberto Alagna	Universal	Deutsche Grammophon	59,8	15,9 €	x
4 Miracle D Une Voix	Natalie Dessay	Emi	Virgin Classics	58,0	12,5 €	
5 Il Etait Une Fois	André Rieu	Universal	Philips	56,8	18,1 €	x
6 Vivaldi Heroes	Ensemble Matheus - Jean-Christophe Spinosi - Philippe Jaroussky	Emi	Virgin Classics	52,6	11,6 €	
7 Maria	Cecilia Bartoli	Universal	Decca	45,9	19,9 €	x
8 Eternelle	Maria Callas	Emi	Emi Classics	40,4	17,9 €	x
9 Airs D Opera Italiens	Natalie Dessay - Evelino Pido - Concerto Köln	Emi	Virgin Classics	39,8	18,9 €	x
10 The Story Of A Castrato - Carestini	Philippe Jaroussky - Emmanuelle Haim - Concert d'Astrée	Emi	Virgin Classics	35,2	19,1 €	x
11 Vivere - The Best Of	Andrea Bocelli	Universal	Mercury	33,4	17,5 €	x
12 Chopin - L Integrale 30Cd	Frédéric Chopin	Abeille Musique	Brilliant Classics	30,6	38,6 €	x
13 Concerto N 5 Emperor - Plano Sonata / Op 28	Hélène Grimaud - Vladimir Jurowsky - Orchestre Staatskapelle de Dresde	Universal	Deutsche Grammophon	25,5	20,3 €	x
14 Le Violoncelle Du Siede - 80Eme Anniversaire	Mstislav Rostropovitch	Emi	Emi Classics	24,1	16,0 €	x
15 Pierre Et Le Loup	Orchestre Capitot de Toulouse - Valérie Lemercier - Tugan Sokiev	Naive	Naive	23,8	17,2 €	x
16 Elections Classiques 2007 Integrale	Compilation	Emi	Emi Marketing	22,3	17,9 €	x
17 New York Memories	André Rieu	Universal	Philips	21,0	17,6 €	
18 Gitano	Rolando Villazon	Emi	Emi Classics	16,7	19,6 €	x
19 Tenor	Roberto Alagna	Emi	Emi Classics	16,2	13,8 €	
20 Duets	Nicola Luisotti - Anna Netrebko - Rolando Villazon	Universal	Deutsche Grammophon	15,2	21,2 €	x
21 50 - Le Coffret Du Cinquantieme Anniversaire D Harmonia Mundi 30Cd	Compilation	Harmonia Mundi	Harmonia Mundi	14,9	48,7 €	x
22 Hommage A Luciano Pavarotti	Luciano Pavarotti	Sony Bmg	Red Seal	14,7	18,2 €	x
23 Roberto Alagna Chante Luis Mariano	Roberto Alagna	Universal	Deutsche Grammophon	14,5	14,1 €	
24 Mozart Ses 100 Chefs D'Oeuvres (250Eme Anniversaire 1756-2006)	Compilation	Emi	Emi Classics	14,3	11,0 €	
25 Andre Rieu - Les 100 Plus Belles Melodies	André Rieu	Universal	Philips	14,2	31,0 €	x
26 Tic Toc Choc	Alexandre Tharaud	Harmonia Mundi	Harmonia Mundi	14,1	17,5 €	x
27 L Oeuvre De Mozart - Integrale Coffret 170Cd	Compilation	Abeille Musique	Brilliant Classics	14,0	79,7 €	
28 Bach Edition - L'Integrale 155Cd	Compilation	Abeille Musique	Brilliant Classics	13,8	84,3 €	
29 Neujahrskonzert 2007	Zubin Mehta - Orchestre Philharmonique de Vienne	Universal	Deutsche Grammophon	11,9	18,6 €	x
30 Beethoven 2007 - L Integrale Brilliant Classics 100Cd	Compilation	Abeille Musique	Brilliant Classics	11,9	88,2 €	x
31 Cello Suites	Jean-Guihen Queyras	Harmonia Mundi	Harmonia Mundi	11,6	20,8 €	x
32 Les 50 Plus Grands Operas Du Monde 100Cd	Compilation	Universal	Decca	10,8	76,0 €	x
33 Transcriptions Vol 2	Accentus - Laurence Equibey	Naive	Naive	10,0	19,0 €	
34 Sublime Pavarotti	Luciano Pavarotti - Placido Domingo - José Carreras	Universal	Decca	10,0	22,9 €	
35 100 Chefs D Oeuvres De La Trompette	André Maurice	Emi	Emi Classics	9,7	18,7 €	
36 L Integrale Studio En 70Cd	Maria Callas	Emi	Emi Classics	9,5	98,3 €	x
37 Les Chefs-D Oeuvre De Beethoven 60 Cd	Ludwig Van Beethoven	Sony Bmg	Sony Classical	9,1	42,4 €	x
38 Les Chefs-D Oeuvre De Beethoven Par Les Plus Grands Artistes 50Cd	Ludwig Van Beethoven	Emi	Emi Classics	9,0	50,3 €	
39 Viva Opera	Roberto Alagna	Universal	Deutsche Grammophon	9,0	22,2 €	
40 Chopin - Ses 100 Chefs-D Œuvre	Frédéric Chopin	Emi	Emi Classics	8,5	18,7 €	x
41 Legende Du Classique	Compilation	Universal	Polydor	8,5	8,7 €	
42 Tristan Et Yseut	Brigitte Lesne - Pierre Hamon	Harmonia Mundi	Zig Zag Territoires	8,4	23,4 €	
43 Coffret Rubinstein - The Chopin Collection	Arthur Rubinstein	Sony Bmg	Rca	7,9	23,6 €	x
44 Noel!	Compilation	Emi	Emi Classics	7,8	16,0 €	x
45 Les Chefs-D Oeuvre De Vivaldi - Masterworks	Antonio Vivaldi	Universal	Decca	7,8	42,5 €	x
46 Songs From The Labyrinth	Sting	Universal	Deutsche Grammophon	7,3	20,3 €	
47 Je N Aime Pas Le Classique Mais Ca J Aime Bien Db + Livre	Compilation	Sony Bmg	Rca	6,7	17,6 €	x
48 Deutsche Grammophon - 100 Chefs-D'Oeuvres De La Musique Classique	Compilation	Universal	Deutsche Grammophon	6,6	31,0 €	
49 Virtuoso Cantatas	Philippe Jaroussky - Ensemble Artaserse	Emi	Virgin Classics	6,6	11,0 €	
50 La Discotheque Ideale Classique 100Cd	Compilation	Warner	Erato	6,5	89,1 €	x

Annexe 3 (page 1/2)

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TERRE VENTE*
51 200 Ans De Musique A Versailles 21Cd	Compilation	Codaex France	Mbf	6,3	58,4 €	x
52 Variations Goldberg	Glenn Gould	Sony Bmg	Sony Classical	6,3	8,1 €	
53 Ah ! Mio Cor (Handel Arias)	Magdalena Kozena - Andrea Marcon - Orchestre baroque de Venise	Universal	Deutsche Grammophon	6,3	17,7 €	x
54 Je N Aime Pas Le Classique Mais Ca J Aime Bien	Compilation	Sony Bmg	Rca	6,3	17,6 €	x
55 Ses 100 Chefs D Oeuvre	Johann Sebastian Bach	Emi	Virgin Classics	6,2	17,2 €	
56 Generation Opera Db	Compilation	Emi	Virgin Classics	6,1	18,2 €	x
57 Les Chorales De Noel	Compilation	Wagram	Wagram	6,0	16,1 €	
58 Schubert - Les Chefs-D Oeuvre	Franz Schubert	Emi	Emi Classics	5,9	52,1 €	x
59 The 3 Tenors In Concert 1994	Luciano Pavarotti - Placido Domingo - José Carreras	Warner	Teldec	5,9	15,7 €	
60 100 Chefs D Oeuvre De La Musique Sacree 6Cd	Compilation	Emi	Virgin Classics	5,8	19,3 €	x
61 Mozart L Egyptien Vol 1	Compilation	Emi	Emi Classics	5,5	8,2 €	
62 Time Of The Gypsies - Punk Opera	Emir Kusturica and the No Smoking Orchestra	Universal	Decca	5,5	17,2 €	x
63 Amore	Andrea Bocelli	Universal	Ulm	5,5	17,9 €	
64 100 Airs De Legende	Maria Callas	Emi	Emi Classics	5,4	19,4 €	
65 Transcriptions	Accentus - Laurence Equibey	Naive	Naive	5,4	14,0 €	
66 Mozart L Egyptien Vol 2	Compilation	Emi	Emi Classics	5,3	8,5 €	
67 Vivaldi - 100 Chefs-D Oeuvre	Antonio Vivaldi	Emi	Virgin Classics	5,3	18,5 €	x
68 Opera Recital	Rolando Villazon - Michel Plasson - Orchestre de la radio de Munich	Emi	Virgin Classics	5,3	13,9 €	
69 Les Chefs-D Oeuvre De L Opera 50 Cd	Compilation	Emi	Emi Classics	4,9	50,2 €	x
70 Glenn Gould Joue Bach	Glenn Gould	Sony Bmg	Rca	4,9	9,9 €	x
71 Les Chefs-D Oeuvre De L Opera 50 Cd	Compilation	Emi	Emi Classics	4,7	50,3 €	x
72 Pierre Et Le Loup - Carnaval Des Animaux - L Histoire De Babar	Georges Prétre - Igor Markevitch - Claude Piéplu	Emi	Emi Classics	4,7	8,5 €	
73 La Legende Du Piano	Compilation	Sony Bmg	Red Seal	4,7	14,9 €	x
74 Beatles Go Baroque	Peter Breiner	Abeille Musique	Naxos	4,6	8,6 €	
75 Infiniment Bach	Glenn Gould	Sony Bmg	Sony Classical	4,5	16,8 €	
76 La Legende De La Musique Sacree	Compilation	Production Fnac	Nc	4,5	15,0 €	x
77 O Sole Mio-Recital	Luciano Pavarotti	Disky	Disky	4,4	5,9 €	x
78 Doubles Jeux	Laurent Korcia	Naive	Naive	4,4	20,0 €	
79 Le Recital Reve	Enrico Caruso- Gottfried Rabl - Orchestre Symphonique de La Radio de Vienne	Sony Bmg	Rca	4,4	9,7 €	x
80 Opera Highlights	Maria Callas	Emi	Emi Classics	4,4	30,8 €	x
81 La Legende	Maria Callas	Emi	Emi Classics	4,2	8,3 €	
82 Le Meilleur De Pavarotti	Luciano Pavarotti	Sony Bmg	Sony Bmg Media	4,2	31,0 €	x
83 Helene Grimaud	Hélène Grimaud	Universal	Deutsche Grammophon	4,1	10,5 €	
84 Ses 100 Chefs-D Oeuvre	Compilation	Emi	Emi Classics	4,1	18,6 €	x
85 Here S To The Heroes	The Ten Tenors	Warner	Wea	4,0	18,3 €	
86 Alleluia - Grands Choeurs Sacres	Compilation	Emi	Emi Classics	4,0	19,2 €	
87 Concerto Italien	Alexandre Tharaud	Harmonia Mundi	Harmonia Mundi	3,9	22,3 €	
88 Variations Goldberg (Version 1955)	Glenn Gould	Sony Bmg	Sony Music Media	3,8	16,8 €	x
89 The Three Tenors In Concert Mehta	Luciano Pavarotti - Placido Domingo - José Carreras	Universal	Decca	3,8	20,8 €	
90 Trio Pour Piano Violon Et Violoncelle	Renaud Capuçon - Gautier Capuçon	Emi	Virgin Classics	3,7	21,3 €	x
91 Les Quatre Saisons	Nigel Kennedy - Daniel Strabrawa - Orchestre Philharmonique de Berlin	Emi	Emi Classics	3,7	13,0 €	
92 Mozart - Ses Plus Grands Chefs-D'Oeuvre	Wolfgang Amadeus Mozart	Emi	Virgin Classics	3,7	7,6 €	
93 Romantique	André Rieu	Universal	Philips	3,6	10,1 €	
94 Coffret Anniversaire Gould	Glenn Gould	Production Fnac	Nc	3,6	30,0 €	x
95 Merry Christmas - Valses Et Chansons Populaires	André Rieu	Codaex France	Musicware	3,6	5,0 €	
96 Musica Per Mandolino E Liuto	Rolf Lislevand - Ensemble Kapsberger	Naive	Opus111	3,6	16,4 €	x
97 Les Grands Concertos	Arthur Rubinstein - Eugene Ormandy - Alfred Wallenstein	Sony Bmg	Rca	3,5	9,8 €	x
98 Appassionato	Yo-Yo Ma	Sony Bmg	Sony Classical	3,5	19,2 €	x
99 Gold	Luciano Pavarotti	Nocturne	Deja Vu Definitive Gold	3,5	12,9 €	
100 Best Of Satie - Gymnopedies / Gnossienne / Morceaux En Forme De Poire	Erik Satie	Emi	Emi Classics	3,4	7,7 €	

* Référence vendue pour la première fois sur la période observée

> Top 100 CD jazz / blues volume - 2007

Source : GfK

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TERE VENTE*
1 Not Too Late	Norah Jones	Emi	Blue Note	280,5	15,9 €	
2 Call Me Irresponsible	Michael Bublé	Warner	Wea	138,7	18,0 €	x
3 Breakfast On The Morning Tram	Stacey Kent	Emi	Blue Note	69,6	17,6 €	x
4 The Very Best Of	Diana Krall	Universal	Verve	26,7	17,5 €	x
5 Young Bones	Malia	Sony Bmg	Jive Epic Group	24,4	16,9 €	x
6 Voodoo	Térez Montcalm	Sony Bmg	Francis Dreyfus Music	23,8	18,1 €	x
7 Look Of Love	Diana Krall	Universal	Verve	19,1	8,4 €	
8 Call Off The Search	Katie Melua	Naive	Dramatico	18,2	10,4 €	
9 From This Moment On	Diana Krall	Universal	Verve	15,4	15,1 €	
10 Red Earth	Dee Dee Bridgewater	Universal	Emarcy	15,1	19,5 €	x
11 The Very Best Of Nina Simone	Nina Simone	Sony Bmg	Sony Music Media	14,9	18,3 €	x
12 Half The Perfect World	Madeleine Peyroux	Universal	Rounder Records	14,6	17,4 €	
13 Careless Love	Madeleine Peyroux	Universal	Emarcy	13,5	10,5 €	
14 Playground	Manu Katche	Universal	Ecm Records	12,4	17,5 €	x
15 Introducing	Robin McKelle	Harmonia Mundi	O + Music	12,4	18,9 €	
16 It S Allright With Me	Sara Lazarus	Sony Bmg	Francis Dreyfus Music	11,5	17,3 €	
17 The Girl In The Other Room	Diana Krall	Universal	Verve	11,4	9,6 €	
18 My Foolish Heart - Live At Montreux	Keith Jarrett - Gary Peacock - Jack Dejohnette	Universal	Ecm New Series	11,4	23,4 €	x
19 Dreamland	Madeleine Peyroux	Warner	Atlantic	11,0	8,0 €	
20 Jazz Manouche Vol 3	Compilation	Wagram	Wagram Roots	10,4	16,7 €	x
21 When I Look In Your Eyes	Diana Krall	Universal	Verve	9,7	8,3 €	
22 River - The Joni Letters	Herbie Hancock	Universal	Verve	9,5	18,6 €	x
23 If You Know Love	Molly Johnson	Universal	Verve	8,8	17,1 €	x
24 Handful Of Soul	Mario Biondi and The High Five Quintet	Emi	Bonsai Music	8,7	15,9 €	x
25 Givin It Up	George Benson - Al Jarreau	Universal	Fantasy Concord	8,5	20,5 €	
26 Deliveries After Dark	Popa Chubby	Harmonia Mundi	Dixiefrog	7,8	17,0 €	x
27 Les Voix Du Jazz Db	Compilation	Emi	Emi Marketing	7,6	19,3 €	x
28 Free	Marcus Miller	Sony Bmg	Francis Dreyfus Music	7,6	20,9 €	x
29 Arkhangelsk	Erik Truffaz	Emi	Blue Note	7,2	18,1 €	x
30 Kind Of Blue	Miles Davis	Sony Bmg	Columbia	6,9	10,5 €	
31 Its Time	Michael Bublé	Warner	Wea	6,8	11,5 €	
32 Abbey Sings Abbey	Abbey Lincoln	Universal	Verve	6,2	19,2 €	x
33 The Definitive Ray Charles	Ray Charles	Warner	Rhino Records	6,1	19,3 €	
34 Live - Baldamore	Hadouk Trio	Naive	Naive	6,1	20,0 €	x
35 Live - Hot N Blue	Jean-Jacques Milteau	Universal	Emarcy	6,1	16,5 €	x
36 My New Orleans	Harry Connick Jr	Sony Bmg	Columbia	6,1	18,5 €	x
37 My Baby Just Cares For Me	Nina Simone	Warner	Charly Records	6,0	7,5 €	
38 Feels Like Home	Norah Jones	Emi	Blue Note	5,9	8,2 €	
39 Quartet	Pat Metheny - Brad Mehldau	Warner	Wea	5,9	19,1 €	x
40 Les Annees Bechet	Sidney Bechet	Sony Bmg	Vogue	5,8	8,4 €	
41 Catching Tales	Jamie Cullum	Universal	Universal Jazz	5,6	12,5 €	
42 Mythologies	Patricia Barber	Emi	Blue Note	5,6	14,7 €	
43 Ne Me Quitte Pas	Nina Simone	Universal	Mercury	5,5	9,7 €	
44 Getz - Gilberto	Stan Getz - Astrud Gilberto	Universal	Verve	5,3	10,7 €	
45 Come Away With Me	Norah Jones	Emi	Blue Note	5,3	8,2 €	
46 Divenire Dg	Ludovico Einaudi	Harmonia Mundi	Ponderosa / Mdc	5,3	16,2 €	x
47 Just The Way You Are	Birell Lagrène - Gipsy Project	Sony Bmg	Francis Dreyfus Music	5,1	20,7 €	x
48 Mirror	Jacky Terrasson	Emi	Blue Note	5,0	16,5 €	x
49 Diamond Days	Eric Bibb	Harmonia Mundi	Dixiefrog	4,8	18,7 €	
50 Back To My Groove	Elisabeth Kontomanou	Nocturne	Nocturne	4,8	18,7 €	x

Annexe 4 (page 1/2)

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TERE VENTE*
51 4Cd Simply Jazz	Compilation	Pias France	Union Square	4,6	11,6 €	
52 Guitares Jazz Db Ed Lim	Compilation	Wagram	Wagram Roots	4,6	16,7 €	x
53 The Very Best Of Ray Charles	Ray Charles	Warner	Rhino Atlantic	4,4	11,4 €	
54 Blues Anthology	Compilation	Emi	Emi Marketing	4,4	16,7 €	x
55 Birdwatcher	Michel Portal	Universal	Emarcy	4,3	19,8 €	x
56 Complete Sessions	Louis Armstrong - Duke Ellington	Emi	Blue Note	4,3	10,1 €	
57 So Jazz - The Ultimate Selection Of Basic - Hot And Essential Jazzy Tunes	Compilation	Wagram	Wagram	4,3	15,2 €	x
58 Live In Hamburg	Trio Esbjorn Svensson	Harmonia Mundi	Act Music	4,3	18,9 €	x
59 Trouble Shootin	Stefano Di Battista	Emi	Blue Note	4,2	18,0 €	x
60 Electric Chubbyand	Popa Chubby	Harmonia Mundi	Dixiefrog	4,2	21,2 €	
61 Carte Blanche Blues A Ben Harper	Compilation	Ind	Nc	4,2	10,0 €	x
62 Big Boogaloo	Eric Legnini	Harmonia Mundi	Label Bleu	4,1	18,8 €	x
63 Pilgrimage	Michael Brecker	Universal	Emarcy	4,1	19,7 €	x
64 Koln Concert	Keith Jarrett	Universal	Ecm	4,1	20,5 €	
65 Ole Coltrane	John Coltrane	Warner	Atlantic	4,0	7,6 €	
66 So Blues - The Ultimate Selection Of Basic - Hot And Essential Bluesy Tunes 3Cd	Compilation	Wagram	Wagram	4,0	15,4 €	x
67 Genius Loves Company	Ray Charles	Emi	Capitol	4,0	8,7 €	
68 My Favorite Things	John Coltrane	Warner	Atlantic	4,0	7,7 €	
69 Soul - Peace And Love	Liz Mc Comb	Emi	Bonsai Music	3,9	15,4 €	x
70 The Very Best Of Warner Bros 1985 / 1991	Miles Davis	Warner	Wea	3,9	11,5 €	x
71 The Art Of The Trio Vol 2 - Live At The Village Vanguard	Brad Mehldau	Warner	Wea	3,8	7,5 €	
72 Les Plus Grands Artistes Du Jazz	Compilation	Wagram	Wagram	3,8	10,6 €	
73 Il Etait Une Fois La Route	Paul Personne	Sony Bmg	Xiii Bis Records	3,8	14,7 €	x
74 Jaco Pastorius	Jaco Pastorius	Sony Bmg	Epic	3,8	7,6 €	
75 So Blues - The Ultimate Selection Of Basic - Hot And Essential Bluesy Tunes	Compilation	Wagram	Wagram	3,8	15,3 €	x
76 4Cd Simply Blues	Compilation	Pias France	Union Square	3,8	11,6 €	
77 Musica Nuda - Live A Fip	Petra Magoni - Ferruccio Spinetti	Emi	Bonsai Music	3,8	16,1 €	x
78 A Time For Everything	Yaron Herman trio	Naive	Laborie	3,7	18,8 €	x
79 Luz Negra	Richard Galliano	Universal	Milan	3,7	20,0 €	x
80 Being There	Tord Gustavsen Trio	Universal	Ecm New Series	3,7	19,8 €	x
81 Giant Steps	John Coltrane	Warner	Rhino Records	3,6	7,5 €	
82 Twenty Something	Jamie Cullum	Universal	Verve	3,5	11,7 €	
83 Manu Dibango Joue Sidney Bechet	Manu Dibango	Abelle Musique	Cristal Records	3,5	17,2 €	x
84 Ray Sings Basie Swings	Ray Charles	Universal	Ulm	3,5	19,5 €	
85 Urban Tribe	Anne Ducros	Sony Bmg	Francis Dreyfus	3,5	19,1 €	x
86 The Art Of The Trio Vol 3	Brad Mehldau	Warner	Wea	3,5	7,8 €	
87 In A Silent Way	Miles Davis	Sony Bmg	Sony Music Media	3,5	7,5 €	
88 Songs For Sad Women	Rabih Abou-Khalil	Harmonia Mundi	Enja	3,5	19,4 €	x
89 Utopies	Hadouk Trio	Naive	Naive	3,4	19,3 €	
90 Heaven Earth And Beyond	Lisa Ekdahl	Sony Bmg	Rca	3,4	8,1 €	
91 Jazz Emotions - Les Plus Beaux Airs	Compilation	Sony Bmg	Sony Music Media	3,3	10,7 €	x
92 Roots	Trio Rosenberg	Harmonia Mundi	Iris Music	3,3	18,6 €	x
93 Django Reinhardt & Stephane Grappelli	Django Reinhardt - Stéphane Grappelli	Wagram	Wagram	3,3	8,3 €	
94 Hopeful	Electro Deluxe	Sounds	Such Production	3,3	13,0 €	x
95 Djangology	Django Reinhardt	Harmonia Mundi	The Intense Music	3,3	12,1 €	
96 The Very Best Of The Blues Brothers	The Blues Brothers	Warner	East West	3,3	12,2 €	
97 Hold The Rain	Pura Fé	Harmonia Mundi	Dixiefrog	3,3	18,5 €	x
98 Piano Solo - The Complete Live In Germany	Michel Petrucciani	Sony Bmg	Francis Dreyfus Music	3,2	20,7 €	x
99 L Ame Du Gospel	Compilation	Sony Bmg	Sony Bmg Media	3,2	16,7 €	x
100 Jazz Emotions - Les Plus Belles Voix Feminines Et Masculines	Compilation	Sony Bmg	Sony Music Media	3,1	15,2 €	x

* Référence vendue pour la première fois sur la période observée

> Top 100 CD musiques du monde volume - 2007

Source : GfK

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	SOUS-GENRE	SINGLE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TERE VENTE*
1 L Africain	Tiken Jah Fakoly	Universal	Barclay	Reggae/Dancehall		55,9	15,2 €	x
2 On A Change	Les déesses	Warner	M6 Interactions	Caribes	X	48,7	4,0 €	x
3 Elles Demandent	Medhy Custos	Warner	Up Music	Caribes	X	47,6	4,0 €	x
4 Salsa Connection	Compilation	Sony Bmg	Sony Bmg Music Media	Compilation		43,7	16,7 €	x
5 Medhy Custos	Medhy Custos	Warner	Up Music	Caribes		41,4	14,2 €	
6 Les 50 Plus Belles Chansons	Bob Marley - The Wailers	Universal	Island	Reggae/Dancehall		39,2	21,4 €	x
7 I Muvrini Et Les 500 Choristes	I Muvrini	Sony Bmg	Columbia	Europe		36,7	16,8 €	x
8 Ki Dit Mie	Magic System	Emi	Capitol	Afrique	X	34,7	4,0 €	x
9 Mi Sueno	Ibrahim Ferrer	Harmonia Mundi	World Circuit	Amerique Latine		23,2	18,1 €	x
10 An Ancient Muse	Loreena McKennitt	Keltia Musique	Keltia	Europe		19,6	20,2 €	
11 Ki Dit Mie	Magic System	Emi	Virgin	Afrique		18,5	14,2 €	x
12 Best Of Scottish Pipes	Compilation	Isnisson	Nc	Europe		17,5	9,9 €	
13 Jehro	Jehro	Warner	Warner	Reggae/Dancehall		17,4	15,5 €	x
14 Zouk 2007	Compilation	Warner	Wea	Compilation		17,0	13,6 €	x
15 Canta	Agnès Jaoui	Warner	Tot Ou Tard	Amerique Latine		17,0	12,3 €	
16 Rai Rnb Mix Party Vol 2	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		15,3	16,6 €	x
17 El Condor Pasa	El Condor Pasa	Somerset Entertainment	Nc	Amerique Latine		15,2	9,8 €	
18 Rogamar	Cesaria Evora	Sony Bmg	Rca	Afrique		14,4	10,7 €	
19 Nights From The Alhambra	Loreena McKennitt	Keltia Musique	Keltia Musique	Europe		14,4	22,4 €	x
20 Aman Iman	Tinariwen	Universal	Az	Afrique		13,7	15,4 €	x
21 Diwan 2	Rachid Taha	Universal	Barclay	Oriental		12,8	12,5 €	
22 Urban Rai Vol 2 Db	Compilation	Emi	Emi Arabia	Compilation		12,6	16,4 €	x
23 Salsa Nights	Compilation	Fisher Price	Fisher Price	Amerique Latine		12,2	9,8 €	
24 Celtic Wonder	Compilation	Fisher Price	Fisher Price	Compilation		11,9	9,9 €	
25 Puissance Zouk 4Cd	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		11,8	17,1 €	x
26 All You Need Is Zouk	Kassav	Warner	Up Music	Caribes		11,3	16,2 €	x
27 Zouk 5Cd Dg	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		11,3	18,9 €	x
28 Momento	Bebel Gilberto	Warner	V2 Music	Amerique Latine		11,0	15,6 €	x
29 Abysses	Tri Yann	Sony Bmg	Vogue	Europe		10,7	17,9 €	x
30 Saveurs Exotiques	Les déesses	Warner	M6 Interactions	Caribes		10,5	13,7 €	x
31 La Llorona	Lhasa	Warner	Tot Ou Tard	Amerique Latine		10,4	8,4 €	
32 Megamix 2007	La Compagnie Créole	Universal	Ulm	Caribes	X	10,3	4,0 €	x
33 Rokku Mi Rokka (Give And Take)	Youssou N'Dour	Warner	Warner	Afrique		10,3	18,2 €	x
34 Generation Zouk	Compilation	Universal	Ulm	Compilation		9,5	14,5 €	x
35 Senegal	Ismaël Lo	Universal	Az	Afrique		9,5	16,9 €	
36 Legend	Bob Marley - The Wailers	Universal	Island	Reggae/Dancehall		9,1	16,7 €	
37 Mi Nina Lola	Concha Buika	Warner	Wea	Europe		9,1	17,7 €	
38 Pasajero	Gipsy Kings	Warner	Warner	Europe		8,4	15,8 €	
39 Coup De Gueule	Tiken Jah Fakoly	Universal	Barclay	Reggae/Dancehall		8,3	10,0 €	
40 Jah Victory	Alpha Blondy	Nocturne	Mediacom	Reggae/Dancehall		8,3	17,2 €	x
41 Flute Pan Celtique	Compilation	Impogram Bv	Nc	Compilation		8,2	7,7 €	x
42 Best Of Luz Casal	Luz Casal	Sony Bmg	Epic	Europe		8,2	9,8 €	
43 Plein Du Monde	Bratsch	Emi	Odeon	Europe		8,1	17,7 €	x
44 Excalibur Vol 2	Compilation	Emi	Emi Marketing	Europe		7,4	17,9 €	x
45 Cessa Kie La Verite	Magic System	Emi	Virgin	Afrique		7,3	9,0 €	
46 The Very Best Of Gloria Estefan	Gloria Estefan	Sony Bmg	Sony Bmg Media Group	Amerique Latine		7,3	18,0 €	x
47 In The Heart Of The Moon	Ali Farka Touré - Toumani Diabate	Harmonia Mundi	World Circuit	Afrique		6,9	21,4 €	
48 Savane	Ali Farka Touré	Harmonia Mundi	World Circuit	Afrique		6,9	20,2 €	
49 Oriental Fever Vol 1 4Cd Dg	Compilation	Wagram	Wagram Roots	Compilation		6,9	18,2 €	x
50 Tous Mes Reves	Princess Lover	Universal	Ulm	Caribes		6,8	14,9 €	x

Annexe 5 (page 1/2)

	TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	LABEL	SOUS-GENRE	SINGLE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TERE VENTE*
51	Welcome To Jamrock	Damian "Jr. Gong" Marley	Universal	Barclay	Reggae/Dancehall		6,8	9,9 €	
52	33 1/3	Susheela Raman	Sony Bmg	Xii	Asie Oceanie		6,6	16,6 €	x
53	55 Ans	Bagad De Lann Bihoué	Coop Breizh	Coop Breizh	Europe		6,6	18,7 €	x
54	100% Ragga Reggaeton Vol 3 (Mixed By Demolisha Dj S)	Compilation	Wagram	Wagram Roots	Reggae/Dancehall		6,6	15,3 €	x
55	Celtic Serenity	Compilation	Somerset Entertainment	Somerset Entertainment	Compilation		6,4	9,9 €	x
56	Zamazu	Roberto Fonseca	Harmonia Mundi	Enja	Amerique Latine		6,4	19,2 €	x
57	Les Perches Du Nil	Dan Ar Braz	Sony Bmg	Columbia	Europe		6,4	16,5 €	x
58	37Eme Festival Interceltique De Lorient - L Annee De L Ecosse + Dvd	Compilation	Keltia Musique	Keltia Musique	Europe		6,1	20,2 €	x
59	Zouk In Love - Version 2007 Db	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		6,0	17,1 €	x
60	En Casa	Raul Paz	Naive	Naive	Amerique Latine		6,0	16,6 €	
61	La Jet-Set Du Zouk Db	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		6,0	17,0 €	x
62	Mizikasoileil	Perle Lama	Wagram	Because	Caraiibes		5,9	17,1 €	
63	Navega	Mayra Andrade	Sony Bmg	Rca	Afrique		5,7	10,7 €	
64	Chaleur Zouk	Compilation	Sony Bmg	Sony Music Media	Compilation		5,6	10,2 €	x
65	Made In Dakar	Orchestra baobab	Harmonia Mundi	World Circuit	Afrique		5,5	18,3 €	x
66	L Esprit Cete	Compilation	Wagram	Wagram	Europe		5,5	18,1 €	x
67	Urban Rai Vol 3 Db	Compilation	Emi	Emi Marketing	Compilation		5,5	16,5 €	x
68	Stereo Spirit	Daby Touré	Emi	Real World	Afrique		5,4	15,6 €	x
69	Dimanche A Bamako	Amadou et Mariam	Wagram	E2B / Because	Afrique		5,4	10,7 €	
70	Mega Rai Party 4Cd	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		5,3	17,3 €	x
71	Best Of La Compagnie Creole	La Compagnie Créole	Sony Bmg	Pomme Music	Caraiibes		5,3	17,4 €	
72	Spirit Of Ireland - Les Plus Belles Musiques Irlandaises	Compilation	Sony Bmg	Sony Music Media	Europe		5,2	10,4 €	
73	Couleur Salsa - Merengue Y Son	Compilation	Sony Bmg	Sony Music Media	Compilation		5,2	10,4 €	x
74	One Life	Johnny Clegg	Harmonia Mundi	Marabi Productions	Afrique		5,2	18,1 €	
75	The Very Best Of Gipsy Kings	Gipsy Kings	Sony Bmg	Sony Music Media	Europe		5,0	15,6 €	
76	The Soul Of Brazil	Gilberto Gil	Warner	Wea	Amerique Latine		5,0	12,4 €	
77	Jammu Africa	Ismaël Lo	Universal	Az	Afrique		4,9	10,5 €	
78	Nile	Patrice	Sony Bmg	Epic	Reggae/Dancehall		4,9	10,8 €	
79	La Plus Grande Discotheque Orientale Vol 1 Mixe Par Dj Laith Bazarí	Compilation	Emi	Emi Arabia	Oriental		4,8	7,5 €	
80	Best Of Ub 40 Vol 1 Et 2 Db	UB 40	Emi	Emi Marketing	Reggae/Dancehall		4,8	19,4 €	x
81	Mega Oriental Vol 2 4Cd	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		4,7	17,3 €	x
82	Paris Rockin	Winston McAnuff - Java	Pias France	Black Eye	Reggae/Dancehall		4,6	14,8 €	
83	Bob Marley	Bob Marley	Wagram	Wagram	Reggae/Dancehall		4,6	14,9 €	x
84	Upon The Bridge	Groundation	Nocturne	In The Corner	Reggae/Dancehall		4,5	19,2 €	
85	La Compagnie Creole Db	La Compagnie Créole	Universal	Milan	Caraiibes		4,5	19,3 €	x
86	Djin Djin	Angelique Kidjo	Emi	Odeon Records	Afrique		4,5	17,9 €	x
87	Mano Suave	Yasmin Levy	Harmonia Mundi	World Village	Europe		4,5	17,6 €	x
88	Nuit De La Saint-Patrick	Compilation	Keltia Musique	Keltia Musique	Europe		4,5	19,7 €	x
89	Merengue Bachata Dg	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		4,5	11,5 €	
90	Simply Cuba 4Cd	Compilation	Pias France	Union Square	Compilation		4,5	11,6 €	x
91	Simply Celtic Moods 4Cd	Compilation	Pias France	Union Square	Compilation		4,4	11,5 €	
92	Chico & The Gypsies	Chico & The Gypsies	Wagram	Wagram	Europe		4,4	8,6 €	
93	Sacred Spirit Vol 1 - Chants Des Indiens D Amerique	Indian Sacred Spirit	Emi	Virgin	Amerique Du Nord		4,4	7,5 €	
94	Invento	Marcio Faraco	Harmonia Mundi	Le Chant Du Monde	Amerique Latine		4,4	16,8 €	x
95	Afriki	Habib Koité et Bamada	Harmonia Mundi	Cumbancha	Afrique		4,3	15,0 €	x
96	La Magie Des Voix D Irlande Dg	Compilation	Wagram	Wagram	Compilation		4,3	8,9 €	x
97	Coupe Decale System	Compilation	Emi	Emi Marketing	Compilation		4,2	16,8 €	x
98	Simply Celtic Moods	Compilation	Pias France	Union Square	Compilation		4,2	11,4 €	
99	En Vivo	Raul Paz	Naive	Naive	Amerique Latine		4,1	18,3 €	x
100	Country	Compilation	Sony Bmg	Sony Music Media	Compilation		4,0	9,5 €	

* Référence: vente pour la première fois sur la période observée

> Total CD TV réalité musicale volume - 2007

Source : GfK

TITRE	INTERPRETE	DISTRIBUTEUR	EMISSION	DIFFUSEUR	SINGLE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN
1 Inventaire	Christophe Willem	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		597,7	16,9 €
2 Double Je	Christophe Willem	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	294,7	4,0 €
3 Quelque Part	Sheryfa Luna	Universal	Popstars	M6	X	111,3	4,0 €
4 Sheryfa Luna	Sheryfa Luna	Universal	Popstars	M6		79,0	14,6 €
5 Jacques A Dit	Christophe Willem	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	75,8	4,0 €
6 Moi Lolita	Julien Doré	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	56,5	4,0 €
7 Inventaire En Acoustic + Dvd	Christophe Willem	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		51,7	18,8 €
8 Une Femme Battante	Miss Dominique	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		29,6	15,6 €
9 Should I Stay Or Should I Go / 3Eme Sexe	A la recherche de la nouvelle star	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	21,0	4,0 €
10 Pourquoi Te Vas	Star Academy 6	Universal	Star Academy	TF1	X	13,6	4,0 €
11 L Album De Tous Les Singles Solo	Star Academy 6	Universal	Star Academy	TF1		10,2	18,2 €
12 Le Plein De Tubes	Star Academy 6	Universal	Star Academy	TF1		8,3	18,3 €
13 Bangla Desh	Star Academy 7	Universal	Star Academy	TF1	X	7,7	4,0 €
14 Qui A Merite Ca	Magalie Vaé	Universal	Star Academy	TF1	X	7,4	4,0 €
15 Jusqu A Moi	Cyril Cinélu	Universal	Star Academy	TF1		7,3	15,8 €
16 Peace & Love 70	Star Academy 7	Universal	Star Academy	TF1		5,4	16,6 €
17 Y A Qu Un Ch Veu	Star Academy 6	Universal	Star Academy	TF1	X	3,8	4,0 €
18 Chante Michel Polnareff	Star Academy 6	Universal	Star Academy	TF1		2,4	17,2 €
19 Double Je	Christophe Willem	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		1,8	7,3 €
20 La Vie Devant Toi	Myriam Abel	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		1,5	9,8 €
21 La Vie Devant Toi Nlle Version	Myriam Abel	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		0,95	10,7 €
22 Qui Pourra Me Dire	Alexia & Nico	Emi	Star Academy	TF1	X	0,66	3,9 €
23 Magalie Vae	Magalie Vaé	Universal	Star Academy	TF1		0,63	17,8 €
24 Intact	Pascal Mono	Universal	Star Academy	TF1		0,34	18,1 €
25 Baby Can I Hold You	Myriam Abel	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	0,34	3,9 €
26 Star Academy 5 : Les Meilleurs Moments	Star Academy 5	Universal	Star Academy	TF1		0,28	12,5 €
27 Chacun Sa Route Chacun Son Refrain	Star Academy 5	Universal	Star Academy	TF1		0,25	15,0 €
28 Besoin D Espace	Pierrick Lilliu	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		0,20	15,4 €
29 Chante Daniel Balavoine	Star Academy 5	Universal	Star Academy	TF1		0,18	13,3 €
30 La Saga Des Hits	Star Academy	Universal	Star Academy	TF1		0,17	14,1 €
31 Sunny	Christophe Willem	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	0,14	3,6 €
32 A Coeur Ouvert	Pierrick Lilliu	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	0,13	0,7 €
33 Les Indispensables Studio + Live	A la recherche de la nouvelle star	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6		0,11	17,2 €
34 J Irai Chanter	A la recherche de la nouvelle star	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	0,10	1,4 €
35 Blame It On The Boogie	A la recherche de la nouvelle star	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	0,09	1,3 €
36 Je Ne Suis Qu Une Chanson	Magalie Vaé	Universal	Star Academy	TF1	X	0,08	1,5 €
37 A Bicyclette	Star Academy 5	Universal	Star Academy	TF1	X	0,08	1,1 €
38 Donne	Myriam Abel	Sony Bmg	Nouvelle Star	M6	X	0,06	1,4 €
39 Je Ne Suis Pas Un Hero 2005	Star Academy 5	Universal	Star Academy	TF1	X	0,06	1,6 €
40 A Contre Sens	Jérémy Amelin	Universal	Star Academy	TF1	X	0,06	2,2 €
41 Magalie Vae Ed Lim	Magalie Vaé	Universal	Star Academy	TF1		0,04	6,3 €
42 Santiano 2005	Star Academy 5	Universal	Star Academy	TF1	X	0,02	1,9 €

Annexe 6

> Top 100 DVD musical volume - 2007

Source : GfK

	TITRE / ARTISTE	DISTRIBUTEUR	LABEL	GENRE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TÉRE VENTE*
1	Les Enfoires - La Caravane Des Enfoires 2007	Universal Music	Ulm	Variete Francophone	293,0	27,5 €	X
2	Gregory Lemarchal - Live Olympia 2006	Tf1 Video	Tf1 Video	Variete Francophone	182,0	11,3 €	
3	Le Roi Soleil	Tf1 Video	Tf1 Video	Variete Francophone	161,1	17,2 €	
4	Michel Polnareff - Ze (Re) Tour 2007	Universal Music	Polydor	Variete Francophone	119,1	27,3 €	X
5	Celine Dion - A New Day Live A Las Vegas	Sony Music	Columbia	Variete Francophone	82,6	19,1 €	X
6	Tokio Hotel - Zimmer 483 - Live On European Tour	Universal Music	Polydor	Variete Internationale	74,6	23,9 €	X
7	Yannick Noah - Un Autre Voyage - Tour 2007	Sony Music	St George	Variete Francophone	71,6	19,9 €	X
8	Le Soldat Rose - Un Conte Musical	Universal Music	Atmosphériques	Variete Francophone	70,6	21,3 €	X
9	Tokio Hotel - Schrei Live 2005/2006	Universal Music	Polydor	Variete Internationale	62,8	18,1 €	X
10	Madonna - Confessions Tour	Warner Vision	Warner Vision	Variete Internationale	59,0	18,1 €	X
11	Mylene Farmer - Avant Que L'Ombre A Bercy	Universal Music	Polydor	Variete Francophone	56,3	25,9 €	
12	Ac/Dc - Plug Me In	Sony Music	Sony Music	Variete Internationale	54,5	32,5 €	X
13	Indochine - Live A Hanoi	Sony Music	Epic	Variete Francophone	51,7	24,4 €	X
14	Mika - Live In Cartoon Motion	Universal Music	Barclay	Variete Internationale	49,2	20,4 €	X
15	Indochine - Alice And June Tour	Sony Music	Epic	Variete Francophone	48,8	19,9 €	X
16	Diam'S - Autour De Ma Bulle	Emi	Hostile	Variete Francophone	48,7	22,3 €	X
17	Renaud - Tournee Rouge Sang Paris Bercy / Hexagone	Emi	Virgin Music	Variete Francophone	42,0	22,9 €	X
18	Patrick Bruel - Des Souvenirs Ensemble	Sony Music	Rca	Variete Francophone	39,3	20,3 €	X
19	Johnny Hallyday - Flashback Tour 2006	Warner Vision	Warner Vision	Variete Francophone	39,1	29,2 €	
20	Edith Piaf - L'Hymne A La Mome	Emi	Emi	Variete Francophone	36,5	10,5 €	X
21	Pascal Obispo - Les Fleurs De Forest	Sony Music	Epic	Variete Francophone	34,2	25,5 €	X
22	Daïda - Une Vie	Universal Music	Barclay	Variete Francophone	31,3	40,7 €	X
23	Andre Rieu - Concert A Vienne	Universal Music	Philips	Classique	27,9	20,3 €	X
24	Luciano Pavarotti - Pavarotti Forever	Universal Music	Decca	Classique	27,8	20,6 €	X
25	Raphael - Resistance A La Nuit - Live 2006	Emi	Capitol	Variete Francophone	27,0	14,4 €	X
26	Johnny Hallyday - La Cigale 12-17 Decembre 2006	Warner Vision	Warner Vision	Variete Francophone	26,6	18,4 €	X
27	Age Tendre Et Tetes De Bois - La Tournee 2007	Sony Music	Sterne	Variete Francophone	26,5	25,5 €	X
28	Nirvana - Unplugged In New-York	Universal Music	Polydor	Variete Internationale	25,2	20,7 €	X
29	Lynda Lemay - 40/40	Warner Vision	Warner Vision	Variete Francophone	25,2	20,2 €	X
30	M Pokora - Player Tour	Universal Music	Ulm	Variete Francophone	24,8	18,8 €	X
31	La Tournee Des Idoles - Age Tendre Et Tetes De Bois	Sony Music	Sterne	Variete Francophone	23,4	26,5 €	
32	Andre Rieu - Im Wunderland	Universal Music	Philips	Classique	23,2	20,8 €	X
33	Olivia Ruiz - Chocolat Show	Tf1 Video	Tf1 Video	Variete Francophone	23,1	20,1 €	X
34	Jean-Louis Aubert - Ideal Tour	Emi	Virgin Music	Variete Francophone	22,3	14,7 €	X
35	M - En Tete A Tete	Emi	Capitol	Variete Francophone	20,8	11,8 €	X
36	Pink Floyd - Pulse	Emi	Emi	Variete Internationale	20,8	24,7 €	
37	Natalie Dessay - Le Miracle D'Une Voix	Emi	Virgin Classics	Classique	19,2	12,6 €	
38	The Rolling Stones - The Biggest Bang	Universal Music	Barclay	Variete Internationale	18,6	40,6 €	X
39	Tryo Fete Ses 10 Ans - Le Spectacle	Sony Music	Sony Music	Variete Francophone	18,6	17,0 €	
40	Robbie Williams - And Through It All - Live 1997 / 2006	Emi	Capitol	Variete Internationale	18,5	13,8 €	
41	Eddy Mitchell - Jambalaya Tour	Universal Music	Polydor	Variete Francophone	18,4	20,7 €	X
42	Depeche Mode - Touring The Angel - Live In Milan	Emi	Emi	Variete Internationale	18,4	13,7 €	
43	Andre Rieu - New York Memories - Live At Radio City Music Hall	Universal Music	Philips	Classique	18,3	20,5 €	
44	Frank Michael - Au Palais Des Sports 2007	Uscv	Universal Pictures	Variete Francophone	18,1	25,5 €	X
45	Le Meilleur Du Karaoke - Coffret	Sony Music	Non Identifie	Karaoke	17,3	30,1 €	X
46	U2 - Popmart - Live From Mexico City	Universal Music	Az	Variete Internationale	17,2	24,7 €	X
47	David Gilmour - Remember That Night - Live At The Royal Albert Hall	Emi	Capitol	Variete Internationale	17,1	29,2 €	X
48	Johnny Hallyday - Mes Videos Les Clips 1984 2006 - Coffret	Universal Music	Mercury	Variete Francophone	16,5	30,4 €	X
49	Amy Winehouse - I Told You I Was Trouble - Live In London	Universal Music	Az	Variete Internationale	16,1	20,7 €	X
50	Nolwenn Leroy - Histoires Naturelles Tour	Tf1 Video	Tf1 Video	Variete Francophone	15,8	20,4 €	X

Annexe 7 (page 1/2)

TITRE / ARTISTE	DISTRIBUTEUR	LABEL	GENRE	VOLUME (MILLIERS)	PRIX MOYEN	TIERE VENTE*
51 Barbara - Une Longue Dame Brune	Universal Music	Mercury	Variete Francophone	15,3	21,2 €	
52 Noah Yannick - Quand Vous Etes La	Sony Music	Sony Music	Variete Francophone	14,5	11,9 €	
53 Michel Sardou - En Chantant - Coffret	Universal Music	Az	Variete Francophone	14,2	30,4 €	X
54 Queen - Rock Montreal - Live Aid	Naive	Eagle Vision	Variete Internationale	14,2	20,5 €	X
55 Justin Timberlake - Futuresex - Loveshow - Live From Madison Square Garden	Sony Music	Jive Records	Variete Internationale	14,0	18,5 €	X
56 Mondotek - Alive !	Universal Music	Mercury	Variete Francophone	13,7	17,5 €	X
57 Le Best Of De Maurice Bejart - L'Amour - La Danse	Universal Music	Az	Variete Francophone	12,7	21,9 €	
58 Dionysos - Monsters In Live	Universal Music	Barclay	Variete Francophone	12,6	21,0 €	X
59 Michel Sardou - Sur Des Airs Populaires - Coffret	Universal Music	Az	Variete Francophone	12,4	30,5 €	X
60 Mylene Farmer - Music Videos Iv	Universal Music	Polydor	Variete Francophone	12,0	19,2 €	
61 Benabar - Live Au Grand Rex	Sony Music	Jive Records	Variete Francophone	11,8	12,1 €	
62 High School Musical - Le Concert	Walt Disney Studios He	Disney	Variete Internationale	11,2	15,1 €	X
63 Led Zeppelin - Coffret	Warner Vision	Warner Vision	Variete Internationale	10,7	25,3 €	
64 Elvis Presley - Aloha From Hawaii	Sony Music	Rca	Variete Internationale	10,4	18,3 €	
65 Louise Attaque - En Concert - Y'A-T-Il Quelqu'Un Ici ?	Universal Music	Almospheriques	Variete Francophone	10,3	20,6 €	
66 Frank Michael - Les Couleurs De Sa Vie	Warner Vision	Up Music	Variete Francophone	10,1	20,5 €	X
67 Eric Clapton - Crossroads Guitar Festival 2007	Warner Vision	Wea Music	Variete Internationale	10,1	26,4 €	X
68 Ac/Dc - Live At Donnington	Sony Music	Sony Music	Variete Internationale	9,7	12,5 €	
69 Hubert-Felix Thieffaine - Scandale Melancolique	Sony Music	Rca	Variete Francophone	9,7	18,6 €	
70 Michel Sardou - Live Au Palais Des Sports 2005	Universal Music	Az	Variete Francophone	9,6	13,8 €	X
71 Andre Rieu - Les Melodies De Mon Coeur	Universal Music	Philips	Classique	9,6	12,8 €	X
72 Pink - Live From Wembley Arena - London England	Sony Music	Rca	Variete Internationale	9,2	16,9 €	X
73 Michael Jackson - Live In Bucharest - The Dangerous Tour	Sony Music	Sony Music	Variete Internationale	8,9	12,8 €	
74 U2 - Zoo Tv Live From Sydney	Universal Music	Az	Variete Internationale	8,7	23,9 €	
75 U2 - 18 Singles	Universal Music	Mercury	Variete Internationale	8,7	20,1 €	
76 Lorie - Live Tour 2006	Sony Music	Vogue	Variete Francophone	8,6	19,6 €	
77 La Traviata	Universal Music	Deutsche Grammophon	Classique	8,5	20,7 €	
78 Muse - Absolution Tour	Warner Vision	Warner Vision	Variete Internationale	8,5	16,0 €	
79 Rammstein - Volkerball	Universal Music	Mercury	Variete Internationale	8,4	28,7 €	
80 Notre Dame De Paris - Comedie Musicale	Sony Music	Pomme Music	Variete Francophone	8,4	16,7 €	
81 Les Enfoires 2006 - Le Village Des Enfoires	Universal Music	Ulm	Variete Francophone	8,4	19,7 €	
82 Herve Vilard - A L'Olympia	Tf1 Video	Tf1 Video	Variete Francophone	8,3	16,5 €	
83 Jean Jacques Goldman - En Passant - Tournée 98	Sony Music	Sony Music	Variete Francophone	8,2	10,7 €	
84 Calogero - Live 1.0	Universal Music	Mercury	Variete Francophone	8,2	13,5 €	X
85 Dire Straits - On The Night	Universal Music	Mercury	Variete Internationale	8,1	11,5 €	
86 Riverdance - Live A Geneve	Sony Music	Sony Music	Variete Internationale	8,0	11,1 €	
87 Chimene Badi - Live A L'Olympia 2005	Universal Music	Az	Variete Francophone	8,0	12,7 €	X
88 Mireille Mathieu A L'Olympia - Une Place Dans Mon Coeur	Gcthv	Opening	Variete Francophone	7,9	20,2 €	
89 Ayo - Live At The Olympia	Universal Music	Polydor	Variete Internationale	7,9	19,0 €	X
90 Zazie - Rodeo Tour	Universal Music	Mercury	Variete Francophone	7,7	12,5 €	X
91 Woodstock - 3 Jours De Musique Et De Paix	Warner Hv	Warner Bros	Variete Internationale	7,7	14,4 €	
92 Les Enfoires - La Foire Aux Enfoires	Sony Music	Restos Du Coeur	Variete Francophone	7,5	11,4 €	
93 Daft Punk'S Electroma	Uscv	Wild Side	Variete Francophone	7,3	25,5 €	X
94 Bruce Springsteen With The Sessions Band - Live In Dublin	Sony Music	Sony Music	Variete Internationale	7,3	19,4 €	X
95 Mark Knopfler - A Night In London	Universal Music	Mercury	Variete Internationale	7,3	10,5 €	
96 Les Enfoires - 15 Ans D'Enfoires	Sony Music	Rca	Variete Francophone	7,2	14,4 €	
97 Dalida - Passionnement	Uscv	Universal Pictures	Variete Francophone	7,1	13,0 €	
98 Carmen - Comedie Musicale	Gcthv	Columbia	Classique	7,1	11,7 €	
99 Mylene Farmer - Live A Bercy	Universal Music	Polydor	Variete Francophone	7,0	18,7 €	
100 Johnny Hallyday - Go Johnny Go - Un Enfant Du Rock A Nashville	Universal Music	Mercury	Variete Francophone	6,9	23,5 €	X

* Réference vendue pour la première fois sur la période observée

Annexe 7 (page 2/2)

> Analyse des tops 100 albums et 100 singles : consolidation des ventes par artistes, examen croisé avec les diffusions radiophoniques et les investissements publicitaires

> Top 100 Artistes - volume - 2007

> Diffusions radiophoniques (titres diffusés plus de 400 fois)

> Inv. Publicitaires
(Milliers d'euros)

ARTISTE	NB TOTAL DE REF	VOLUME (MILLIERS)	MEILLEUR RANG *	NB DE TITRES	NB DE DIFF	MEILLEUR RANG **	TITRE	LABEL	DISTRIBUTEUR	TOTAL INV	DONT TV	DONT RADIO
1 Grégory Lemarchal	4	1 404,8	3	4	15 200	45	De temps en temps	Mercury	Universal	2 426,5	2 426,5	-
2 Mika	3	1 107,0	1	5	38 023	1	Relax (take it easy)	Barclay	Universal	2 047,1	1 983,4	63,8
3 Christophe Willem	3	967,9	2	5	24 213	2	Double je	Vogue / Sony BMG Media	Sony BMG	1 920,2	1 920,2	-
4 Christophe Maé	3	890,3	2	7	34 794	4	On s'attache	Warner	Warner	5 003,7	4 426,9	576,7
5 Yannick Noah	3	729,7	6	10	21 944	65	Aux arbres citoyens	Columbia	Sony BMG	2 299,5	2 299,5	-
6 Tokio Hotel	6	597,2	28	3	7 911	61	Durch den monsun (Moonsoon)	Polydor	Universal	1 292,5	1 182,6	109,9
7 Les Enfoirés	1	577,9	5	5	7 173	107	Aimer à perdre la raison	ULM	Universal	1 227,5	745,6	481,9
8 Johnny Hallyday	2	526,8	7	3	1 757	1 027	Always	Warner	Warner	3 617,4	2 656,4	960,9
9 Amy Winehouse	1	443,3	8	2	10 430	41	Rehab	AZ	Universal	3 254,0	2 534,2	719,8
10 Fatal Bazooka	3	431,8	9	3	5 756	146	Trankillement	UP Music	Warner	2 062,7	838,0	1 224,7
11 Bénabar	2	429,4	10	4	13 991	74	Quatre murs et un toit	Jive / Epic	Sony BMG	1 257,3	1 257,3	-
12 Céline Dion	3	416,9	17	5	7 224	232	Taking chances	Columbia	Sony BMG	2 213,8	1 344,3	869,4
13 David Guetta	3	370,3	13	2	11 433	11	Love is gone	Virgin Group	EMI	3 420,9	2 232,2	1 188,7
14 Vanessa Paradis	1	337,4	9	2	11 566	40	Divine idylle	Barclay	Universal	806,4	613,3	193,1
15 Nelly Furtado	3	335,0	25	4	22 066	12	Say it right	Polydor	Universal	531,1	429,9	101,2
16 Zazie	2	319,7	13	5	14 817	22	Je suis un homme	Mercury	Universal	1 180,0	709,2	470,8
17 Vitaa	2	311,9	12	5	12 671	72	A fleur de toi	Motown France / ULM	Universal	1 110,4	740,0	370,4
18 Kamini	3	301,6	3	3	6 284	105	Marly-Gomont	RCA Music Group	Sony BMG	1 958,5	1 151,8	806,7
19 Koxie	1	301,1	1	1	4 187	110	Garçon	AZ	Universal	728,6	645,8	82,9
20 James Blunt	1	286,7	14	5	15 565	30	1973	WEA	Warner	2 194,9	1 929,0	265,9
21 Rihanna	3	285,8	14	5	15 313	7	Don't stop the music	Barclay	Universal	1 238,0	622,4	615,7
22 Cascada	3	283,2	20	3	5 462	196	Everytime we touch	M6 Interactions	Sony BMG	531,4	531,4	-
23 Norah Jones	1	280,4	15	1	2 298	219	Thinking about you	Capitol Group	EMI	1 011,7	819,2	192,5
24 Rose	1	273,8	16	2	9 032	79	La liste	Source Etc	EMI	2 287,3	1 778,5	508,8
25 Diam's	2	264,6	22	4	7 125	95	Par amour	Delabel / Hostile	EMI	449,2	449,2	-
26 Shym	2	263,4	24	4	17 000	55	Victoire	UP Music	Warner	1 581,1	1 125,0	456,2
27 Manu Chao	1	255,1	18	5	10 351	101	Rainin in paradize	Because	Wagram	87,0	-	87,0
28 Calogero	1	251,8	19	5	17 629	42	Pomme C	Mercury	Universal	2 302,8	1 365,6	937,2
29 Olivia Ruiz	1	249,4	20	2	7 167	124	La femme chocolat	Polydor	Universal	1 752,5	1 506,8	245,7
30 Dany Brillant	1	241,9	21	2	1 901	400	Mambo italiano	Columbia	Sony BMG	2 097,9	2 042,8	55,1
31 Florent Pagny	1	234,7	23	8	7 424	211	A tout peser, à bien choisir	Mercury	Universal	2 047,2	1 951,8	95,4
32 Jenifer	2	231,9	29	2	5 375	91	Tourner ma page	Mercury	Universal	2 051,2	2 009,6	41,5
33 Edith Piaf	2	215,1	53	-	-	-	-	-	-	577,5	427,2	150,3
34 Renan Luce	1	211,4	26	2	9 600	49	La lettre	Barclay	Universal	1 943,4	1 577,3	366,1
35 Francis Cabrel	1	204,7	29	9	9 340	157	Garden de nuit	Barclay	Universal	1 978,5	1 496,9	481,6
36 Superbus	2	198,6	37	3	18 553	50	Butterfly	Mercury	Universal	654,5	654,5	-
37 Avril Lavigne	2	196,1	36	5	11 283	87	Girlfriend	RCA Music Group	Sony BMG	761,0	761,0	-
38 Aaron	2	194,1	39	1	4 966	90	U-turn (Lili)	Discograph	Discograph	840,8	688,1	152,7
39 Sheryfa Luna	2	190,2	11	2	5 396	99	Quelque part	ULM	Universal	1 236,2	939,7	296,5
40 Justin Timberlake	2	184,4	41	4	20 574	15	What goes around.../... Comes around	Jive / Epic	Sony BMG	885,3	664,6	220,8
41 Luciano Pavarotti	1	183,9	31	-	-	-	-	-	-	3 459,3	2 273,6	1 185,7
42 Les Rita Mitsouko	1	172,9	32	5	7 032	152	Ding dang dong (Ringing at your bell)	Because	Wagram	353,6	273,7	79,9
43 Linkin park	1	170,8	34	3	10 832	83	What I've done	WEA	Warner	701,8	655,0	46,8
44 Soprano	1	170,3	35	2	2 519	303	A la bien	Delabel / Hostile	EMI	1 705,8	428,0	1 277,8
45 Ayo	1	164,6	38	2	3 476	163	Help is coming	Polydor	Universal	736,7	685,8	51,0
46 Patrick Fiori - Jean-Jacques Goldman	1	160,6	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
47 Alicia Keys	2	159,3	50	3	6 455	120	No one	Jive / Epic	Sony BMG	864,2	664,2	200,0
48 Michael Bublé	1	139,5	44	1	3 050	159	Everything	WEA	Warner	1 752,1	1 294,3	457,7
49 Kenza Farah	1	139,1	45	3	3 905	214	Je me bats	UP Music	Warner	1 845,7	584,9	1 260,7
50 Daft Punk	1	134,4	46	3	2 815	291	Alive 2007: Harder, better, faster, stronger	Virgin Group	EMI	1 408,3	832,1	576,3

* Meilleur rang des top 100 albums et singles

** Classement des 1728 titres diffusés plus de 400 fois

ARTISTE	NB TOTAL DE REF	VOLUME (MILLIERS)	MEILLEUR RANG *	NB DE TITRES	NB DE DIFF	MEILLEUR RANG **	TITRE	LABEL	DISTRIBUTEUR	TOTAL INV	DONT TV	DONT RADIO
51 Michel Delpech	1	133,8	48	-	-	-	-	-	-	1 082,6	778,5	304,1
52 Amel Bent	2	132,4	33	6	6 116	192	Nouveau Français	Jive / Epic	Sony BMG	1 315,1	845,6	469,5
53 Fatal bazooka featuring Vitoo	1	128,1	8	1	3 486	138	Mauvaise foi nocturne	UP Music	Warner	-	-	-
54 Tryo	2	126,0	57	3	12 167	16	Désolé pour hier soir	Columbia	Sony BMG	-	-	-
55 Grand Corps Malade	1	119,1	52	-	-	-	-	-	-	-	-	-
56 Lorie	2	118,2	59	1	1 414	395	Je vais vite	Columbia	Sony BMG	905,8	905,8	-
57 MC Solaar	1	117,8	54	3	7 466	129	Da Vinci Claude	UP Music	Warner	1 947,5	1 691,7	255,9
58 Ben Harper - The Innocent Criminals	1	117,7	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-
59 Faf Larage	2	116,7	17	2	2 839	289	Ta meuf	M6 Interactions	Sony BMG	704,5	472,4	232,1
60 Timbaland featuring Tyssem	1	113,8	10	1	9 666	19	The way I are	Polydor	Universal	-	-	-
61 Timbaland	2	113,1	78	-	-	-	-	-	-	1 013,4	813,3	200,0
62 Pink	1	111,6	58	8	16 464	34	U + Ur hand	RCA Music Group	Sony BMG	293,5	293,5	-
63 Laurent Voulzy	1	110,2	59	4	3 129	684	Belle île en mer Marie Galante	RCA Music Group	Sony BMG	-	-	-
64 Indochine	1	107,8	62	8	7 156	343	Pink water	Jive / Epic	Sony BMG	946,7	890,6	56,1
65 Fall Out Boy	2	106,5	76	2	6 910	81	This ain't a scene, it's an arms race	Mercury	Universal	593,3	319,2	274,1
66 Ora Maté	1	106,0	12	1	1 072	593	Kamate	ULM / Music One	Universal	724,7	567,6	157,1
67 Akon	2	105,8	90	3	12 535	63	Don't matter	Barclay	Universal	1 054,8	470,0	584,8
68 Michel Polnareff	1	105,6	63	2	1 951	649	Goodbye Marylou	Jive / Epic	Sony BMG	3 110,2	2 278,6	831,6
69 Pierre Perret	1	104,9	64	-	-	-	-	-	-	184,4	-	184,4
70 Ridan	1	104,5	65	2	6 216	103	Ulysse	Jive / Epic	Sony BMG	532,8	532,8	-
71 Chimène Badi	1	99,4	67	6	6 453	200	Le miroir	AZ	Universal	-	-	-
72 Pierre-Dominique Burgaud - Louis Chedid	1	98,7	68	-	-	-	-	-	-	-	-	-
73 Bob Sinclar	1	94,6	70	-	-	-	-	-	-	1 730,8	717,4	1 013,4
74 Marc Lavoine	1	93,2	71	2	1 808	531	Toi mon amour	Mercury	Universal	1 182,6	1 080,8	101,8
75 50 cent	1	93,0	72	1	836	833	Straight to the bank	Polydor	Universal	1 079,1	479,0	600,1
76 Tété	1	92,4	73	2	4 480	161	Fils de Cham	Jive / Epic	Sony BMG	122,0	122,0	-
77 Sebasto	1	91,4	16	-	-	-	-	-	-	237,3	237,3	-
78 Yael Naim	1	90,6	74	1	6 427	64	New soul	Tôt ou Tard	Warner	205,2	-	205,2
79 Renaud	1	90,1	75	7	6 322	227	Les cinq sens	Virgin Group	EMI	1 213,3	980,0	233,3
80 Abd al Malik	1	89,9	76	-	-	-	-	-	-	404,0	186,4	217,5
81 Christina Aguilera	1	88,5	18	3	9 226	44	Hurt	RCA Music Group	Sony BMG	644,6	376,6	268,0
82 Barbara	1	88,2	78	-	-	-	-	-	-	982,1	933,3	48,7
83 Michel Sardou	1	87,3	80	-	-	-	-	-	-	1 800,1	1 293,9	506,2
84 Madonna	1	86,9	81	12	9 278	428	Hung up	WEA	Warner	898,3	633,6	264,7
85 Thomas Dutronc	1	86,3	82	-	-	-	-	-	-	834,4	645,9	188,5
86 NZH	1	83,6	19	3	8 277	73	Princess	Heben Music	Sony BMG	489,6	309,1	180,5
87 Pascal Obispo	1	83,2	88	7	6 362	184	Les fleurs du bien	Jive / Epic	Sony BMG	829,4	829,4	-
88 IAM	1	83,2	89	2	1 009	1 435	Offishall	AZ	Universal	661,0	282,4	378,6
89 Bébé Lilly	2	81,5	42	-	-	-	-	-	-	559,0	559,0	-
90 Carla Bruni	1	80,9	94	1	769	940	Those dancing days are gone	Naive	Naive	633,1	347,6	285,4
91 Holly Dolly	1	76,4	21	-	-	-	-	-	-	301,4	301,4	-
92 Eros Ramazzotti	1	75,7	100	2	1 209	1 040	Una storia importante	RCA Music Group	Sony BMG	679,4	679,4	-
93 Faudel	1	63,0	27	2	3 022	255	Il y a	Mercury	Universal	852,4	640,2	212,3
94 Beyoncé - Shakira	1	62,7	28	1	8 505	37	Beautiful liar	Columbia	Sony BMG	-	-	-
95 Sean Kingston	1	59,2	30	2	10 085	33	Beautiful girls	Jive / Epic	Sony BMG	402,3	402,3	-
96 Akon featuring Eminem	1	57,1	31	1	4 082	116	Smack that	Barclay	Universal	-	-	-
97 Julien Doré	1	56,0	32	1	846	819	Moi...Lolita	Jive / Epic	Sony BMG	200,6	200,6	-
98 David Vendetta	1	54,9	34	1	4 676	96	Love to love you baby	Dj Center / Polydor	Universal	754,2	549,3	204,8
99 Alex Gaudino featuring Crystal Waters	1	52,6	38	1	4 342	106	Destination Calabria	Scorpio	Warner	141,1	63,3	77,9
100 Gwen Stefani - Akon	1	51,6	39	1	11 870	8	The sweet escape	Polydor	Universal	-	-	-
Total	188	22 084,3	1	1 728	721 349	1	Relax (take it easy)	Barclay	Universal	111 941,4	84 878,8	27 062,5

* Meilleur rang des top 100 albums et singles

** Classement des 1728 titres diffusés plus de 400 fois

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 1200m².

- Autres Spécialistes : VPC traditionnelle, 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		Amérique du Nord
	Reggae/Festive		Amérique Latine
	Comédie musicale		Asie Océanie
	Soul/Funk/Rnb		Reggae/Dancehall
	Métal		Caribes
	Electro		Europe
	Rétro		Compilation
	Compilation		Opérations
	Opérations		Autres/Indéfinis
	Autres/Indéfinis		
Internationale	Pop/Rock	Jazz/Blues	Jazz
	Soul/Funk/Rnb		Blues
	Rap/Ragga		Compilation
	Electro		Opérations
	Métal		Autres/Indéfinis
	Indépendant	Classique	Classique
	Comédie musicale		Compilation
	Country/Folk		Opérations
	Compilation		Autres/Indéfinis
	Opérations		
	Autres/Indéfinis		
Bof	BOF	Ambiance	Ambiance
	Compilation		Compilation
	Opérations		Opérations
	Autres/Indéfinis		Autres/Indéfinis
Enfant	Enfant		
	Compilation		
	Opérations		
	Autres/Indéfinis		

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

Camille Ermissé, Chargée d'études

Cité de la musique
Observatoire de la musique
221 avenue Jean-Jaurès
75019 Paris
Tél. : 01 44 84 44 98
Fax : 01 44 84 46 58
Courriel : observatoire@cite-musique.fr
Site internet : <http://observatoire.cite-musique.fr/>
