



Cité de la musique

**OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE**

# **Etat des lieux de l'offre de musique numérique**

**au premier semestre de l'année 2010**

---

A partir d'un échantillon de 100 services en ligne

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

## SOMMAIRE

Avant propos.....	4
Analyse générale.....	5

### **Mise en place du dispositif d'évaluation**..... 8

I - Présentation de l'échantillon.....	9
--	---

II - Choix des indicateurs.....	10
---------------------------------	----

- 1 - Type de service
- 2 - Type de contenu
- 3 - Type de répertoire
- 4 - Régime juridique des oeuvres
- 5 - Accès
- 6 - Fonctionnalités
- 7 - Qualité de l'offre

### **Etat des lieux en juillet 2010**..... 11

I - Tableaux des résultats.....	11
---------------------------------	----

1) Résultats par sites.....	11
-----------------------------	----

2) Résultats par catégorie de site.....	22
---	----

3) Répartition des sites par pays d'origine et par évolution des services offerts.....	22
---	----

II - Analyse de l'offre de service : exploitation des tableaux.....	23
---	----

1) Par indicateur.....	23
------------------------	----

- 1 - Type de service
- 2 - Type de contenu
- 3 - Type de répertoire
- 4 - Régime juridique des oeuvres
- 5 - Accès
- 6 - Fonctionnalités
- 7 - Qualité de l'offre

2) Par catégorie de sites.....	24
--------------------------------	----

- 1 - Boutiques en ligne / Généralistes
- 2 - Boutiques en ligne / Spécialisées
- 3 - Portails Opérateurs et Média
- 4 - Sites Radios & Streaming
- 5 - Sites communautaires
- 6 - Divers

Annexe : glossaire.....	27
-------------------------	----

## Avant propos

Au cours de l'année 2009, 11 sites de l'échantillon ont disparu, soit par fusion-acquisition, soit par liquidation judiciaire :

- 1 boutique généraliste : My Mojo - 2 boutiques spécialisées : TheMusicFrom et Classical music - 3 sites de radio **Streaming** : Podemus, Musiline et SevenLoad - 2 sites communautaires : Imeem, ltmuse - 3 divers : MyBloop, fwd, Just Hear it.

Au cours du premier semestre 2010, 4 sites ont disparu :

- 1 boutique généraliste : Lala (rachetée par Apple) - 2 boutiques spécialisées : MusicGiants et LostTunes (fermées) - 1 site communautaire : GarageBand (fusionné avec iLike) enfin 2 sites ont été exclus de l'étude : Coda.fm, plateforme P2P illégale et Animoto, site devenu spécialisé dans la création vidéo (hors sujet).

Malgré son dépôt de bilan nous avons maintenu le site Jiwa, qui en attente de repreneur, existe toujours.

Ces évolutions rapides nous amènent à retenir des périmètres d'observation et d'analyse différents. Pour respecter l'historique de nos investigations, l'échantillon est toujours de 100 sites :

- les suppressions de services observées aux 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> semestres 2009 apparaissent sur fond bleu ;
- les suppressions observées au 1<sup>er</sup> semestre 2010 sur fond rouge.

En conséquence :

### 1) le périmètre d'observation se fait à partir d'un échantillon qui ne comprend plus que 88 sites opérationnels au premier semestre 2010, compte tenu de l'ajout de 3 sites :

- Beezik, plateforme française de téléchargement gratuit,
- Shazam, une application de reconnaissance musicale développée par une société anglaise,
- Noomiz, site français, qui présente un système sophistiqué d'analyse CRM pour identifier les artistes hébergés, préférés des internautes.

### 2) le périmètre d'analyse comprend 82 sites :

Compte tenu de l'évolution rapide de la recomposition industrielle du secteur et du « mouvement brownien » du marketing des services offerts, et pour offrir une lecture plus dynamique, en glissement, l'analyse de la variabilité des indicateurs s'établit versus deuxième semestre 2009 et non versus 1<sup>er</sup> semestre 2009, en ne retenant que les seuls sites opérationnels communs, figurant aux termes des deux semestres, soit : 16 boutiques généralistes, 10 boutiques spécialisées, 10 portails, 28 radios et **streaming** (11+17), 7 sites communautaires et 11 catégorisés en divers.

Ces 82 sites se répartissent entre 10 pays : US (36 sites), France (33 sites), UK (6 sites), Allemagne (1 site), Finlande (1 site), Belgique (1 site), Suisse (1 site), Suède (1 site), Luxembourg (1 site), Canada (1 site).

Signalons cependant que l'exploitation (tableau de synthèse et analyse de la variabilité des taux) présentée ne permet pas encore d'approfondissement plus détaillé par indicateurs et par catégories de sites.

Cette qualification ne peut se faire qu'à l'aune de deux nouveaux axes de travail : une coopération plus importante des éditeurs en ligne et des capacités de traitement au sein de l'Observatoire car les recherches plus pertinentes résultent d'investigations et de croisements manuels.

### Création d'un comité professionnel pour le suivi du marché numérique

Cette qualification pourrait faire l'objet d'une concertation plus importante des acteurs de cette filière musicale élargie aux éditeurs en ligne au sein d'un comité professionnel (le troisième au sein de l'Observatoire de la musique) qui devrait questionner, approfondir, voire élargir cette batterie d'indicateurs mis en place.

Ce souhait rejoint le programme de travail mis en place par le Ministère de la Culture et de la Communication et le collège de l'HADOPI.

## Analyse générale

### Les évolutions du marché numérique

Trois traits dominants caractérisent ce premier semestre 2010 :

- une concentration industrielle,
- une augmentation chaotique du marché numérique,
- un mouvement vers un modèle économique autour et à partir du **streaming**.

#### 1) Une concentration industrielle

Après une année 2009 en recul par rapport aux développements des années précédentes, crise et instabilité de modèles obligent, le premier semestre 2010 est marqué par des opérations de concentration. Profitant des positions fragilisées d'opérateurs émergents, les acteurs dominants procèdent à une intégration d'outils et services, et ce en attente de l'offensive de Google annoncée pour fin 2010.

L'examen des indicateurs présentés dans cet état des lieux confirme un mouvement « d'empilement » de services pour faciliter l'écoute musicale : variation positive de +97 items pour ce semestre 2010.

Alors que le marché physique de la musique enregistrée a connu progressivement, depuis les années 90, un mouvement de concentration extrême à l'international, le marché numérique présente cette caractéristique d'être déjà fermé, concentré au bénéfice de quelques acteurs de taille internationale – détenant pour les uns les capacités de production, pour les autres de diffusion numérique – qui n'ont de cesse d'élever les coûts d'entrée.

Pourtant, ce fort développement industriel et technique, dont les coûts sont de plus en plus astronomiques (le milliard de \$ d'Apple pour la mise en place d'une ferme de serveurs pour le cloud en 2009), ne permet au marché de la musique numérique de connaître une croissance exponentielle.

S'il est en croissance en Europe, le marché stagne aux USA sous le double effet sans doute d'un manque de concurrence (position majoritaire d'Apple) et du manque de performance des capacités de transmission.

Ce mouvement de concentration nous amène à créer un nouvel indicateur : le pays d'origine des services en ligne (figurait déjà, l'accessibilité des services depuis la localisation de l'utilisateur en France).

Le croisement de ces deux indicateurs – localisation des sites et localisation des usagers – n'est pas neutre car il explique en grande partie le management de ce marché qui dépend des accords de licence (diffusion territoriale) obtenus par les éditeurs en ligne et des plateformes auprès des producteurs ou des distributeurs et agrégateurs.

Une triple fragmentation apparaît : celle des territoires, celle des catalogues, celle des usages et donc des publics.

**1.1) Une fragmentation excessive des droits en fonction des territoires** <sup>(1)</sup> représente une barrière pour les sociétés qui s'installent sur le marché numérique car elles doivent se contenter de leur propre marché national et le cantonnement sur un seul territoire pose le problème récurrent de l'accessibilité et la viabilité économique des offres dans un contexte désormais international.

Ce cantonnement soulève in fine, les capacités d'exportation des innovations développées par des PME ou start-up : savoirs

technologiques, éditoriaux, techniques innovantes de marketing, diversité et qualité de l'offre de services et de contenus.

Pour les sites français comme Deezer, Qobuz ou d'autres, ce problème de pénétration des marchés européens, voire d'autres marchés sensibles comme le Japon ou la Corée du sud, friands de niches musicales, n'est pas facilité par l'organisation actuelle du marché.

La modélisation du marché international, à partir des accords entre les majors et les grandes sociétés américaines de diffusion numérique comme Apple, Amazon, Microsoft ou Google, s'établit à partir des effets de seuil attendus puisqu'elles sont présentes à l'international.

Par ailleurs, l'étroitesse de certains marchés risque d'éloigner les diffuseurs américains (le coût d'élargissement d'une licence sur un territoire donné peut être supérieur au bénéfice escompté).

Les accords minima signés sont insurmontables financièrement, pour les PME européennes et françaises dont la valeur ajoutée paraît infinitésimale.

**1.2) Une fragmentation des catalogues** : le même processus de négociation vaut pour le licensing des catalogues (qui peut fermer des marchés) et la qualité des offres proposées par les sites ; ainsi, par exemple, d'une offre plus qualitative du point de vue de la qualité sonore comme le *lossless*.

(1) *Le développement du marché numérique aura permis une recentralisation, en termes de prescription et de négociation vers les sièges des majors, soit aux USA, soit à Londres. Les Directions « locales » de ces majors ont été dessaisies alors qu'elles sont en pleine autorité de négociation pour le marché physique. C'est ainsi qu'Universal France a été absente des accords Sacem / Universal-BMG Publishing, négociés sur la côte Ouest des Etats-Unis.*

Certains répertoires locaux sont même refusés aux opérateurs locaux au prétexte que ce n'est pas négocié à l'international.

Dans les nouvelles formules d'abonnement, la largeur des catalogues offerte sera à géométrie variable. Tant que le modèle financier de l'abonnement sera insuffisant, on peut comprendre que les producteurs soient réticents à tout licencié mais le marketing sur l'offre illimitée sans plus d'information pour l'utilisateur ajoutera perplexité et récrimination.

Enfin, l'offre tarifaire est bridée du point de vue de son élasticité en fonction des pratiques imposées sur le marché américain.

Toute innovation dans un marketing incitatif pour permettre à l'utilisateur d'entrer dans l'offre légale est encore difficile à obtenir ce qui ne permet pas aux entreprises émergentes de chercher et la niche et une relation plus pertinente avec une cible public en fonction des avantages concédés.

**1.3) Une fragmentation des usages :** qu'elle soit active ou passive, à usage personnel ou collectif, l'utilisateur développe sa propre logique de consommation grâce à toutes les connexions à l'internet mobile qui progressent avec les réseaux 3G.

L'engouement pour les réseaux sociaux développe une logique de partage formatant un mode de consommation qui échappera de plus en plus aux médias de masse, cœur de cible des marchés publicitaires.

En ce sens, on note l'apparition de fonctionnalités holistiques, consistant à connaître les collections de **mp3** des usagers par scan (volontaire) de leur disque dur, afin d'améliorer la pertinence de l'offre de service : type alertes concerts que nous retrouvons sur un site comme Songkick.

Tous les secteurs de recherche développent une intelligence logicielle au plus près des centres d'intérêts des usagers, dans leur intimité de

lieux de vie, avec un souci constant de simplification des processus.

Il s'agit d'une confrontation terrible pour les secteurs de production de contenus musicaux où perdurent des pratiques illisibles, voire inextricables du point de vue de l'utilisateur qui ne retient que la lourde contrainte du respect des droits de la propriété intellectuelle à leur désir de consommation et de partage.

L'inviolabilité de ce droit, condition sine qua non du droit de la création, ne saura trop longtemps être freinée par l'absence d'accords professionnels.

Il y a un statu quo sur le manque de pertinence du management de ce marché et sur un examen plus complet concernant les freins réels d'évolution. N'apparaissent que les évolutions techniques, fruit d'une énorme innovation en termes de services, happées par les grandes firmes dont le champ d'action et de rayonnement est largement établi à l'international.

L'évolution de ce marché reste tributaire d'un respect plus précis des règles du droit de la concurrence et sur la base d'accords professionnels instaurant des normes ouvertes à tous les acteurs, permettant une répartition plus équitable de la valeur ajoutée.

Ce *new deal* entre secteurs d'activité d'une filière de musique numérique élargie aux secteurs de l'informatique et de la téléphonie mobile, doit faire l'objet d'une régulation pour soutenir la production indépendante, pour limiter les positions dominantes, le maintien de discriminations fiscales et commerciales <sup>(2)</sup>.

L'initiative de la *Online Commerce Roundtable* de la Commission Européenne associant les représentants des titulaires de droits, des consommateurs et des exploitants de service en ligne pour lever tous les obstacles est à saluer. Malgré la déclaration commune du 19 octobre 2009 sur les principes généraux pour les distributeurs en ligne, c'est

semble-t-il toujours le statu quo.

## 2) Une augmentation du marché numérique

Le marché numérique est à l'image du tissu industriel c'est-à-dire fortement concentré. Les évolutions positives, en termes d'augmentation en volume et valeur, se font cependant au détriment :

- des labels indépendants

Depuis 2010, dans l'analyse de l'ensemble des indicateurs mis en place par l'Observatoire de la musique sur les marchés et sur les programmations des médias, on observe un fléchissement du positionnement des labels indépendants.

---

<sup>(2)</sup> Le « One Click » permet un achat à partir d'un seul clic sans se faire référencer bancairement pour tout achat dès lors qu'on a donné déjà, pour un achat précédent, ses références bancaires à la plate forme. Ce procédé est très commode pour l'acheteur et d'autant plus efficace que les achats de supports culturels répondent souvent à des achats d'impulsion et à des micro-paiements.

On peut s'étonner, par exemple, qu'iTunes et Amazon, les deux leaders américains, mettent en pratique le « One Click », en France, alors même que nos opérateurs français de moindre taille ne le pratiquent pas.

Réagissant frileusement à une recommandation (informelle ?) concernant la sécurisation des paiements en ligne quant à la possession du cryptogramme visuel des cartes bancaires, ils sont obligés de passer par des opérateurs comme Paypal ou ClickandBuy, sociétés intermédiaires qui se portent fort comme référents de certification bancaire.

Tout cela à un coût pour les plateformes dont les marges sont peu importantes. Des mesures concrètes d'accompagnement bancaire seraient les bienvenues.

Notons, par ailleurs, que cette facilitation de l'acte d'achat par One Click est utilisée par les opérateurs de téléphonie : les téléchargements de titres ou d'albums facturés aux usagers s'ajoutant à leur consommation téléphonique !

Une vaste campagne d'explications claires des pratiques en cours dans la commercialisation des offres accompagnerait sûrement la montée espérée de l'offre légale.

Il en est de même sur l'évolution des indicateurs de cet état des lieux de l'offre numérique : on constate une augmentation concernant les types de contenus pour les titres, les albums et donc une augmentation du nombre de références proposées et par contre une évolution négative du référencement de labels indépendants, d'autoproduits et l'UGC.

Alors qu'ils étaient présents sur 94% de sites au 1<sup>er</sup> semestre 2009, 83% au 2<sup>ème</sup> semestre 2009, les catalogues de labels indépendants ne sont plus présents que dans 75% des sites au 1<sup>er</sup> semestre 2010. La disparition successive de sites de moyenne importance de l'échantillon s'est traduite par une consolidation de la représentation des catalogues Majors.

L'UGC est quant à lui passé de 37% au 1<sup>er</sup> semestre 2009 à 19% au 2<sup>ème</sup> semestre 2009 et à 13% au 1<sup>er</sup> semestre 2010, confirmant le recul de ce type de catalogues et des sites communautaires de musique.

- des boutiques spécialisées

L'absence de diversité est aussi marquée par la stagnation des sites spécialisés.

Moins dynamiques que les boutiques généralistes, les boutiques spécialisées ont surtout revu leurs offres en termes de diversification de contenus et de prix (+15 items).

Pour ces sites, complémentaires aux généralistes, le modèle économique semble plus difficile à atteindre. De manière globale, après la fermeture de 2 boutiques au semestre précédent, 2 nouvelles boutiques sortent de l'échantillon (MusicGiants, Lost Tunes).

Par ailleurs, aucune information n'est disponible sur le marché français concernant les parts de marché détenues par les éditeurs

en ligne et/ou plateformes : le principal acteur iTunes refusant toute communication.

Il est cependant notoire qu'iTunes détient une part très majoritaire du marché du fait de son dynamisme, de sa position dominante sur les outils offerts, des accords de BtoB passés avec d'autres opérateurs comme Deezer par exemple.

Le marché est en augmentation constante sans pour autant compenser les pertes réelles du marché physique. Au premier semestre 2010 : 42,5 M€ TTC, en augmentation de +26,9% en valeur (vs. S1 2009, hors **streaming** et sonneries musicales<sup>(B)</sup>), représentant 10,5% en valeur du marché total de la musique enregistrée.

Ce chiffre d'affaires qui exprime un marché détail public ne comprend pas tous les revenus de la musique ainsi des **flux** financiers relatifs aux minima garantis pour le licenciement des catalogues ou la partie des revenus publicitaires sur le **streaming** ni les abonnements aux offres premium, segment de marché proposé depuis peu (Deezer annonce 20 000 abonnements Premium à la fin du premier semestre 2010).

Ce marché est réalisé très majoritairement sur le web puisque les utilisateurs qui téléchargent à partir de leur Smartphone, téléchargent en fait sur une plateforme web (par exemple depuis l'iPhone d'Apple ou le site de Deezer qui renvoient sur iTunes).

La courbe d'expansion du marché numérique en valeur, certes très encourageante, est cependant moins forte que celle constatée entre les années 2008/2009, soit +61%.

<sup>(B)</sup> Les contenus mobiles (sonneries/logo) représentent un segment de marché en pleine obsolescence. Ils ne sont plus présents que dans 12% des sites de l'échantillon contre 14% au 2<sup>ème</sup> semestre 2009 et 19% au 1<sup>er</sup> semestre 2009.

Les dernières estimations du cabinet Nielsen Music sur l'évolution du marché numérique au premier semestre 2010, en Europe et aux USA, font état d'une évolution positive sur les marchés en Europe et d'une stagnation du marché américain, signe inquiétant pour iTunes car il constitue son marché principal.

Le développement aux USA est fortement contraint par une insuffisance des réseaux de distribution numérique et un manque de concurrence auquel a participé la filière musicale.

Dans ce mix de financements (publicité, achat, négoce de BtoB) qui permettrait de freiner la décroissance des marchés de la musique enregistrée, nous relevons deux contraintes d'observation :

- une difficulté pour disposer d'éléments précis et vérifiés par des tiers de confiance, pour suivre, mesurer et qualifier pertinemment l'évolution du marché ;
- un manque d'outils pour suivre les évolutions des usages qui impacteront la consommation car les technologies que mettent en place la radio IP et la TV connectée permettront une fragmentation exponentielle de la consommation des contenus et donc des publics concernés.

### 3) L'attractivité et la généralisation du streaming, le développement des applications pour les Smartphones et demain la télévision connectée, pourraient être la clef première d'une stabilisation du modèle économique de la diffusion en ligne.

La montée en puissance dans le domaine audio de Deezer, en France, de Spotify, en Europe (avec un taux de conversion des usages gratuits en payants, prometteur pour cette dernière) et dans le domaine de la vidéo de Hulu aux USA, conforte le marketing d'une offre numérique.

L'accessibilité des contenus en **streaming** gratuit, payé par la publicité ou payant par abonnement à des offres premium, génèrent des actes d'achat en téléchargement à l'issue d'accords quadripartites, en BtoB, entre les labels, leurs distributeurs et/ou agrégateurs, les sites marchands et les éditeurs en ligne.

Si aux USA le niveau actuel des abonnements au **streaming** payant est très faible (1,5 million d'abonnés), en Europe, Spotify, avec sa version mobile annonce 600 000 abonnés et un objectif de 30% supplémentaires en 2011 sur les six marchés européens pénétrés.

La donne serait-elle différente dans la compétition future d'Apple et Spotify sur le territoire américain ? De ce point de vue, la future pénétration de Spotify (qui conjugue les offres freemium et premium) aux USA ne manquera pas de troubler le statu quo actuel quant à la position dominante d'Apple, d'autant plus que Spotify manque de fonds propres et qu'une alliance éventuelle de cette jeune société avec un des concurrents d'Apple comme Amazon annoncerait une vive compétition.

Le niveau financier de l'abonnement mensuel reste une vraie question car le marketing de cette nouvelle offre pourrait être verrouillé par Apple. Le prix sera fonction de l'étendue des catalogues offerts et un service de base minimum serait proposé à un prix inférieur à 10\$, quasi l'équivalent du prix du téléchargement d'un album.

Cette configuration technico commerciale, nouvelle donne du marché numérique, permettrait-elle enfin de voir la transposition du modèle physique dans le numérique au mieux des intérêts et du respect des droits de la propriété intellectuelle ?

Si les labels ne pourront pas trouver de refinancement suffisant sur un marché global de la musique enregistrée en continue

decroissance à l'horizon 2014/2015, les revenus de la propriété intellectuelle continueront de croître à l'aune du développement de toutes les nouvelles exploitations qui apparaissent sur le marché numérique.

## Mise en place du dispositif d'évaluation

### Rappel Méthodologique

Cette sixième étude semestrielle qui présente un état des lieux de l'offre numérique, à partir d'un échantillon de 100 sites, permet de relever une grande diversité d'opérateurs intervenant dans la distribution/diffusion de contenus musicaux puisque le recensement porte sur 19 boutiques généralistes, 14 boutiques spécialisées, 10 portails, 12 radios et 19 services de **streaming**, 10 sites communautaires, 16 catégorisés en divers dont 5 sites éditoriaux, 3 sites de création/remix et 6 sites **Web Player**, 1 application de reconnaissance musicale, 1 site de blogging - interface artistes/professionnels.

Le traitement de l'ensemble des indicateurs s'est fait à dates fixes, en juillet 2010, pour établir un constat qui s'inscrit, d'ores et déjà, dans un historique commencé au cours du deuxième semestre 2007.

.....

*L'Observatoire présente cet état des lieux sans préjuger de la légalité des offres au regard des accords obtenus ou en cours avec les catégories d'ayants droit.*

## I. Présentation de l'échantillon

Depuis le deuxième semestre 2007, date de création de l'outil de mesure, l'échantillon est passé de 39 services de musique en ligne à 100 aux 1<sup>er</sup> et 2<sup>nd</sup> semestre 2008, français et étrangers, accessibles ou non aux internautes depuis la France.

Ces 100 services ont été sélectionnés, en fonction de leur représentativité dans le paysage internet français, leur degré d'innovation ou leur singularité.

Ces services sont toujours présentés selon une liste de critères objectifs dans 7 thématiques orientées selon les usages de l'utilisateur.

A partir d'une population hétérogène d'acteurs, l'échantillon qui représente un panorama des offres actuelles, est réparti en 4 groupes : boutiques en ligne, radios et **streaming**, sites communautaires et sites divers.

*(Dans la présentation ci-après, nous soulignons les nouveaux services apparaissant dans l'échantillon)*

*Le premier regroupe les 43 principales plateformes de e-commerce traditionnel, réparti en sous-groupes : boutiques généralistes, boutiques spécialisées, portails d'opérateurs ou de médias :*

### ➤ **19 boutiques généralistes :**

Itunes, AmazonMP3, Napster, Rhapsody, Emusic, Virginmega, Fnacmusic, Musicme, Qobuz, Starzik, Airtist, Lala, Amiestreet, Beezik, My Mojo (ex Spiral Frog), Qtrax, We7, Cellfish, Thumbplay.

### ➤ **14 boutiques spécialisées :**

Musicgiants, TheMusicFrom, Losttunes, Wolfgangvault, Nuloop, Music Classics, Deutsche Grammophon, Classical music mobile, Musopen, Jazz en ligne, NIN, Beatport, Musiqueenligne et Sheetmusic Direct.

### ➤ **10 Portails (portails, portails opérateurs et portail média) :**

Yahoo music, Nokia, Orange, SFR, Neuf music, Free, NRJ, MTV, MCM et M6music.

*Le deuxième groupe recense 31 services de radios et streaming en ligne :*

### ➤ **12 Radios :**

Skyrock, Hotmix radio, EnjoyStation, Live365, Radionomy, Goom radio, Podemus, Orange Liveradio, Nexus radio, Livestation, Awdio et Slacker.

### ➤ **19 Streaming :**

Musiline, Meemix, Musicoverly, Lastfm, Pandora, Finetune, Deezer, Jiwa, Ilike, Tommy TV, Hulu, Faitilizer, MOG, Spotify, Mix DJ, Sevenload, MaestroFM, Qloud et Vuze.

*Le troisième groupe répertorie 10 services communautaires :*

### ➤ **10 sites communautaires :**

YouTube, DailyMotion, MySpace, Bebo, Imeem, Garageband, Isound, Jamendo, Hitmuse, Grooveshark.

*Le quatrième groupe propose une sélection de 16 sites éditoriaux, de création/remix et/ou innovants :*

### ➤ **5 sites éditoriaux :**

Mondomix, Allmusic, Music-Story, MusicSpot et Songkick.

### ➤ **1 application de reconnaissance musicale :**

Shazam.

### ➤ **1 site de blogging - interface professionnels/artistes :**

Noomiz.

### ➤ **3 sites de création/remix :**

MusicShake, Wemix, 8Tracks..

### ➤ **6 sites Web Player :**

Songbird, MyBloop, Songza, SkreemR, ffwrd et Just Hear It.

Cet échantillon fait apparaître 6 sites qui ne sont pas accessibles depuis la France. 3 le sont avec restrictions et 2 le sont de manière limitée selon le type d'offre. Ils ont été retenus néanmoins parce qu'ils sont susceptibles de compléter, à court terme, l'offre française avec un fort potentiel concurrentiel.

Il appartient, en effet, à l'Observatoire de la musique d'élargir rapidement son système d'investigations avec le concours des secteurs professionnels afin de disposer d'outil de mesure sur les évolutions des usages.

## II. Choix des indicateurs

1

### Type de service

L'offre est analysée par type de services, du plus au moins interactif, avec les modèles économiques associés, à savoir :

*La radio, la radio personnalisable, les playlists, le streaming à la demande, le téléchargement, perso mobile et autres.*

Cette lecture permet d'apprécier la diversité des offres selon le critère de l'interactivité avec les oeuvres offertes au public.

Cette distinction est, par ailleurs, déterminante pour évaluer le montant des redevances dues aux ayants droit, principale charge d'exploitation pour les services.

2

### Type de contenu

Il s'agit de décrire quels sont les types de contenus proposés, selon la grille de critères suivants :

**Flux continu, titre, album, vidéo musicale, Sonnerie, Image/logo mobile, Livres audio, lyrics, Partition, Podcast, info concert, retransmission « live », éditorial.**

3

### Type de répertoire

Ce critère a été retenu pour mesurer la diversité culturelle à l'aune de la représentativité de tous les catalogues sur les offres en ligne : **répertoires de majors, de labels indépendants, d'autoproductions ou de User Generated Content (UGC).**

4

### Régime juridique des oeuvres

Ces différents régimes ont des implications directes à la fois sur la cible de public, le prix et les fonctionnalités autorisées associées :

*Œuvres protégées (©), licences libres ou domaine public. Chaque offre propose une diversité de régime de propriété intellectuelle.*

5

### Accès

Une multitude de terminaux permettent l'accès aux services en ligne et cette facilitation est déterminante pour le consommateur.

Cette ouverture en termes d'accès reste une des clés pour optimiser la disponibilité des catalogues mis en ligne.

La prise en compte tardive de ce souhait exprimé, dès l'origine, par les consommateurs démontre le « décalage » de perception entre les spécificités de ce marché et les détenteurs de catalogues.

L'accès est segmenté autour du :

*Terminal PC (application locale), terminal PC (interface web), terminal mobile, terminal TV et terminal dédié.*

6

### Fonctionnalités

Le consommateur est très sensible aux fonctionnalités qui lui sont offertes et le degré de liberté dans l'appropriation des contenus musicaux reste le principal critère de succès des offres en ligne.

Dans un univers fortement concurrentiel, ces fonctionnalités qui sont extrêmement segmentantes dans les offres présentées, particulièrement sur la question des **DRM**, sont déclinées selon les critères suivants :

**Déportalisation, personnalisation, partage, copie, hébergement, recommandation, réseau social et autres.**

7

### Qualité de l'offre

La diversité de l'offre et le confort d'écoute, à travers une qualité de services et de contenus, sont également des facteurs importants de différenciation.

Les critères suivants sont analysés :

*Largeur de catalogues, genres musicaux, qualité du flux (en Kbps), format de fichier utilisé, DRM associé, accessibilité depuis la France.*

Il appartiendra au lecteur de se référer au glossaire, en annexe, pour les termes qui figurent en caractère grisé et en italique ceci afin de faciliter la compréhension de certains termes.

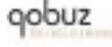
**L'exploitation de cet état des lieux a été organisée pour permettre la lecture des évolutions des 100 services retenus :**

- 1) *les suppressions de services observées aux 1<sup>er</sup> et 2<sup>nd</sup> semestres 2009 apparaissent sur fond bleu ; les suppressions observées au 1<sup>er</sup> semestre 2010 sur fond rouge ;*
- 2) *les nouveaux services observés au 2<sup>nd</sup> semestre 2009 apparaissent en encadré bleu et au 1<sup>er</sup> semestre 2010 en encadré rouge.*

## I - Tableaux des résultats

## Etat des lieux en juillet 2010

## 1) Résultats par sites

Boutiques en ligne (43)									
	Généralistes (19)								
	 iTunes	 amazon.com	 Napster	 Rhapsody	 Emusic	 VirginMegaFR	 Fnac	 musicMe	 qobuz
Nom des offres	Itunes	Amazon MP3	Napster	Rhapsody	Emusic	Virginmega	Fnac	Musicme	Qobuz
URL	itunes.com	amazon.com	napster.com	rhapsody.com	emusic.com	virginmega.fr	fnac.com	musicme.com	qobuz.com
Pays	US	US	US	US	US	France	France	France	France
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>									
Radio	X		XM radio	X				X	
Radio perso								X	
Playlist	X		Abo 5 à 7\$	X	X		X	X	X
Streaming à la dde			Abo 5 à 7\$	Abo illim 9,99 et 14,99\$/m			Abo illim 9,99 €/m	Abo illim gratuit ou premium 24H à 20€/an	Abo illim 13€/m ou 129€/an
Téléchargement	X	X	Abo 5 à 7\$	X	Forfaits	X	à la carte/pack	à la carte 3,90€ (3 à 5T) à 249,90€ (213 à 398T) ou illimité 9,90€/mois	X
Perso mobile						X	X		
Autres...	Movies, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius, itunes DJ			Lecteurs MP3		Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD	T-shirts & Vêtements, partitions de musique, instruments, matériel DJ	cartes & chèques-cadeaux	VPC, actu, critique, blog, magazine, arts de vivre, podcast, partenaire Classica, widget
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>									
Flux	X		X	X				X	
Par titre	A partir de 0,69 €	Gratuit à 2 €	à partir de 0,79€	0,69 à 1,29\$	Forfaits	0,99 €	de 0,99 € à 1,29€ ou pack	0,98€ à 1,49€ selon format Abo à la carte, illimité ou premium	à partir de 0,99€
Par album	A partir de 5,99 €	A partir de 2,29 €	à partir de 9,99€	à partir de 9,99€	Forfaits	> 6,99 €	9,99 € ou pack	à partir de 8,99€ selon format Abo à la carte, illimité ou premium	A partir de 9,99 € selon format
Music video	1,79 € à 2,49 €			X		1,99 €	1,99	HD	Qobuz TV
Sonnerie						3 €	3€ Mediaplazza		
Image/Logo mobile						X	X Mediaplazza		
Livres audio	X				X	X	X		Documents sonores, diction
Lyrics				X					
Partition							X		
Podcast	X						Fnaclive		X
Info concert					X	X	X	X	X
Retransmission «live»							Fnaclive		
Éditorial	X	X	Allmusic Guide, Billboard Charts	Allmusic Guide	Allmusic Guide + interne	X	X	X	X
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>									
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproducts	X	X	X	X	X	X	X	X	X
User generated content									
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>									
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres									
Domaine public							X	X	
<b>5) ACCES</b>									
Terminal PC (Appli locale)	X	X	X	X	X	X	X	X	
Terminal PC (Interface web)		X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile	X	X	X	X		X	X		
Terminal TV	X		X	X					
Terminal dédiée	X		X	X					
<b>6) FONCTIONNALITES</b>									
Déportalisation	X			X				X	X
Personnalisation	X			X				X	X
Partage	X		X	X	X			X	X
Copie	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Hébergement				X					
Recommandation	X	X	X	X	X		X	X	X
Réseau social	X				X		X	X	X
Autres...	Alerting, Burn CD			Burn CD					
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>									
Nombre de références	11 M	> 10 M	> 10 M	> 10 M	> 7 M	4 M	3 M	6,1M	6 M titres
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	256	n/a	128 à 256	n/a	192	320	192 (WMA), 320 (MP3)	110, 192, 320, Lossless	320, Lossless
Format de fichier	AAC, MP3	MP3	MP3	Real, MP3	MP3	MP3	WMA, MP3	WMA Lossless, MP3, AAC	WMA, MP3, Studio masters
DRM associé	sans	sans	Watermarktg	Real ou aucun	sans	sans	sans	avec ou sans	sans
Accès depuis la France	X	X	accès partiel	non	X	X	X	X	X
Δ°	1	1	9	4	3	0	5	8	4

Boutiques en ligne (43)										
	Généralistes (suite)									
	racheté par Apple			ex-Spiral Frog		NEW				
										
Nom des offres	Starzik	Airtist	Lala	Amie Street	My Mojo	Beezik	Qtrax	We7	Cellfish	Thumbplay
URL	starzik.com	airtist.com	lala.com	amiestreet.com	mymojo.com	beezik.com	qtrax.com	we7.com	cellfishmedia.com	thumbplay.com
Pays	France	France	US	US	US	France	US	UK	France	US
1) TYPE D'OFFRE										
Radio								X		
Radio perso								X		X
Playlist			X	X	X		X	X		X
Streaming à la dde			0,10\$ (full)	X	X	X		Gratuit / Abo Premium 4,99€/m		X
Téléchargement	Forfaits ou à la dde	X	X	X	X	X	X	X	X	Forfait 9,99\$/m ou à la dde
Perso mobile	X				X				X	X
Autres...	Karaoke, logiciels, jeux, movies	Billetterie (France Billet)	Blog		wallpapers, jeux, videos	Crédit de points contre réduction sur achats en ligne	Photos	Blog	Sonnerie, logo, vidéo, animation, appli & jeux, actualité, astrologie	MP3, sonnerie, jeux, logo, animation, vidéos clips, films, téléphones
2) TYPE DE CONTENU										
Flux										
Par titre	0,99€ à 3€	X	0,89\$ (dwd)	Gratuit à 0,98\$	Gratuit	Gratuit contre vidéo publicitaire diffusée pendant le téléchargement	Gratuit	Gratuit à 0,49€		0,69\$ à 5,99\$
Par album	6,99€ à 170€	X	7,49\$ (dwd)	Gratuit à 9\$			Gratuit	Gratuit à 6,99€		Amazon.com
Music video	2,49 €		Youtube		Gratuit			Youtube	KKO	0,69\$ à 5,99\$
Sonnerie	Mediapiazza				Gratuit				KKO	0,69\$ à 5,99\$
Image/Logo mobile	Mediapiazza				Gratuit				KKO	0,69\$ à 5,99\$
Livres audio										
Lyrics								MetroLyrics.com		
Partition										
Podcast										
Info concert	Ticketnet	X			X		X	X		
Retransmission «live»										
Éditorial	X		Wikipedia	X	X	X	X	X	X	X
3) TYPE DE REPERTOIRE										
Majors	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproducts	X	X	X	X	X			X	X	
User generated content				X	X					
4) REGIME JURIDIQUE DES										
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres								X		
Domaine public								X		
5) ACCES										
Terminal PC (Appli locale)			X		X		X			
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile						X		X	X	X
Terminal TV										
Terminal dédié										
6) FONCTIONNALITES										
Déportailisation		X	X	X				X	X	
Personnalisation										
Partage		X	X	X	X		X	X	X	X
Copie	X	X	X	X	X	X	Limitée	X	X	X
Hébergement	X	X	X	X	X				X	X
Recommandation	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Réseau social		X	X	X	X			X	X	X
Autres...									Chat	synch offline, cloud
7) QUALITE DE L'OFFRE										
Nombre de références	4 M	Qq Millions	8 M	> 1 M	Qlq M	2 M titres	Qlq M	4M	100 000 contenus 900 vidéos	8M
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous sauf classique	Tous
Qualité du flux (Kbps)	192 à Lossless	192	192	Divers	n/a	192	n/a	256, 320	Variable	n/a
Format de fichier	WMA, MP3, OGG, AAC, FLAC	MP3	MP3	MP3	n/a	WMA, MP3	WMA	MP3	Divers	MP3
DRM associé	WM10 et sans	sans	sans	sans	n/a	avec ou sans	WM11	sans	n/a	sans
Accès depuis la France	X	X	non	Sauf restrictions	X	X	non	X sauf Premium	X	NON
Δ°	1	0	-	1	-	-	1	2	3	6

Boutiques en ligne							
	Boutiques spécialisées (14)						
							
Nom des offres	Music Giants	TheMusicFrom	LostTunes	Wolfgangsvault	Nuloop	MusiClassics	Deutsche Grammophon
URL	musicgiants.com	themusicfrom.com	losttunes.com	wolfgangsvault.com	nuloop.com	musicclassics.fr	deutschegrammophon.com
Pays	US	US	US	US	France	France	Allemagne
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>							
Radio							X
Radio perso				X	Newloop Player		
Playlist							
Streaming à la dde				Gratuit	Gratuit	10heures 5€ valable 1mois 25heures 10€ valable 3mois 100 heures 30€ valable 6mois	0,99 € pdt 7 jours
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X
Perso mobile							
Autres...	Vidéos HD			Merchandising	Equipement DJ, sonorisation, home studio, hifi, instrument VPC Vynil, CD, MP3	Actualité, découverte partenariat Opéra-ci Opéra-là préconisation sélective assurée par comité d'expert journalistes/ musiciens	VPC, DVD blu-ray Vente tee-shirts, sacs, photos (bravado)
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>							
Flux				Gratuit à 12,98€ (FLAC)			X
Par titre	1,29 \$	X	0,99 £		1,49 €	à l'œuvre > 1,30 €	> 0,79 € selon durée œuvre
Par album	6 à 30 \$	0 à 11,99 £	7,99 £ à 21,99 £		à partir de 4,02€ (album 3 titres)	> 10 €	> 9,99 € selon qualité
Music video							YouTube
Sonnerie							
Image/Logo mobile							
Livres audio							
Lyrics							
Partition							
Podcast							
Info concert				X	X		
Retransmission «live»							X X DG concerts avec iTunes
Éditorial	X	X	X		X	X	X
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>							
Majors	X	X	X	X		X	X
Indépendants	X		X	X		X	
Autoproduits					X		
User generated content							
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>							
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres							
Domaine public						X	X
<b>5) ACCES</b>							
Terminal PC (Appli locale)				X			
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile				X			
Terminal TV							
Terminal dédiée				X			
<b>6) FONCTIONNALITES</b>							
Déportalisation				X	X		X e-Player
Personnalisation					X		
Partage					X		X e-Player
Copie	X	X	X	X	X	X	X
Hébergement					X		
Recommandation		X	X			X	X
Réseau social					X	X	
Autres...					Evènements		
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>							
Nombre de références	< 3000	Env 200	Env 1000	>2200	Env 50 000	Env 6 000	Env 3300 LP
Genres musicaux	Tous	BOF	Tous sauf Classique	Tous	Techno, house, disco funk, hip hop, pop rock	Classique	Classique
Qualité du flux (Kbps)	1100	320	320	Divers	320	320	320, Lossless
Format de fichier	WMA lossless et HD avec ou sans DRM	MP3	MP3	MP3, FLAC	MP3	WMA, AAC	MP3, FLAC
DRM associé					sans	sans	sans
Accès depuis la France	US only + restriction navigateur (IE only)	X	X	X	X	X	X
Δ°	-	-	-	2	2	3	5

Boutiques en ligne							
	Boutiques spécialisées (suite)						
							
Nom des offres	Classical music mobile	Musopen	Jazz en ligne	NIN	Beatport	Musique en ligne	Sheet music direct
URL	classicalmusicmobile.com	musopen.com	jazzenligne.com	nin.com	beatport.com	musiqueenligne.com	sheetmusicdirect.com
Pays	France	US	France	US	US	France	UK
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>							
Radio		X					
Radio perso							
Playlist			X	X	X		
Streaming à la dde		X	Gratuit / extrait 30s	Gratuit	Gratuit		
Téléchargement	X	X	Porte-monnaie de 5€ à 40€, carte cadeau, à la dde	X	titres, album et mixes	Partitions	partitions
Perso mobile				X			
Autres...			Partenariat FIP albums de la semaine en listes d'écoute, VPC CD, vinyle, DVD partenariat Amazon.fr, forum, sortir, histoire du jazz,	Wallpapers, User generated Remix, photos, tee-shirts	Remix de DJ	VPC méthodes, recueils matériel d'orchestre score, parties Orchestres	vidéos d'apprentissage, morceaux d'accompagnement
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>							
Flux		X			Mixes		
Par titre		Gratuit	à partir 0,79 € AmazonMp3 / 0,99 € sur jazzenligne		1,30 € à 2,17 €		
Par album	1 €	Donation	à partir de 4,95 € sur AmazonMP3 ou.fr/ à partir de 7,99 € sur jazzenligne	Gratuit à 5 \$	14€ à 18 €		
Music video			YouTube ou exclu jazz en ligne	X	X		X
Sonnerie	Gratuit			X			
Image/Logo mobile							
Livres audio							
Lyrics				X		X	X
Partition		Gratuit				partition simplifiée à partir de 2,75 € piano/chant à partir de 3,90 €	gratuit à 4,70€
Podcast			X	X	X		
Info concert			X	X	X		
Retransmission «live»							
Éditorial	Wikipedia	X	X	X	X	X	
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>							
Majors			X			X	X
Indépendants	X		X	X	X	X	X
Autoproducts	X		X			X	
User generated content							
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>							
Œuvres protégées ©			X	X	X	X	X
Licences libres				X			
Domaine public	X	X	X			X	X
<b>5) ACCES</b>							
Terminal PC (Appli locale)							
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile				X			
Terminal TV							
Terminal dédié							
<b>6) FONCTIONNALITES</b>							
Déportalisation		X	X	X			
Personnalisation			X	X	X		
Partage			X	X			
Copie	X	X	X	X	X	Limitée	X
Hébergement				X			
Recommandation		X	X		X		
Réseau social			X	X	X		
Autres...	Bookmark			Chat	Chat		
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>							
Nombre de références	600 LP	< 1000	n/a	7 LP + remix	> 600 000	n/a	> 20 000
Genres musicaux	Classique	Classique	Jazz/blues/gospel/vocal	Pop / Rock	Techno / Electro	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	192	256	320	Divers	n/a	-	-
Format de fichier	MP3	MP3	MP3, WMA (1 album)	MP3, FLAC, M4A, WAV	MP3, WAV	Scorch	Scorch
DRM associé			sans			Scorch	Scorch
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X
Δ°		0	6	-1	-5	1	2

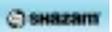
Portails (10)										
	Portail Internet (2)		Portail Opérateurs (4)				Portail Média (4)			
										
Nom des offres	Yahoo music	Nokia Music Store / OVI	Orange	SFR	Neuf music	Free	NRJ	MTV	MCM	M6music.fr
URL	new.fr.music.yahoo.com	music.ovi.com	orange.fr	sfr.fr	neufmusic.fr	free.fr	nrj.fr	mtv.fr	mcm.net	M6music.fr
Pays	US	Finlande	France	France	France	France	France	France	France	France
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>										
Radio	deezer		Liveradio	SFR Music, Goom		X	X			
Radio perso	deezer	X	Musiline	X					Musiline	
Playlist		X		Deezer	X					
Streaming à la dde		Abo illim 10€/m								
Téléchargement	iTunes, Foxytunes	X	X	X	inclus dans abo		iTunes		Virgin Mega	Virgin Mega
Perso mobile			X	X			X			
Autres...	Photos, Blog		merchandising musique : instruments, baladeurs MP3, etc	Jeux, magazine, billetterie, boutique, tee-shirts, jeunes talents		Actu musicales, chroniques albums, artistes, festivals, VOD, jeux	CD en VPC	Jeux, concours, news	Première.fr Infos cinéma, Spectacles à l'affiche, Infos people, Actu Musique (news, photos, vidéos, dossiers,	Blog
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>										
Flux	X		X	X		X	X	X	X	X
Par titre		Gratuit à 1,29€	1,29 € ou forfaits	à partir de 0,99 € / forfait 5 titres = 3€ 20 titres = 14,90€/mois	Abo illim	Universal/e-compil ou iTunes	0,99 € ou pack		0,99	
Par album		9,99 €	9,99 €	de 4,99 € à 13,99 €	Abo illim	Universal/e-compil ou iTunes			> 6,99 €	
Music video	X		X	X	X	X	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit
Sonnerie			X	3 €			X		X	X
Image/Logo mobile			X	2 €					X	X
Livres audio			Liveradio							
Lyrics										
Partition										
Podcast			Liveradio	X			X	Catch up TV		
Info concert			X	X			Ticketnet		X	Ticketnet
Retransmission «live»				X					Party at Home	
Éditorial	X	X	X	X	X	X	X	Music story	X	
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>										
Majors	X	X	X	X	Universal only	X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproducts			X	X			X			
User generated content										
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>										
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres										
Domaine public		X								
<b>5) ACCES</b>										
Terminal PC (Appli locale)		X	X				X			
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile		X	X	X			X		X	
Terminal TV			X	X			X			
Terminal dédié			X	X						
<b>6) FONCTIONNALITES</b>										
Déportalisation						vidéo	X	X		
Personnalisation			X	X						
Partage	X			X		vidéo		X		
Copie		X	X	X	Limitée				X	
Hébergement				X		X				
Recommandation		X		X		X		X		
Réseau social				X			X	X		
Autres...										
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>										
Nombre de références	n/a	5,3 M	1M, 7.000 radios, 11.000 podcasts	1M, 20 radio	250 000	50 stations	16 Webradios	n/a	n/a	Qlq Vidéos
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous sauf classique	n/a
Qualité du flux (Kbps)	n/a	256	256 à 320	n/a	128	Divers	n/a	n/a	320	n/a
Format de fichier	n/a	MP3	MP3	WMA, MP3, Dolby 5.1	WMA	Divers	MP3, Flash	Flash	Flash	n/a
DRM associé		sans	sans	WM 10	WM 10				sans	
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Δ*	1	5	-3	3	0	8	5	0	2	0

Radio & streaming (31)												
	Radios (12)											
												
Nom des offres	Skyrock	Hotmix radio	Enjoystation	Live 365	Radionomy	Goom Radio	Podemus	Liveradio	Nexus radio	Livestation	Awdio	Slacker
URL	skyrock.fm	hotmixradio.fr	enjoystation.net	live365.com	radionomy.com	goomradio.fr	podemus.com	liveradio.orange.fr	nexusradio.com	livestation.com	awdio.com	slacker.com
Pays	France	France	France	US	Belgique	France	France	France	US	UK	France	US
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>												
Radio	X	X	X	X	X	X		X	X	limité Abo premium / 3,99€/m	X	X
Radio perso						X						\$3.99/m et \$4.99/m
Playlist						X						
Streaming à la dde						X						
Téléchargement	X	Beezik		Amazon MP3			X Gratuit	iTunes	X			mixes en live
Perso mobile	Buongiorno	Mediapiazza	Jamba									Dada
Autres...	Blog	Boutique vêtements, jeux, photos, dédicace	Jeux	Editeur de radio, CD en VPC (Amazon)	Editeur de radio	Editeur de bouquet de radios numériques	Editeur de podcast, blog	Wifi radio-réveil	Photos, blog, charts, effets	WebTV limité Abo Premium 3,99€/m,	Blog	Editeur de radio, Boutique
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>												
Flux	X	X	X	Gratuit ou payant	X	X	X	X	X	X	X	X
Par titre	Gratuit					iTunes			X			
Par album	Gratuit					iTunes			X			
Music video	Gratuit	Alloclips				youtube			X	X		
Sonnerie	X	X	X									
Image/Logo mobile	X	X	X									
Livres audio								X				dans l'abo
Lyrics	X											
Partition												
Podcast				X			X	X				mixes
Info concert	X	X				X			X			X
Retransmission «live»												X
Éditorial	X	X	X			X	X	X				X
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>												
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproducts	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X
User generated content	X						X					
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>												
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres												
Domaine public				X	X		X	X	X			
<b>5) ACCES</b>												
Terminal PC (Appli locale)			X	X	X			X	X	X		X
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile	X	X		X		X		X				X
Terminal TV	Free TV	Free TV						X		sur Abo		X
Terminal dédié				X			X	X				X
<b>6) FONCTIONNALITES</b>												
Déportalisation	X	X	X	X	X	X	X		X		X	X
Personnalisation	X			X	X	X	X	X	X		X	X
Partage	X			X	X	X	X		X	X		X
Copie							X		X			
Hébergement	X			X	X	X	X					
Recommandation	X			X	X	X	X					
Réseau social	X	X	X	X	X	X			X			
Autres...	Blog, chat	Chat, bookmark	Chat	Chat				Bookmark	Chat	Chat, Alerte		
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>												
Nombre de références	1 flux	12 webradios	1 webradio	> 7 000 stations	> 3 000 webradios	23 webradios thématiques ou dédiées à un artiste	3 500	11 000 radios, 11 000 podcasts	11 800 webradios 15 M titres	> 4 000 chaînes	> 150 clubs live + concerts	Qtq M
Genres musicaux	Rap, RNB, Hip hop	Tous sauf classique et rap	Variétés, House, Dance	Tous	Tous	Pop Rock, Hip Hop, Dance, Hit, Rn'B...	Tous	Tous	38	Tous	Tous sauf classique	Tous
Qualité du flux (Kbps)	128 (flux), 256 (titres)	128	128	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	variable	192	n/a
Format de fichier	MP3	MP3	Tous players	Tous players	MP3	MP3	MP3	Divers	AAC, MP4, MP3, MP2, MP1, OGG, WAV & WMA	Tous	Flash	FLAC, MP3
DRM associé												
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Limitée à 40 chaînes TV radio	X	US seulement
Δ°	-7	-3	-2	3	0	2	-	2	0	2	-1	3

Radio & streaming (31)									
	Streaming (19)								
									
Nom des offres	Musiline	Meemix	Musicoverly	Last FM	Pandora	Finetune	Deezer	Jiwa	iLike
URL	musiline.fr	meemix.com	musicoverly.com	lastfm.fr	pandora.com	finetune.com	deezer.com	jiwa.fm	ilike.com
Pays	France	US	France	UK	US	US	France	France	US
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>									
Radio						X	X	X	Radio par artiste
Radio perso	X	X	X	3€ / mois	X	X	X	X	X
Playlist							X	X	X
Streaming à la dde				3€ / mois			X	X	Gratuit
Téléchargement	Virgin Mega	AmazonMP3	AmazonMP3, iTunes	iTunes, 7digital, AmazonMP3	AmazonMP3, iTunes	iTunes	iTunes	iTunes	iTunes, AmazonMP3
Perso mobile						Dada			X
Autres...		Blog, jeux	Ebay (CD)	Photos, blog	Blog	CD en VPC (Amazon)	Blog, Photos, Forum	Blog, top charts, communauté, concours	Blog, billetterie, jeux
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>									
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Par titre	X						X	Gratuit	0,99\$
Par album							X	Gratuit	9,99\$
Music video		X		X	X		X	X	Youtube
Sonnerie		Thumbplay				X			Jamba music 2SMS + 3€/s
Image/Logo mobile									
Livres audio									
Lyrics									
Partition									
Podcast									
Info concert		X		X				X	X
Retransmission «live»									
Éditorial	X	X		X	X		X	X	X
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>									
Majors	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproduits		X		X			X	X	X
User generated content				X					X
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>									
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres									
Domaine public			X	X		X	X	X	X
<b>5) ACCES</b>									
Terminal PC (Appli locale)				X			Deezer Desktop		X
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile			X	X	X	X	X		X
Terminal TV							X		
Terminal dédié			Wii, PS3				X		
<b>6) FONCTIONNALITES</b>									
Déportalisation	X	X	X	X	X		X	X	X
Personnalisation	X	X	X	X	X		X	X	X
Partage	X	X		X	X	X	X	X	X
Copie									
Hébergement		X		X			X		X
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Réseau social	X	X		X	X		X	X	X
Autres...					Bookmark				Quizz, alerte concerts
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>									
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	2M	7 M de titres, 52 webradios, SmartRadio par artiste	4,8 M	n/a
Genres musicaux	Tous sauf classique	Tous sauf classique	tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	128	128	n/a	128	128	variable	320	192	variable
Format de fichier	Flash	MP3, Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash, HQ	Flash	Flash
DRM associé									
Accès depuis la France	X	X	X	X	US seulement	X	X	X	X
Δ*	-	0	-2	0	0	0	5	-2	0

Radio & streaming (31)										
	Streaming (suite)									
										
Nom des offres	Tommy TV	Hulu	Fairtizer	MOG	Spotify	mix.dj	SevenLoad	Maestro FM	Qloud	Vuze
URL	tommytv.com	hulu.com	Fairtizer.com	mog.com	spotify.com	mix.dj	fr.sevenload.com	maestro.fm	qloud.com	vuze.com
Pays	UK	US	Suisse	US	Suède	France	US	US	US	US
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>										
Radio				X	X					
Radio perso				X						
Playlist	X		X	> \$5	Gratuit, 4,99€/m ou 9,99€/m	X	X		X	
Streaming à la dde	vidéo de concert	X	X	> \$5	Gratuit, 4,99€/m ou 9,99€/m	X	X	X	X	X
Téléchargement			iTunes	AmazonMP3	7Digital	Diverses boutiques		Amazon MP3	Amazon MP3	X
Perso mobile								Thumbplay	Thumbplay	
Autres...	Photos, Merchandising	TV & Movie		Blog, Photo				Photos	Blog, charts, community	Video, audio, jeux, chaînes TV
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>										
Flux	X		X		X	X		X		
Par titre	X		X		X	X		X		X
Par album				X	X			X	iTunes	X
Music video	Gratuit	Gratuit		X			Gratuit		X	X
Sonnerie										
Image/Logo mobile										
Livres audio										
Lyrics				Gracernote				X		
Partition										
Podcast										
Info concert										
Retransmission «live»										
Éditorial				X	allmusic guide		X	X		
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>										
Majors		X		X	X	X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproducts	X		X	X		X	X	X	X	X
User generated content	X		X	X			X	X	X	X
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>										
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres	X						X			
Domaine public								X	X	X
<b>5) ACCES</b>										
Terminal PC (Appli locale)		X		X	X	X	X	X	X	X
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Terminal Mobile				X	9,9€/mois	X	X	X	X	X
Terminal TV										X
Terminal dédié						X				
<b>6) FONCTIONNALITES</b>										
Déportalisation		X	X	X		X	X	X	X	X
Personnalisation	X		X	X	X		X	X	X	
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Copie			X							X
Hébergement			X	X		X	X	X	X	X
Recommandation		X	X	X		X	X	X	X	X
Réseau social				X			X	X	X	X
Autres...				Bookmark	Synchronisation (mode déconnecté)				Alerte	
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>										
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	3M	10M	> 15 000 mixes	n/a	>10.000 playlists	2 M	n/a
Genres musicaux	tous sauf classique	Tous	Rap/hip hop, indie, techno,	Tous	Tous	Electro	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	n/a	320	256 ou 320	320	variable	256	variable	variable
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash, MP3	Ogg Vorbis	MP3	Flash	Divers formats	Flash	Tous
DRM associé										
Accès depuis la France	X	US seulement	X	US seulement	X	X	X	X	X	X
d°	-1	0	0	3	5	2	-	0	-1	0

Sites Communautaires (10)			Fusionné avec iLike							
										
Nom des offres	YouTube	DailyMotion	MySpace	Bebo	Imeem	Garage band	Isound	Jamendo	Hitmuse	Grooveshark
URL	youtube.com	dailymotion.fr	myspace.com	bebo.com	imeem.com	garageband.com	isound.com	jamendo.com	hitmuse.com	grooveshark.com
Pays	US	France	US	US	US	US	US	Luxembourg	US	US
1) TYPE D'OFFRE										
Radio						Live365		X		
Radio perso								X		X
Playlist	vidéo	vidéo	X	vidéo	X	X	X	X	X	X
Streaming à la dde	vidéo	vidéo	X	vidéo	X	X	gratuit	X	X	X
Téléchargement			X	7Digital	iTunes, AmazonMP3	X	gratuit	X		AmazonMP3 et iTunes
Perso mobile				X	Jamba					Thumbplay
Autres...	Blog	Blog	Communauté de membres par thématiques, blog, movie, photos, vidéo, répertoires artistes, jeux, événements, applications, forums,	Photos, blogs, jeux	Enchères, photos, blogs, jeux	Cd en VPC	photo	Forum, blog, widget, service pro de sonorisation d'établissements ou de projets multimédia	Blog, annonces	Scrobbling (LastFM)
2) TYPE DE CONTENU										
Flux	X	X						X		Gratuit, \$3/m ou \$30/an
Par titre			Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit ou payant (CD Baby)	X	Gratuit, dons	Gratuit	Gratuit, \$3/m ou \$30/an
Par album						Gratuit	7,99 €	Gratuit, dons, à partir de 5€		Gratuit, \$3/m ou \$30/an
Music vidéo	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	X		Gratuit		Gratuit	
Sonnerie					X		X			
Image/Logo mobile										
Livres audio										
Lyrics			X					X		
Partition										
Podcast						X				
Info concert			X	X	X	X	X	X	X	
Retransmission «live»										
Éditorial			X		X		X	X		
3) TYPE DE REPERTOIRE										
Majors	X	X	X	X	X				X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproducts	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
User generated content	X	X	X	X	X				X	X
4) REGIME JURIDIQUE DES										
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres						X		X		
Domaine public	X	X	X	X					X	X
5) ACCES										
Terminal PC (Appli locale)										X
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile	X	X	X	X						X
Terminal TV	X									
Terminal dédié										
6) FONCTIONNALITES										
Déportalisation	X	X	X		X	X	X	X		X
Personnalisation	X	X		X	X	X	X	X		X
Partage	X	X	X		X	X	X	X	X	X
Copie						X	X	X		X
Hébergement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Recommandation	X	X	X		X	Artistes	Artistes	Artistes		X
Réseau social	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Autres...	Sous-titres									
7) QUALITE DE L'OFFRE										
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	Qlq M d'artistes	280 000 artistes	100 000	38 500 albums	n/a	n/a
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	Variable	Variable	Variable	Variable	Variable	192	128	192	n/a	n/a
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash	Flash	MP3	MP3	MP3, OGG, WAW	MP3, Flash	MP3, Flash
DRM associé										
Accès depuis la France	X	X	X	X	Sauf restrictions	X	X	X	X	X
Δ°	0	0	2	-1	-	-	-7	3	-	5

Divers (16)	NEW			NEW				
								
Nom des offres	Mondomix	Allmusic	Shazam	Music-story	MusicSpot	Noomiz	Songkick	MusicShake
URL	mondomix.com	allmusic.com	shazam.com	music-story.com	musicspot.fr	noomiz.com	songkick.com	musicshake.com
Pays	France	US	UK	France	France	France	UK	US
1) TYPE D'OFFRE								
Radio	X							
Radio perso								
Playlist	X							
Streaming à la dde				Deezer	autoproduits	X		X
Téléchargement	au titre, à l'album ou forfaits 20 crédits titres 15,99€ / 50 crédits titre			diverses boutiques		X		X
Perso mobile			perso de tags avec photo					X
Autres...	Musique, cinéma, poésie, littérature, voyage, portrait, sortir, boutique, jeux, blog	Blog	application de reconnaissance auditive titre, album, artiste,	Livres, movies	ITV, Photos, Forums	Passerelle indépendante entre artistes & producteurs - Top Noomiz, RDV Noomiz, webzine, blog	Alertes artistes, concerts, festivals Billetterie	Création musicale, forum, charts
2) TYPE DE CONTENU								
Flux	Gratuit				émissions WebTV			
Par titre	de 0 à 0,99 €		iTunes		Gratuit	Gratuit		Ecoute gratuite Usage personnel 0,99\$ titre ou forfait 15\$/an /commercial 19,99\$
Par album	9,99 €		iTunes		Gratuit			
Music video	Gratuit	X	YouTube	Gratuit	Gratuit	Gratuit	X	
Sonnerie								X
Image/Logo mobile								
Livres audio								
Lyrics								
Partition								
Podcast	X							
Info concert	X			Infoconcert	X	The Noomiz International Party	X	
Retransmission «live»	Sessions Live de Mondomix en co-pro Arte Live Web							
Éditorial	X	X	X	X	X	X		
3) TYPE DE REPERTOIRE								
Majors	X	X	X	X	X	X	X	
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	
Autoproduits	X			X	X	X	X	
User generated content								X
4) REGIME JURIDIQUE DES								
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X		X
Licences libres								
Domaine public	X	X						
5) ACCES								
Terminal PC (Appli locale)							X	X
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile			iPhone, BlackBerry, Windows, Android, Nokia, 2580					X
Terminal TV								
Terminal dédié								
6) FONCTIONNALITES								
Déportation	X				X	X	X	X
Personnalisation			X		X			X
Partage	X	X	X		X	X		X
Copie	X							X
Hébergement					X	X		X
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X
Réseau social	X		X		X	X	X	X
Autres...					Bookmark		scan collection biblio artistes perso	
7) QUALITE DE L'OFFRE								
Nombre de références	5 000 vidéos   200 000 titres	> 19 millions d'albums	8 M d'empreintes	Qlq milliers d'albums	n/a	300 artistes en découverte	Centaine d'artistes	550 000 titres
Genres musicaux	Musique du monde, jazz, classique contemporain, Hip Hop, funk,	Tous	Tous	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	320	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Format de fichier	MP3	n/a	métadonnées	Flash	Flash	MP3	n/a	MP3
DRM associé								
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X
Δ°	1	0	-	3	-2	-	1	1

Divers (16)								
								
Nom des offres	Wemix	8Tracks	Songbird	MyBloop	Songza	Skreemr	ffwd	Just hear it
URL	wemix.com	8tracks.com	getsongbird.com	mybloop.com	songza.com	skreemr.com	ffwd.com	justhearit.com
Pays	US	US	US	US	US	Canada	US	US
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>								
Radio			Shoutcast					
Radio perso			Lastfm		X			
Playlist		Gratuit ou \$25 (6 mois)	X		Imeem		X	X
Streaming à la dde	X				Imeem	X	X	X
Téléchargement	AmazonMP3	AmazonMP3	7digital		AmazonMP3	AmazonMP3		
Perso mobile					Thumplay	Jamba		
Autres...	Création collaborative, remix	Edition de playlists mixées	Blogs, merchandising	Upload		photo Flickr	Editeur de chaînes TV	
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>								
Flux			X		X			
Par titre	Gratuit	Gratuit	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit		X
Par album			X	Gratuit				
Music video	Gratuit		X	Gratuit	Youtube	Youtube	X	Youtube
Sonnerie								
Image/Logo mobile								
Livres audio								
Lyrics						Lyricwiki		
Partition								
Podcast								
Info concert			Songkick			Gruvr		
Retransmission «live»								
Éditorial						Wikipedia		
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>								
Majors		X	X	X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproducts	X	X	X	X	X	X	X	X
User generated content			X	X		X	X	X
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>								
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres		X	X	X	X	X	X	X
Domaine public		X	X	X	X	X	X	X
<b>5) ACCES</b>								
Terminal PC (Appli locale)			X				X	
Terminal PC (Interface web)	X	X		X	X	X	X	X
Terminal Mobile			X					
Terminal TV								
Terminal dédié			X					
<b>6) FONCTIONNALITES</b>								
Déportalisation	X	X	X		X		X	X
Personnalisation		X	X				X	X
Partage	X	X	X	X	X	X	X	X
Copie			X	X				
Hébergement	X	X	X	X				
Recommandation	X				X	Audioscrobbler	X	
Réseau social			X				X	
Autres...	Votes	Microbloging	Alerting					
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>								
Nombre de références	64 000 artistes	n/a	n/a	n/a	8M	12M	n/a	n/a
Genres musicaux	Hip hop	Tous	n/a	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	Variable	n/a	Variable
Format de fichier	Flash	n/a	Tout format	n/a	n/a	n/a	Flash	Flash
DRM associé								
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X
Δ°	0	1	2	-	-3	1	-	-

## 2) Résultats par catégorie de site

	Boutiques en ligne 26 (-3)				Portails 10		Radio & streaming 28				Sites Communautaires 7 (-1)		Divers 11		TOTAL 82 sites (-4)	
	Généralistes 16 (-1)		Spécialisées 10 (-2)		Portails 10		Radios 11		Streaming 17		Sites Communautaires 7 (-1)		Divers 11		total %	Δ°
	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°	total	Δ°		
<b>1) TYPE D'OFFRE</b>															<b>26</b>	<b>3</b>
Radio	4	0	2	1	5	0	11	1	5	1	1	0	1	0	29%	3
Radio perso	3	1	0	0	2	-2	2	1	9	1	1	0	2	1	19%	2
Playlist	11	2	5	0	2	-1	1	0	8	-1	6	-1	3	0	36%	-1
Streaming à la dde	7	6	8	0	0	-1	2	0	13	0	7	1	5	1	42%	7
Téléchargement	16	4	10	0	6	1	5	2	14	1	4	1	7	1	62%	10
Perso mobile	5	0	1	0	3	0	1	-2	2	0	0	-2	2	-1	14%	-5
Autres...	12	2	9	1	7	4	10	1	13	0	6	2	10	0	67%	10
<b>2) TYPE DE CONTENU</b>															<b>34</b>	<b>5</b>
Flux	3	0	4	2	6	-1	11	1	13	0	4	1	4	2	45%	5
Par titre	15	3	6	3	5	3	3	1	11	0	4	1	7	1	51%	12
Par album	15	4	7	4	5	3	2	0	6	-1	2	0	2	-1	39%	9
Music video	9	1	4	1	9	1	5	2	10	-1	4	-1	7	-1	48%	2
Sonnerie	5	1	0	-1	3	1	0	-2	3	0	0	-1	1	0	12%	-2
Image/Logo mobile	5	1	0	0	2	0	0	-2	0	0	0	0	0	0	7%	-1
Livres audio	5	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7%	0
Lyrics	1	0	3	0	0	0	2	1	2	1	2	1	1	0	11%	2
Partition	1	1	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4%	3
Podcast	3	0	2	0	4	1	3	0	0	0	0	0	1	0	13%	1
Info concert	9	1	5	-1	3	-1	5	0	3	-1	3	-1	6	1	34%	-2
Retransmission «live»	1	0	1	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	6%	1
Editorial	15	3	8	0	8	0	7	1	9	1	2	-1	5	0	54%	4
<b>3) TYPE DE REPERTOIRE</b>															<b>10</b>	<b>1</b>
Majors	15	0	6	1	9	0	11	0	15	0	5	0	9	0	70%	1
Indépendants	16	0	8	0	8	0	11	0	17	0	5	-1	10	0	75%	-1
Autoproduits	13	0	3	0	3	0	9	0	12	0	7	0	8	-1	55%	-1
User generated content	1	0	0	0	0	0	0	-1	5	0	4	-1	3	0	13%	-2
<b>4) REGIME JURIDIQUE DES</b>															<b>10</b>	<b>0</b>
Œuvres protégées ©	16	0	9	0	10	0	11	0	17	0	6	0	10	0	79%	0
Licences libres	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	-1	6%	-1
Domaine public	3	1	6	0	1	1	4	0	9	0	5	0	5	-1	33%	1
<b>5) ACCES</b>															<b>11</b>	<b>1</b>
Terminal PC (Appli locale)	9	0	1	0	2	-1	6	-1	10	2	1	0	3	1	32%	0
Terminal PC (Interface web)	15	1	10	0	10	2	11	0	15	0	7	0	10	0	78%	3
Terminal Mobile	9	0	2	0	5	0	7	0	12	1	5	0	2	0	42%	1
Terminal TV	3	1	0	0	3	0	4	2	2	0	1	0	0	0	13%	3
Terminal dédié	2	0	1	1	2	0	3	1	3	1	0	0	1	1	12%	4
<b>6) FONCTIONNALITES</b>															<b>10</b>	<b>-2</b>
Déportalisation	8	1	6	0	3	1	6	-3	13	-1	6	1	8	0	50%	-1
Personnalisation	2	0	4	0	2	0	7	-1	13	0	5	-1	4	0	37%	-2
Partage	12	0	4	1	4	2	6	0	16	0	6	0	9	0	57%	2
Copie	16	0	10	0	4	1	1	0	2	0	3	1	3	0	39%	2
Hébergement	5	0	2	0	2	0	4	0	9	0	7	0	5	0	34%	0
Recommandation	13	0	5	1	5	0	3	-1	15	0	6	0	8	-1	55%	-1
Réseau social	10	2	4	-1	2	0	6	-1	9	0	6	0	5	0	42%	0
Autres...	4	1	2	-1	0	0	3	-4	5	1	1	0	5	1	20%	-2
<b>7) QUALITE DE L'OFFRE</b>															<b>17</b>	<b>3</b>
Nombre de références	16	6	10	1	10	2	11	4	17	2	7	1	11	2	82%	18
Genres musicaux	16	0	10	0	9	0	11	0	17	0	7	0	11	0	81%	0
Qualité du flux (Kbps)	16	1	10	0	9	1	11	0	17	1	7	0	11	1	81%	4
Format de fichier	16	0	10	0	9	1	11	0	17	1	7	1	11	0	81%	3
DRM associé	16	2	6	0	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	27%	3
Accès depuis la France	15	2	10	0	10	0	11	0	17	1	7	0	11	0	81%	3
<b>TOTAL VARIATIONS</b>	<b>48</b>		<b>15</b>		<b>20</b>		<b>-1</b>		<b>9</b>		<b>1</b>		<b>5</b>		<b>97</b>	

## 3) Répartition des sites par pays d'origine et par évolution des services offerts

	Boutiques en ligne 26 (-3)				Portails 10		Radio & streaming 28				Sites Communautaires 7 (-1)		Divers 11		TOTAL 82 sites (-4)	
	Généralistes 16 (-1)		Spécialisées 10 (-2)		Portails 10		Radios 11		Streaming 17		Sites Communautaires 7 (-1)		Divers 11		FR	Autres
	FR	Autres	FR	Autres	FR	Autres	FR	Autres	FR	Autres	FR	Autres	FR	Autres		
Nbre sites actifs	7	9	4	6	8	2	6	5	4	13	1	6	3	8	33	49
Δ°	21	28	12	3	15	6	-9	8	3	6	0	2	2	3	44	56
moyenne	3,00	3,11	3,00	0,50	1,88	3,00	-1,50	1,60	0,75	0,46	0,00	0,33	0,67	0,38	1,33	1,14

## II. Analyse de l'offre de service : exploitation des tableaux

### 1) Par indicateur

Contrairement au semestre précédent, le nombre d'items ajoutés ou mis à jour, témoin de la vitalité des sites, est en forte augmentation (+97 vs. -57 au 2<sup>nd</sup> semestre 2009).

L'augmentation la plus forte du nombre d'ajout d'indicateurs revient à Napster (+9), MusicMe (+8) et à Free (+8).

Cette étonnante performance est surtout portée par une augmentation de l'offre musicale, puisque l'item concernant le nombre de références proposées (albums, titres, vidéo ou radios) évolue sur 18 sites : il atteint 11 millions de titres pour iTunes et 11 000 radios agrégées sur le portail Liveradio.

À noter, l'augmentation du service de **streaming** à la demande (+7) qui investit d'autres types de sites comme les boutiques généralistes (+6), alors que la perso mobile, qui semble moins attractive pour les services en ligne, est toujours en décroissance (-5).

Réalisme économique oblige : on note toujours une forte diversification des services en ligne vers d'autres produits culturels (livre, jeux, DVD, billetterie...) (+10), ainsi que la progression du téléchargement (+10) et du **streaming** (+7).

Cette forte évolution du nombre d'items repérés sur le panel concerne également les formules tarifaires au titre (+12), à l'album (+9), avec le développement des offres premium.

Il faut noter que cette offre premium peut coexister avec l'offre gratuite

et que sur les sites référencés dans le panel, localisés aux USA, l'offre purement gratuite n'existe pas d'où les difficultés de pénétration de Spotify sur le marché américain.

Cette absence d'offre de **streaming** gratuit à la demande permet à des acteurs comme Pandora de se développer fortement grâce à leur offre semi interactive de radio perso.

#### 1 Type de service

##### *la prime au streaming*

De manière globale, le **streaming** à la demande (+7) est le type de service qui a été le plus plébiscité par les sites qui l'ont ajouté à leur offre, notamment les boutiques généralistes qui est la catégorie la plus dynamique du 1<sup>er</sup> semestre.

La perso mobile poursuit son recul (-5) tandis que le mouvement de diversification des offres ralentit (+10 vs. +17) par rapport au 2<sup>ème</sup> semestre 2009, plutôt composée d'opérations marketing multiples (jeux, couponing, partenariats...), notamment sur les portails.

#### 2 Type de contenu

##### *un effort éditorial*

Alors que l'éditorial était en perte de vitesse au semestre précédent (-4), des sites notamment les boutiques généralistes et les portails ont visiblement investi dans cette activité éditoriale (les actualités, le suivi des artistes, des biographies et interviews d'artistes) (+4) afin de rehausser la qualité de leur offre.

L'écoute ou le téléchargement au titre reste le modèle dominant des

offres de musique sur internet (51%) et le plus dynamique (+12), même si les **flux** progressent (+5) à travers des émissions TV, des mixes ou des programmes radios qui concourent à une plus grande diversité de contenus.

Les phonogrammes (titre/album) et les vidéoclips restent majoritairement représentés.

Les contenus mobiles (sonneries/logo) ne sont plus présents que dans 12% des sites de l'échantillon contre 14% au 2<sup>ème</sup> semestre 2009 et 19% au 1<sup>er</sup> semestre 2009.

Les **lyrics** et les partitions progressent très légèrement, certainement depuis que les éditeurs français ont mis en place une offre commerciale pour les sites.

Par contre, ni les livres audio, ni les podcasts n'enregistrent d'amélioration dans leur représentativité au sein des sites de l'échantillon (+0).

De façon surprenante, l'info-concert régresse pour la première fois (-2) et la retransmission de concerts séduit encore peu : 6% des sites (+1).

Les plateformes de **streaming** sont dans la catégorie la moins active sur cet item « Type de Contenu », avec même un solde négatif (-2) contrairement aux boutiques généralistes.

**3****Type de répertoire*****les indépendants perdent du terrain***

Alors qu'ils étaient présents sur 94% de sites au 1<sup>er</sup> semestre 2009, 83% au 2<sup>ème</sup> semestre 2009, les catalogues de labels indépendants ne sont plus présents que dans 75% des sites au 1<sup>er</sup> semestre 2010. La disparition successive de sites de moyenne importance de l'échantillon s'est traduite par une consolidation de la représentation des catalogues Majors qui restent présent dans 70% des sites.

L'UGC est quant à lui passé de 37% au 1<sup>er</sup> semestre 2009 à 19% au 2<sup>ème</sup> semestre 2009 et à 13% au 1<sup>er</sup> semestre 2010, confirmant le recul de ce type de catalogues et des sites communautaires de musique.

**4****Régime juridique des oeuvres*****statu quo***

Malgré la fermeture de 4 sites ce 1<sup>er</sup> semestre 2010, on constate peu de changements dans le dynamisme et la représentativité pour cet item, avec des œuvres sous copyright toujours ultra majoritaires (79%).

**5****Accès*****est-ce l'avènement des terminaux dédiés ?***

Les sites de **streaming** sont ceux qui ont le plus travaillé l'accès à leurs services (+4).

L'accès par terminal dédié comme les tuners wifi, les DMA et autres

terminaux domestiques (iPad . . .) concentre le principal développement des sites (+4) au 1<sup>er</sup> semestre 2010, en étant déjà présent dans 12% des offres.

L'arrivée des TV connectées propose également un accès supplémentaire aux services en ligne et représente le 2<sup>ème</sup> axe de développement (+3).

Côté mobile, après le développement d'applications iPhone, Android monopolise l'essentiel des développements pour moins d'un site sur deux (42%).

**6****Fonctionnalités*****vers une simplification des sites ?***

Le mouvement s'accroît vers une simplification des sites. L'ensemble des items connaît un reflux dans un mouvement d'ensemble poursuivant de façon moins radicale qu'au 2<sup>ème</sup> semestre 2009 une certaine forme de simplification des offres, notamment chez les radios (-11), avec moins de fonctionnalités car trop coûteuses en gestion éditoriale et en maintenance technique.

**7****Qualité de l'offre*****la course aux catalogues se poursuit***

L'offre s'élargit, Apple propose le catalogue de musique le plus vaste avec plus de 11 millions de titres. Il est talonné par AmazonMP3, Napster et Rhapsody à 10 millions.

Pour les sites français, la norme s'élève désormais à 6 millions de titres pour les boutiques généralistes et les sites de **streaming** à la demande.

Pour les radios, alors que certains éditeurs de radios restent sur une offre mono canal (Skyrock, Enjoystation), d'autres optent pour une offre de plusieurs webradios (Hotmixradio).

Ceux-ci sont complétés par des agrégateurs de « media generated content » ou MGC (Goom, Radionomy) et des portails radios (Liveradio, Nexus, Slacker) de plusieurs milliers de **flux**.

Les autres items restent sensiblement stables et le périmètre des sites accessibles depuis la France demeure le même.

**2) Par catégorie de sites**

La catégorie de sites la plus dynamique est une nouvelle fois celle des Boutiques généralistes (+48), suivi par les Portails (+20) et les boutiques spécialisées (+15).

On constate un essoufflement des radios en ligne (-1) et des sites communautaires (+1).

**1****Boutiques en ligne / Généralistes*****une vitalité soutenue***

Ces sites connaissent une vitalité soutenue et le dynamisme reste toujours aussi fort par rapport au semestre précédent (+48 items vs. +32), devant toutes les autres catégories de sites.

Les plus dynamiques ce semestre auront été Napster (+9), MusicMe (+8), Thumbplay (+6). Napster s'est renouvelé avec un nouveau service très complet.

Suite au fort recul de la sonnerie musicale, le service Thumbplay s'est repositionné sur la musique en **streaming** et en téléchargement, avec

une ambitieuse offre d'**hébergement** personnel distant en mode **Cloud Computing**.

En termes de mise à jour de l'offre, c'est l'ouverture des boutiques en ligne vers le **streaming** qui est le plus remarquable (+6). La frontière entre ces 2 modes de consommation s'amenuise.

À noter la fermeture de Lala, suite à son rachat par Apple et l'arrivée de Beezik dans l'échantillon, avec un modèle innovant de téléchargement gratuit financé par la publicité.

Le nombre de références est toujours en croissance (+6), pour atteindre un pic à 11 millions de titres (iTunes) !

2

Boutiques en ligne / Spécialisées

*semblent à la traîne*

Moins dynamiques que les boutiques généralistes, les boutiques spécialisées ont surtout revu leurs offres en termes de diversification de contenu et de prix (+15).

Pour ces boutiques, complémentaires aux généralistes, le modèle semble plus difficile à atteindre. De manière globale, après la fermeture de 2 boutiques au semestre précédent, 2 nouvelles boutiques sortent de l'échantillon (Music Giants, Lost Tunes).

L'érosion de l'offre de Beatport (-5) traduit cette tension sur l'investissement par une rentabilité plus difficile à réaliser. Dans ce contexte, on peut souligner le site Jazz en ligne qui parvient à étoffer son offre (+6) en l'élargissant notamment à la VPC en ligne.

3

Portails Opérateurs et Média

*un regain d'intérêt de la part de certains portails*

Après un semestre d'attentisme face à un marché en ralentissement, les Portails sont en 3<sup>e</sup> position (+20) après les boutiques généralistes (+48) en termes de nombre d'items ajoutés ou mis à jour.

Certains portails (Nokia, Free, NRJ) semblent indiquer un regain d'intérêt pour la musique avec le lancement de nouvelles offres de services.

Les portails ont, de manière générale, enrichi leur offre de services annexes (billetterie, jeux, VPC) et d'autres contenus culturels (cinéma, spectacles, vidéo).

À noter que le service de musique de Nokia a fait peau neuve dans le cadre du lancement de la plateforme Ovi.

4

Sites Radios &amp; Streaming

*les radios s'octroient une pause*

Après un 2<sup>e</sup> semestre 2009 dynamique, les radios accusent le coup ce semestre (-1 item). Toutes les catégories reculent, notamment les fonctionnalités (-11 items).

L'arrêt de la **déportalisation** des **players** (-3) est symptomatique d'éditeurs qui souhaitent recontextualiser leur audience afin de maximiser la valeur sur leur propre sites/appli.

Skyrock est l'archétype du site qui simplifie son offre, en retirant les services de perso mobile, en revoyant sa proposition d'accès aux

œuvres à la demande et en élaguant les services d'info concerts, le chat, l'UGC et toutes les fonctionnalités d'échanges mis à disposition du public (partage, recommandation et réseau social).

L'essor économique n'a pas encore atteint les propositions des ondes en ligne.

*les sites de streaming : un relai de croissance*

Face au problème de ralentissement de l'économie musicale numérique, l'écoute en **streaming** constitue un espoir de relais de croissance sous une forme premium : cela traduirait un profond changement de comportement de consommation en ligne du public vis-à-vis de la possession des fichiers, devenue accessoire par ses contraintes.

De très légers efforts permettent à cette catégorie de sites d'inverser la tendance baissière du 2<sup>ème</sup> semestre 2009 (-20 items), ce semestre-ci (+9).

Chaque site reste campé sur son modèle (gratuit ou payant) et sur ses développements passés, en attendant la vague qui semble se profiler pour certains. . .

5

## Sites communautaires

*l'offre se fige*

Après avoir perdu 40 items au semestre précédent, le positionnement des sites communautaires se stabilise au premier semestre 2010 (+1).

L'absence d'ajout d'item traduirait-il une formule du succès trouvée en n'offrant pas de prise à toute perturbation (YouTube) ? Indique-t-elle également le désintérêt du public pour ce type de sites qui semblent avoir vécu (Bebo) ?

2 sites tentent une mutation de leur offre : iSound (-7) se repositionne totalement avec une offre audacieuse de **streaming** à la demande et téléchargement gratuits.

Grooveshark s'essaie au **Web Player**, ce qui a l'énorme avantage de proposer, à peu de frais, des contenus disponibles sur le net, sans avoir à les acquérir soi-même.

Un site supplémentaire quitte l'étude : il s'agit de GarageBand qui a fusionné avec iLike.

6

## Divers

*une situation stabilisée*

Après avoir perdu la plupart des **Web Players**, cette catégorie s'est renforcée autour de ses spécificités pour se stabiliser (+5 items).

La palme revient à Songza qui a su évoluer d'un simple moteur de recherche musical condamné, à un service de playlists pertinent. Deux nouveaux sites ont fait leur apparition dans l'échantillon (Shazam et Noomiz), alors qu'Animoto s'éclipse du fait de son repositionnement exclusivement tourné vers l'image (donc hors sujet pour cette étude).

À noter l'apparition de fonctionnalités holistiques, consistant à connaître les collections de **mp3** des internautes par scan (volontaire) de leur disque dur afin d'améliorer la pertinence de l'offre de service, à savoir ici des alertes concerts (Songkick).

## Annexe : glossaire

**Cloud Computing** : Le Cloud Computing est un concept de déportation sur des serveurs distants des traitements informatiques traditionnellement localisés sur le poste utilisateur, permettant à la fois d'offrir un accès distant à ses informations et d'optimiser la puissance de calcul par la mutualisation des serveurs.

**Codec** : contraction de compression et de décompression, le codec est un algorithme de compression de données et de décompression de ces données pour la lecture.

**Content Centric** : ensemble d'applications et services en ligne centrés sur le contenu.

**Déportation** : décontextualisation d'un contenu de son environnement multimédia vers un autre, proposée à l'utilisateur final.

**DRM** : (Digital Rights Management) système numérique de gestion des droits ayant pour objectif de donner des renseignements concernant l'utilisation des œuvres numériques et de contrôler par des mesures techniques de protection (MTP) l'usage qui en est fait.

**Flux** : transmission d'informations multimédia temporelles.

**Hébergement** : espace de stockage dédié, réservé et personnel sur internet, permettant de mettre le contenu de son choix à disposition des internautes.

**Kbps** : (kilobits par seconde) taux de transfert de données.

**Lyrics** : traduction anglaise de paroles.

**MP3** : (MPEG Audio Player 3) algorithme de compression de données audio (codec) du standard MPEG-1, avec perte de qualité.

**MTP** : mesures techniques de protection associées à un système informatique de gestion des droits (DRM).

**Music video** : clip (ou vidéo-clip, clip vidéo, vidéo musicale).

**Player** : logiciel (lecteur) permettant de lire un fichier multimédia (audio, vidéo, RSS).

**RSS** : (Really Simple Syndication) flux d'information normalisé en XML auquel on peut s'abonner via des outils de lectures de flux RSS.

**Streaming** : diffusion de fichiers audio/vidéo sur internet.

**User Generated Content** : (UGC) contenu généré par les utilisateurs.

**Webcasting** : diffusion d'un ensemble de fichiers audio/vidéo sur internet en flux continu.

**Webradio** : stations de radio exclusivement diffusées sur internet en webcasting.

**Web Player** : application permettant la lecture de ressources disponibles sur internet (musique, vidéo...).

**Widget** : interface graphique dédiée à une application en ligne ou téléchargeable.

Ce rapport 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>

Ce rapport a été établi avec la collaboration de Xavier Filliol, expert indépendant

Pour toutes informations complémentaires, veuillez prendre contact avec :

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

**Camille Ermisse, Judith Véronique, Chargées d'études**

**Erika Véron, conception graphisme**

**Cité de la musique**

**Observatoire de la musique**

221 avenue Jean-Jaurès

75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98

Fax : 01 44 84 46 58

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

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