

LES RENCONTRES DISKOVER

Lundi 28 octobre 2024
9h – 19h au Transbordeur

**Atelier : Production phonographique,
quels enjeux et solutions pour les
artistes indépendants et structures
locales à l'ère du streaming ?**

de 14h à 15h30

Atelier : Production phonographique, quels enjeux et solutions pour les artistes indépendants et structures locales à l'ère du streaming ?

de 14h à 15h30

Animé par :

Florian Auvinet (directeur de Grand Bureau)

Avec :

Céline Lepage (déléguée générale de la FELIN, Fédération des Labels et Distributeurs Indépendants)
Franck Descollonges, (CEO du label Heavenly Sweetness)

Présentation :

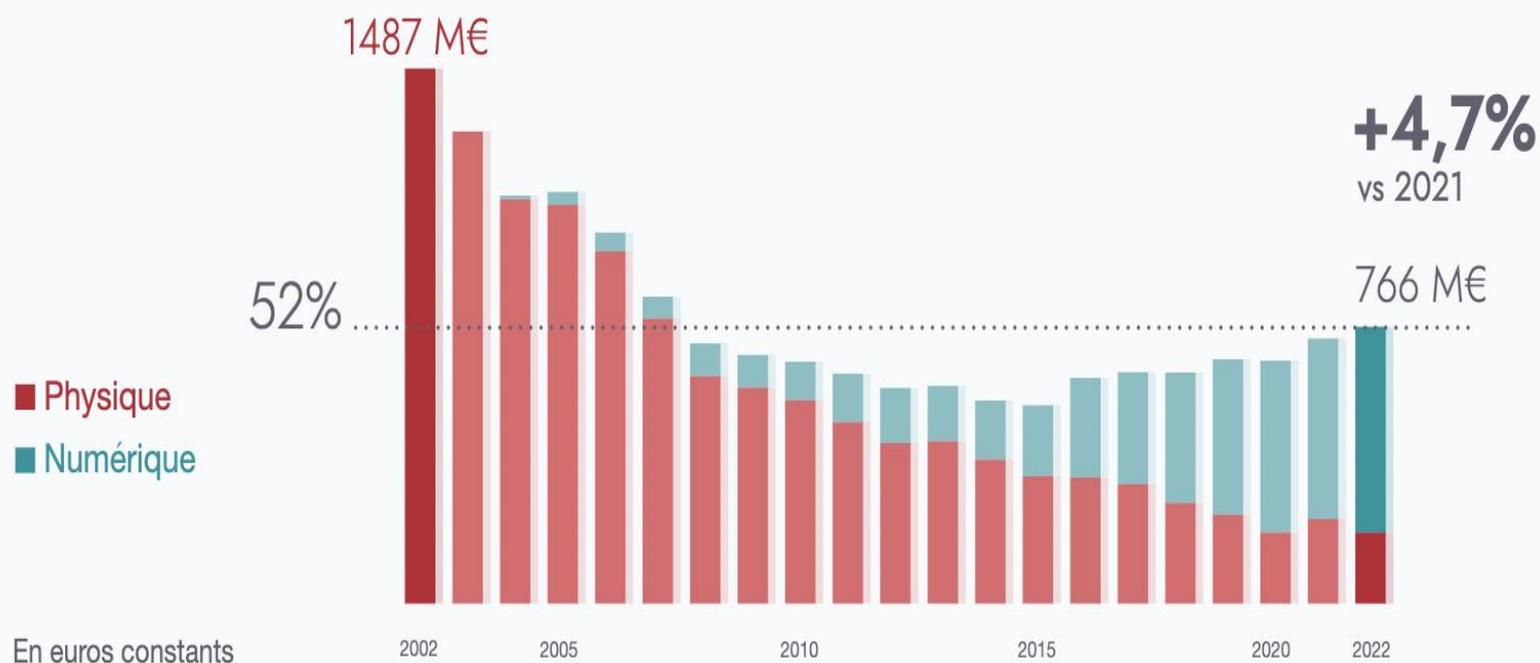
Quelles sont les nouvelles pratiques d'écoute ?

Comment valoriser les productions locales sur les plateformes de streaming ? Quels sont les enjeux de la taxe streaming ?

Quelles solutions pour valoriser les artistes locaux sur les plateformes ?

Autant de questions que les producteurs·ices phonographiques se posent aujourd'hui. Nous tenterons d'apporter des outils et solutions concrètes pour s'adapter à ces différentes économies et pratiques d'écoute.

2022 6ème année de hausse consecutive

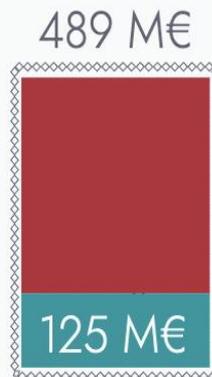


L'inversion du modele en 10 ans

ÉVOLUTION DE LA STRUCTURE DU MARCHÉ

- Physique
- Numérique
- ◊ Total des ventes

25%
DES VENTES



2012

x4,5



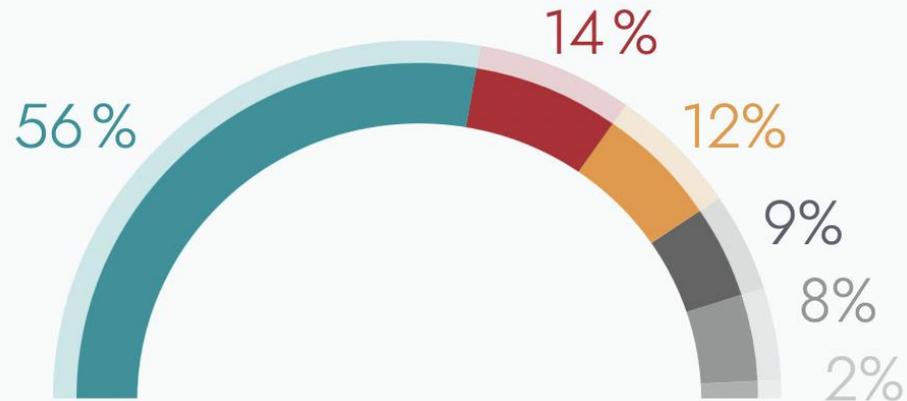
2022

74%
DES VENTES

Le Streaming par abonnement 1ère source de revenu de la musique

RÉPARTITION DES REVENUS DES VENTES DE MUSIQUE
SELON LES MODES DE CONSOMMATION (EN %)

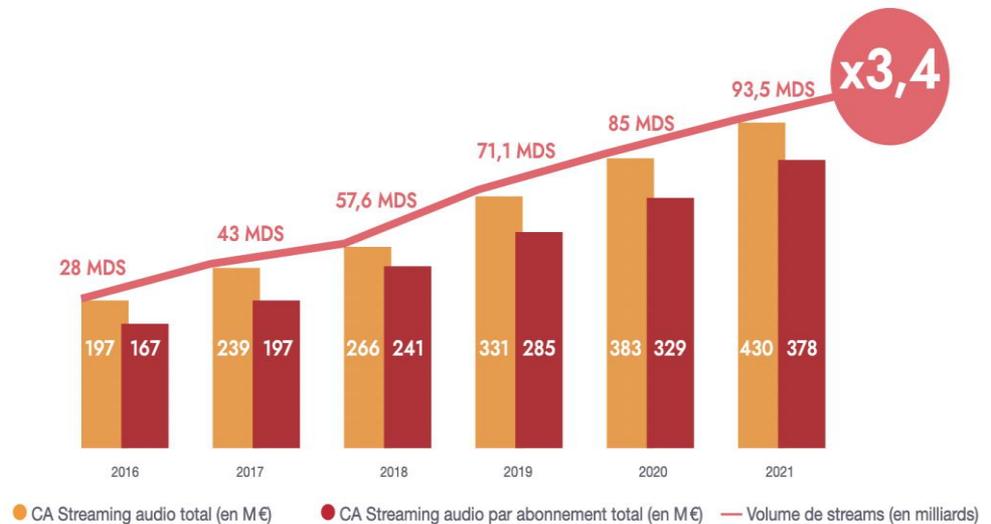
- Streaming par abonnement
- CD
- Vinyle
- Streaming vidéo
- Streaming financé par la pub
- Téléchargement



Source : SNEP, IFPI, CMC

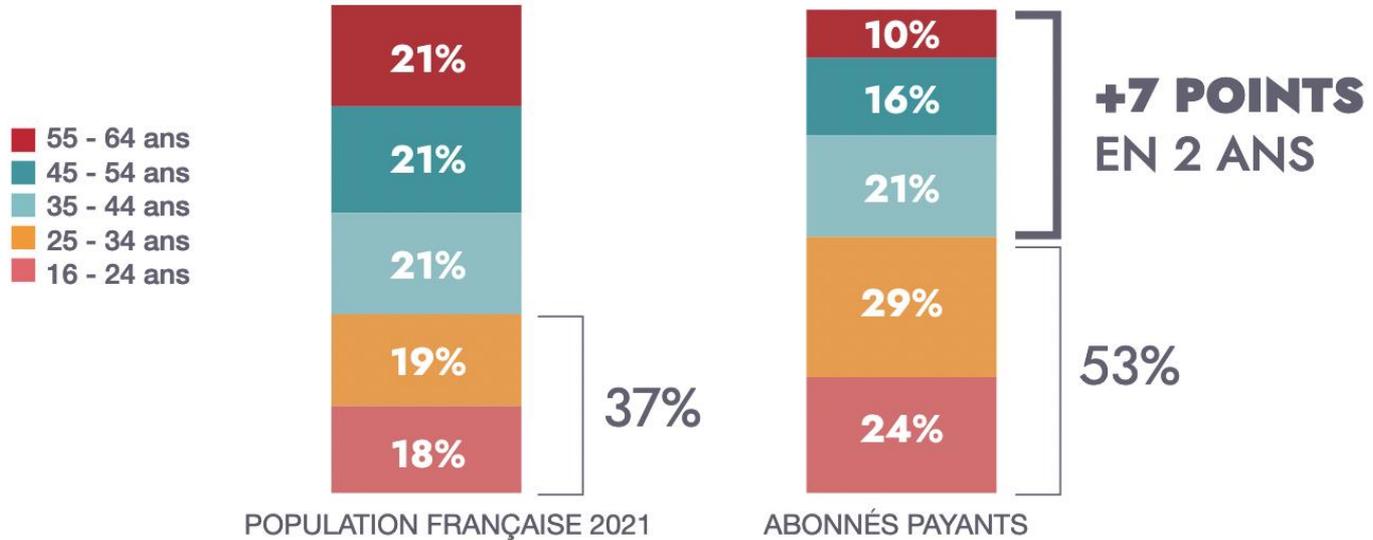
Le streaming en chiffre

- 71% de la population Française de + de 10 ans utilisent le streaming (7,2 millions d'abonnés en France (quadruplé en 4 ans, +27% d'abonnement premium sur un an, 59% du marché total)
- 68 Millions d'abonnés dans le monde (vs 8 millions en 2011)
- 96% des 16-24 ans écoutent de la musique en streaming, 25% a plus de 55 ans.



Qui utilise le streaming?

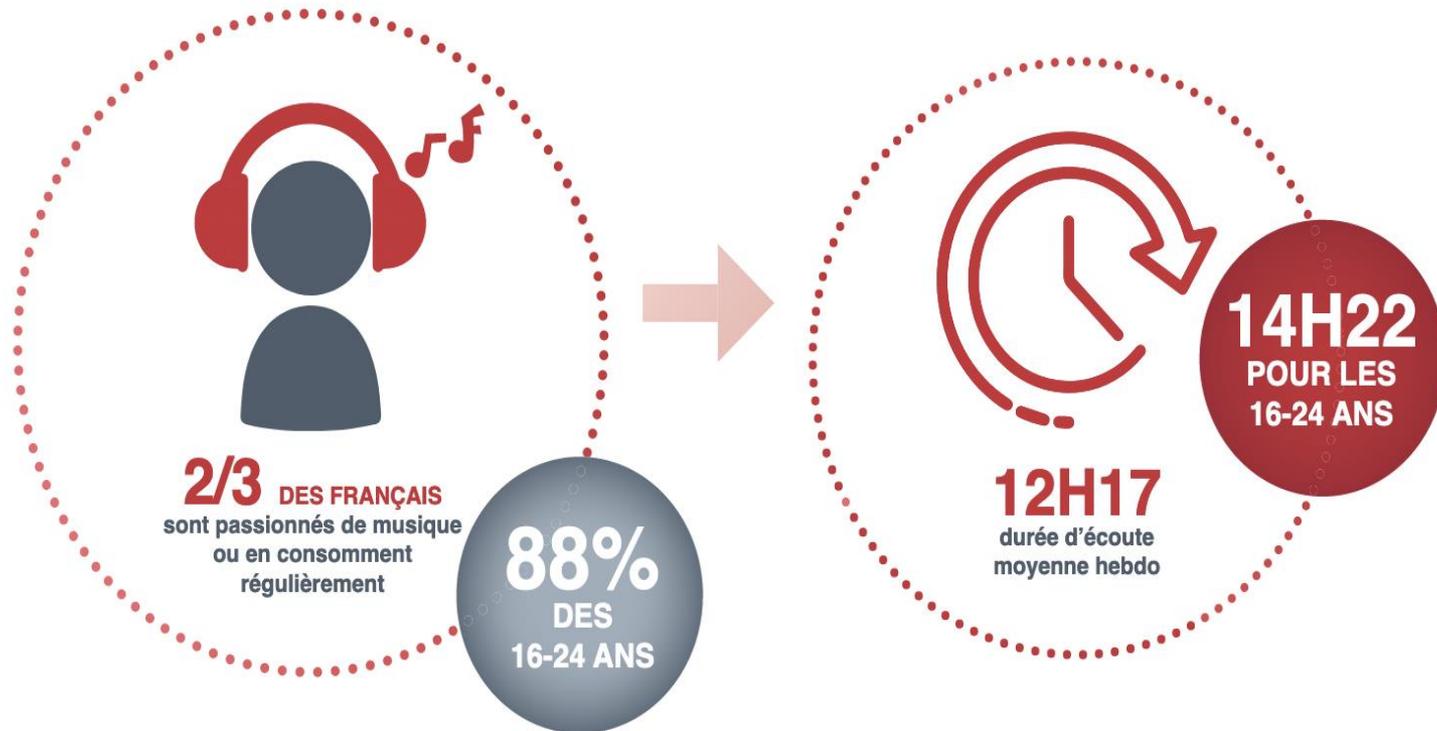
RÉPARTITION DES ABONNÉS PAYANTS PAR TRANCHE D'ÂGE



Source : IFPI Consumer Study 2021 - Français de 16 à 64 ans

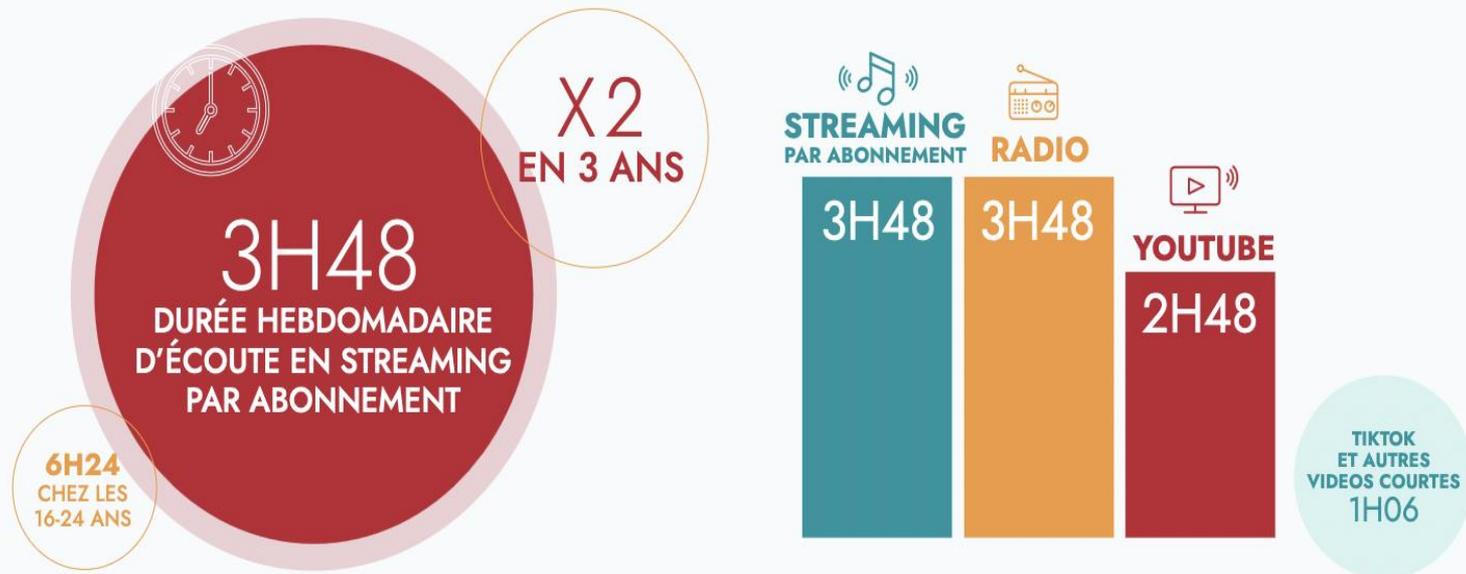
La consommation de musique en France

LA MUSIQUE LOISIR INCONTOURNABLE POUR TOUTES LES GÉNÉRATIONS DE FRANÇAIS



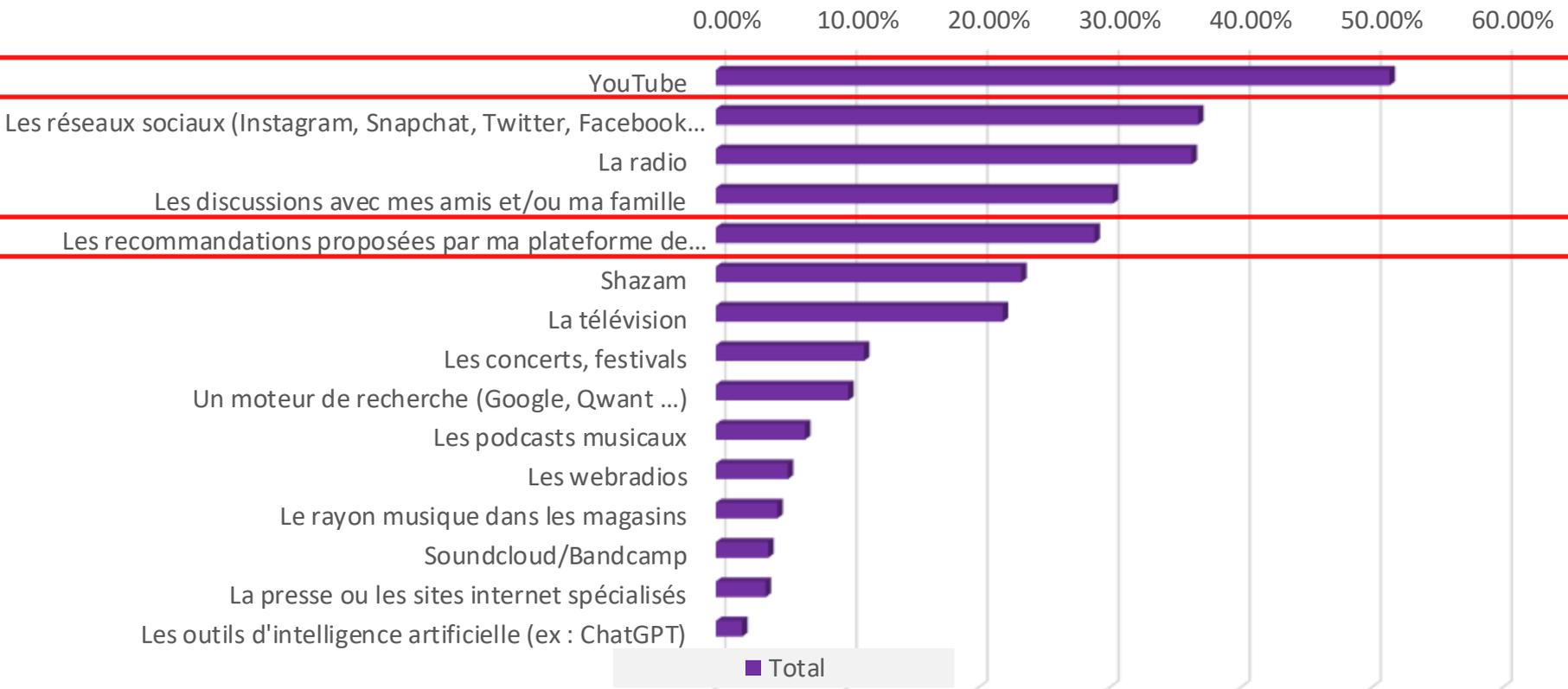
L'usage du streaming audio et video s'intensifie

ÉCOUTE DE MUSIQUE EN TEMPS PASSÉ :
STREAMING PAR ABONNEMENT ET RADIO FONT JEU ÉGAL



Source : IFPI Consumer Study 2022 - Français de 16 à 64 ans

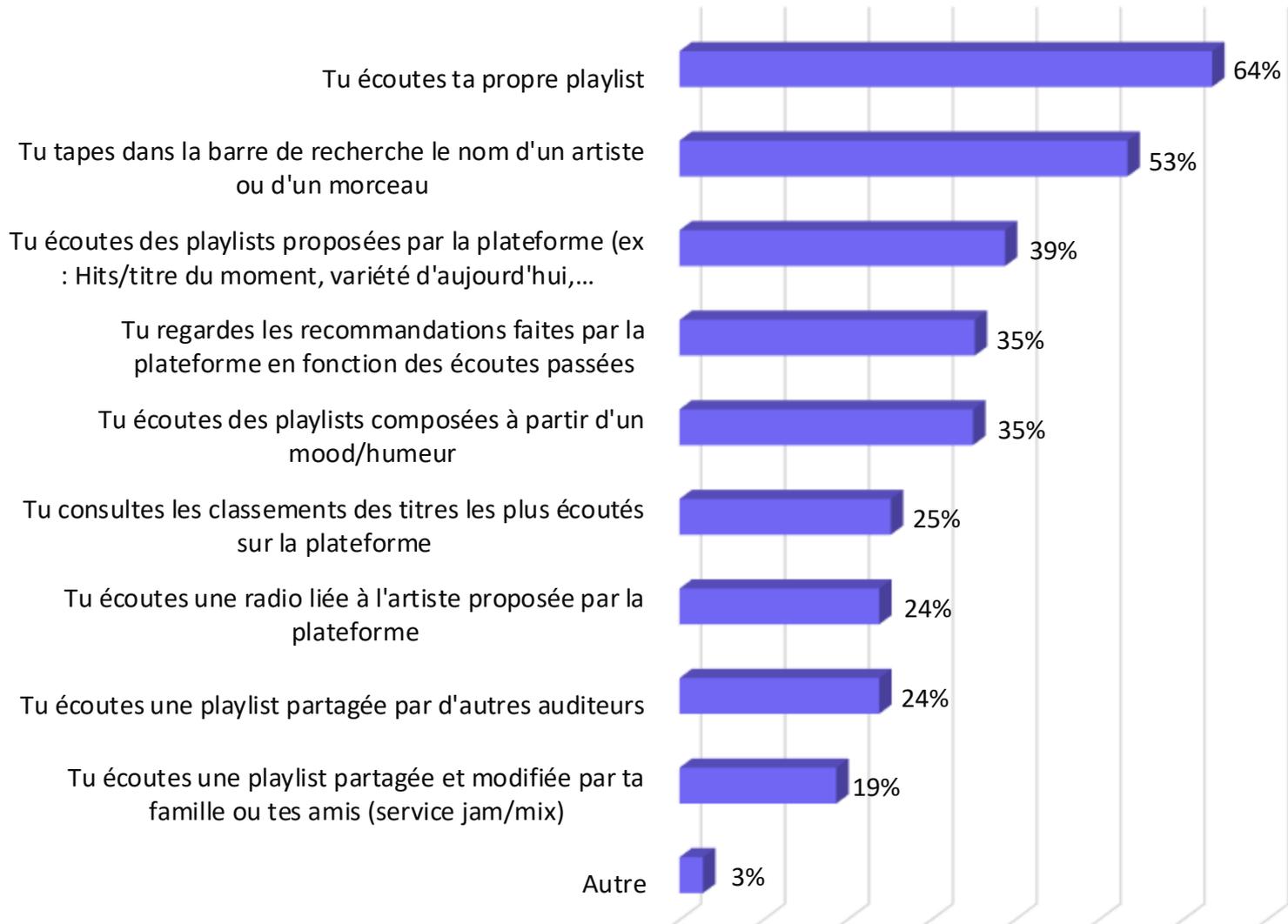
Principales sources utilisées pour découvrir de nouveaux artistes



Les auditeurs/usagers reconnaissent de l'importance aux informations sur les artistes, et qu'elles ont une influence sur la découvrabilité des artistes

- Ils ont un intérêt pour les informations sur les artistes (événements live, crédits).
- Les auditeurs cherchent à orienter les recommandations.
- ils sont à la recherche de davantage d'informations sur les artistes.
- ils reconnaissent que ces informations supplémentaires joueraient un rôle dans la découverte de nouveaux artistes, en particulier les paroles des chansons.

Manière de procéder pour lancer une musique sur la DSP



Seuils de recommandation

- Playlists algorithmées: une étude empirique (de Clementin Diard, Founder @ Your Music Marketing), avril 2024, a montré qu'il y a un seuil pour apparaître dans le discover weekly de Spotify, Il faut avoir sur les 28 derniers jours :
 - 9,250 streams
 - 4,100 listeners
 - 450 saves
- Les artistes similaires, qui sont les principales données utilisées pour produire des recommandations, sont calculés pour quasi tous les artistes sur Spotify (>1K listeners, rang global < 1M), et à des seuils plus ou moins élevés pour Deezer (<rang 200K), Apple (<200K), Qobuz (<10K),...

Seuils de promotion

- “Discovery mode” de Spotify :
 - > 25K listeners
 - > 3 eligible tracks (release > 30 days, streamed in radio/autoplay last 7 days)
 - Le distributeur de l’artiste doit faire partie du programme (DistroKid, CD Baby, and TuneCore)
- Les paroles des chansons sont progressivement publiées sur les DSPs, et cela dépend de la popularité de l’artiste. L’artiste peut publier directement ses chansons via les sections for artists de ces plateformes (Lyricfind, Musixmatch).

COMMENT STREAMER?

- **Sortir correctement son single / album (timing, environnement...)**
- **L'importance du distributeur**
- **Les reseaux sociaux**
- **Le marketing digital (meta, youtube/ google, spotify...)**

BONNES PRATIQUES “Métadonnées”

- Le label copy idéal doit inclure les identifiants suivants: ISRC, INSI, ISWC
- Il est important de publier :
 - les dates de concert sur BandsInTown et Songkick
 - les paroles sur Musixmatch (qui transfère sur Spotify) et sur LyricFind
 - les crédits à son distributeur
 - Publier une bio sur Wikipedia
 - Publier sur des posts sur les RS

**Le streaming
n'est pas la
seule source
de revenus**

- **Comment optimiser les ventes physiques (vinyles, bandcamp, merchandising...)?**
- **Les aides**
- **Une vision claire de son business**
- **Trouver sa martingale économique**

**Le streaming
n'est pas la
seule source
de revenus**

**– Comment optimiser
les vente physiques
(vinyles, bandcamp,
merchandising...)?**

–