

Les ventes de CD ne chutent plus: merci Internet?...

En 2004, les ventes se sont stabilisées à 2,7 milliards d'unités, en très faible recul de 0,9%. C'est une nette amélioration par rapport au fort recul des années passées. En valeur, le recul est plus important: -1,4% à 33,6 milliards de dollars. L'impact des nouvelles filières de distribution comme les sonneries mobiles ou les sites de téléchargement payants (Apple, Virgin, Fnac...) semble assez évident. Cependant, on ne dispose pas de données globales sur ces nouveaux modes de distribution. L'IFPI (

International Federation of Phonographic Industry), qui représente les 'majors', garde le moral. La fédération estime que ces nouveaux modes de distribution compensent le recul. Le marché 2004 aurait donc été plat, voire en légère hausse. Un bilan finalement rassurant et certainement bien meilleur que les prévisions faites il y a un an: cette organisation professionnelle tablait sur une baisse de 4% en 2004. Cependant, en termes de ventes de « supports physiques », l'évolution est très contrastée selon les pays. En volume, les États-Unis et le Royaume-Uni, qui représentent respectivement 36% et 10% des ventes mondiales, ont connu un vrai rebond. Bien que cela puisse paraître étonnant quand on connaît la situation ici, les ventes de disques en volume en France se sont accrues de 2,6% à 4,5%. En chiffre d'affaires, seul le marché américain affiche une solide croissance. Partout ailleurs, la régression se poursuit. La baisse ralentit sur le marché japonais (deuxième marché mondial) avec -1,8%. Idem en Allemagne avec -4,2%. Mais en France, la baisse est encore de -14,8%. Notre pays, il est vrai, est le dernier à être entré dans la crise. Le marché français ne pèse aujourd'hui que 6% des ventes mondiales. Le marché américain se porterait donc mieux. Pour l'IFPI, nul doute que c'est là le résultat des multiples condamnations qui ont frappé les Internauts outre-Atlantique. Une situation qui, bien qu'existante dans notre pays mais à un degré moindre, n'est pas réellement considérée comme une méthode pour stabiliser le marché. Le problème français ne se résorbera pas par la répression, mais plutôt par une remise à niveau des tarifs vis-à-vis du pouvoir d'achat des Français. Sans oser parier sur la croissance dans ce secteur, on peut légitimement croire à une stabilisation pour l'année 2005.