

Musique : l'internaute paie... 2 fois plus !

L'étude d'Ipsos-Insight confirme que le téléchargement payant de musique en ligne commence à s'imposer dans les pratiques des internautes. 10 millions d'américains, 16% des internautes, font en effet appel aux services de téléchargement payant. Ils étaient 8% à fin 2002.

Cette forte progression – le chiffre des payeurs a doublé en un semestre – Ipsos-Insight l'associe à la fois aux actions de la RIAA, qui poursuit en justice des contrevenants accusés de pirater de la musique en ligne, et à l'ouverture du service iTunes d'Apple. iTunes Music Store ayant ouvert son service tardivement, vers la fin du premier semestre, et uniquement réservé sur cette période aux seuls possesseurs d'un Mac, nous associons quant à nous ce succès du téléchargement payant plutôt à l'évolution du profil de l'internaute et de l'e-commerce. Les services payants de musique en ligne se révèlent trop récents pour généraliser, mais l'internaute débute dans leur utilisation, et le rythme de progression de ce marché semble plutôt entrer dans une logique comportementale de nouveau consommateur. **Le téléchargement dépasse le CD single** Dans le temps, le format MP3 continue de s'imposer, en particulier avec l'usage des baladeurs numériques, dont 19% des américains pratiquant le téléchargement de musique se déclarent d'ailleurs équités. Ils étaient 12% en décembre 2002. Et le marché du téléchargement de musique en ligne devient stratégique pour les éditeurs. Entre juillet et octobre 2003, 7,7 millions de titres ont été téléchargés, alors qu'il ne s'est vendu physiquement que 4 millions de CD 'singles'. Il reste cependant que ce marché est réservé aux internautes disposant, bien entendu, des moyens financiers d'acheter en ligne. Le profil type de l'internaute qui télécharge sur des services payants est masculin à 70%, et a entre 18 et 24 ans. Quant aux 12 à 18 ans, ils continuent de préférer le téléchargement gratuit, quitte à contrevenir aux droits de la propriété intellectuelle.