



Cité de la musique

OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE

Etat des lieux
de l'offre de musique numérique
en janvier 2009

A partir d'un échantillon de 100 sites

André Nicolas
Responsable de l'Observatoire de la musique

Sommaire

ANALYSE GENERALE	3
CHIFFRES CLES 2008.....	6
MISE EN PLACE DU DISPOSITIF D'EVALUATION	7
I. PRESENTATION DE L'ECHANTILLON.....	7
1) <i>Les boutiques généralistes (18)</i>	7
2) <i>Les boutiques spécialisées (15)</i>	7
3) <i>Les portails (10)</i>	8
4) <i>Les radios (12)</i>	8
5) <i>Les sites de streaming (19)</i>	8
6) <i>Les sites communautaires (10)</i>	8
7) <i>Les sites éditoriaux (5)</i>	8
8) <i>Les sites de création/remix (4)</i>	8
9) <i>Les sites webplayer (7)</i>	8
II. CHOIX DES INDICATEURS	9
1) <i>Type de service</i>	9
2) <i>Type de contenu</i>	9
3) <i>Type de répertoires</i>	9
4) <i>Régime juridique des œuvres</i>	9
5) <i>Accès</i>	9
6) <i>Fonctionnalités</i>	10
7) <i>Qualité de l'offre</i>	10
ETAT DES LIEUX EN JANVIER 2009	10
I. TABLEAUX DES RESULTATS.....	10
1) <i>Résultats par sites ❶</i>	10
2) <i>Exploitation des résultats par catégorie de sites ❷</i>	10
II. ANALYSE DE L'OFFRE : EXPLOITATION DES TABLEAUX	23
1) <i>Par indicateur</i>	23
2) <i>Par catégorie de sites</i>	25
GLOSSAIRE	30

Analyse générale

Le marché de la musique enregistrée (ventes physiques et numériques) plafonne cette année au milliard d'euros (1,049 milliard TTC) et tout semble indiquer que cette décroissance se poursuivra.

Le secteur de la production subit une dégradation du socle du marché physique qui représente encore plus de 94% des ventes de musique enregistrée. Si l'on constate un accroissement significatif bien que relatif des ventes numériques (+ 61% en valeur vs. 2007, cf. chiffres clés), la filière porte tous ses efforts sur la sécurisation des transferts de fichiers musicaux qui représentent un avenir encore incertain en termes de rééquilibrage de marchés.

L'année 2009 s'annoncerait-elle sous de meilleurs auspices ?

De l'état des lieux de l'offre de musique numérique que l'Observatoire met en place, émerge une tendance à une meilleure intégration des opportunités offertes par l'Internet qui a établi, depuis les années 2000, un système de médias de masse interactifs.

Si l'offre de catalogues musicaux augmente, la création de nouvelles plateformes marque le pas. Cette décélération s'explique par les conditions actuelles du marché.

Pour autant, rien n'indique que l'on stabilise un modèle économique, cette quadrature du cercle, car la mutation qu'implique le marché numérique n'est pas seulement technologique. Elle n'engagera pas la filière dans une substitution de marché car il s'agit d'une mutation essentielle, organisatrice de nouveaux usages de consommation et de partage.

Première mutation : la diffusion numérique musicale devient un service

Dans les marchés physiques, le contenu musical est associé à un support, partie intégrante de la chaîne de traitements qui incombe au producteur. Dans le marché numérique, le contenu musical, qui est devenu un service, est associé à d'autres supports, à savoir les « écrans » : terminaux PC (*application locale, interface web*), terminaux mobiles, TV et terminaux dédiés.

Cette dématérialisation transforme l'ensemble des systèmes de diffusion/distribution de contenus culturels et impose une requalification d'une chaîne de valeurs par rapport à une économie de services. Le contenu musical fait partie désormais d'un « panier » de services offrant de multiples contenus dématérialisés.

Partant du principe qu'internet est à la fois un médium et un canal de distribution, cette nouvelle chaîne de valeur doit être équitablement répartie entre toutes les catégories d'acteurs, et donc tous les ayants-droit intervenant dans la production musicale.

C'est à partir de cette double dimension, médium et canal de distribution, qu'il conviendrait d'adapter les conditions de financement de la création, en associant tous les opérateurs de l'aval qui sont au plus près des usages des consommateurs.

Deuxième mutation : l'évolution des principes de territorialité

Dans le marché physique, verticalisé, la forte concentration des secteurs de l'édition/production a engendré un contrôle de la distribution/diffusion et donc du pouvoir de prescription sur les territoires.

Le marché numérique a imposé quelque peu cette notion de territorialité stricto sensu. Certes, du point de vue de la demande, cette notion de territorialité reste forte au regard de l'appétence pour des répertoires nationaux, mais de nouveaux territoires apparaissent que l'on pourrait nommer territoires juridiques en fonction des modes de négociation des droits de la propriété intellectuelle. Ceci n'est pas sans incidence sur des formes de « gouvernance » des sociétés civiles puisque le principe des accords de réciprocité est revisité à l'aune d'accords commerciaux axés sur le potentiel économique des répertoires.

Cette nouvelle segmentation des marchés, qui conditionne l'accès aux sites et les modes de commercialisation est une notion qui reste incompréhensible pour les internautes.

Troisième mutation : l'éclatement de la chaîne de distribution/diffusion

Le marché numérique s'illustre par une diversité d'acteurs issus d'univers industriels très différents (la production musicale, les éditeurs de services, l'informatique, la téléphonie...) à laquelle s'ajoutent les communautés de publics.

La société civile s'est invitée : tous les internautes peuvent accéder aux moyens d'écoute, d'appropriation, de publication et de diffusion.

Si le pouvoir de prescription continuera de s'exercer dans un sens de verticalité, cette mutation fondamentale, introduisant la participation des publics, imprimera un sens d'horizontalité dynamique qui n'échappera pas, pour autant, aux principes de réalité d'une économie marchande.

C'est une question centrale, fondamentalement structurante de cette double évolution (1) du marché et (2) du droit :

1) Par une capacité d'exploiter une demande de plus en plus indifférente au prisme de l'achat, demande plutôt sociale que marchande : sociale au travers de principes de « collaboration, participation » désormais incontournables qui expliquent que les internautes se soient lancés récemment dans des réseaux sociaux comme Facebook, Myspace ou des plateformes de partage comme YouTube ou Dailymotion.

2) Du droit au regard de configurations technologiques, qui évoluent rapidement, car nous sommes à-présent au-delà d'une problématique de distribution ou de diffusion.

Le développement des investigations de l'Observatoire, comprenant la production de cet outil de mesure sur un état des lieux de l'offre numérique, amène à retenir trois enjeux importants :

➤ **La question de l'intermédiation**

Cette question pose le problème de la répartition de la valeur ajoutée. Internet impose aux acteurs de la production de contenus musicaux de consolider les fondements de cette nouvelle économie et d'être en capacité de rechercher un système de répartition plus équitable pour (1) la création et (2) pour les éditeurs de services :

1) Dans cette période de mutations qui se traduit, pour l'heure, par une forte décroissance du marché de la musique enregistrée, il importe de rechercher les termes d'une *revalorisation* de la création artistique en mettant en place les conditions d'un nouveau « pacte social » autour du respect des droits de la propriété intellectuelle.

2) L'outil de mesure indique que près de 90 % des sites étudiés en juillet 2008 ont effectué des modifications, tant en termes de services que de contenus et de fonctionnalités, pour entrer dans la légalité et améliorer leur attractivité.

Qu'ils s'inscrivent dans la recherche d'audience et/ou du consentement à payer des internautes (problème du prix), leur pérennité ne serait assurée qu'à l'aune d'une capacité de marges suffisantes pour assurer leur financement et développer le marché. Il reste important d'éviter de favoriser l'émergence d'une situation oligopolistique dans la diffusion numérique, au bénéfice d'acteurs principalement anglo-saxons.

➤ **La nécessaire modélisation par la définition de nouveaux outils**

Internet est un écosystème qui ne peut pas se mesurer par les outils traditionnels d'audience.

La distance à l'œuvre, l'ouverture vers d'autres champs sémantiques, la résonance sont autant d'indicateurs qu'il faudra identifier. Si cette évolution des usages plus sophistiqués complexifie la mise en place d'outils de recherche, l'accessibilité des contenus informationnels doit impérativement rester simple.

Le public, de plus en plus prescripteur de réseaux sociaux et de partage, a davantage de responsabilité pour organiser des contenus informationnels et les assembler. Il faut analyser le développement de ces nouveaux usages pour comprendre pourquoi et comment les internautes choisissent et sélectionnent.

➤ **Un repositionnement du marketing autour de l'artiste en tant que marque commerciale**

De Radiohead à Robbie Williams, Nine Inch Nail et Metallica, la « surmarketisation » de l'artiste sur son nom est une opportunité de développement financier dans le monde digital. Ce marketing répond à une demande de proximité avec les artistes et plus généralement l'univers de la création.

Pour les artistes à fort potentiel économique, l'internet participe de la construction de leur marque pour incarner un concept ou un symbole. Ce mouvement devient un élément d'émancipation vis-à-vis des labels.

Pour les autres, l'internet leur permet d'apparaître en visibilité pour rechercher des publics et/ou un financement de leur production.

Chiffres clés 2008

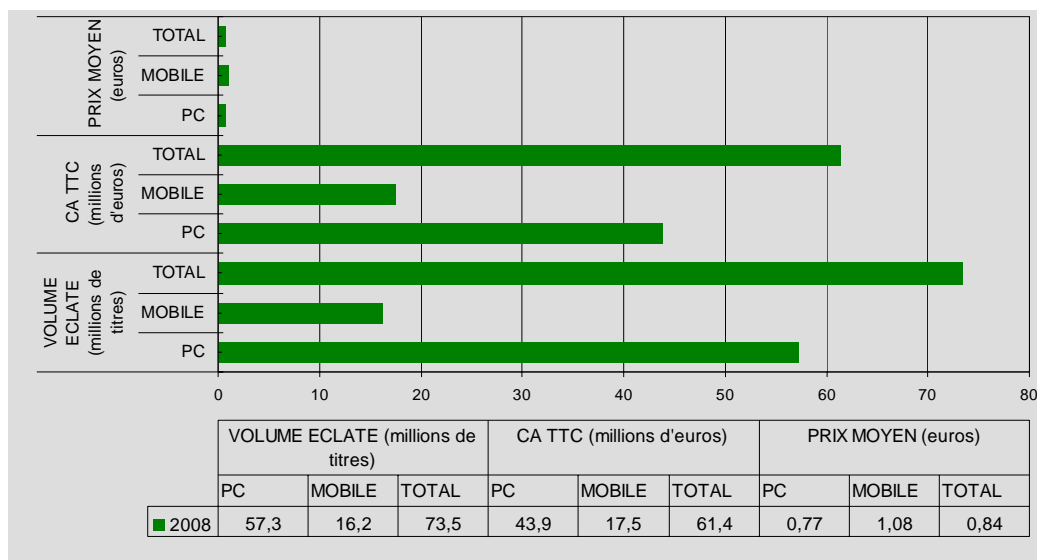
Sur l'année 2008, les ventes de téléchargement de musique⁽¹⁾ (full track download, hors **streaming** et sonneries musicales) ont représenté un volume de 73,5 millions de titres téléchargés (dont 57,3 millions sur PC et 16,2 millions sur mobile), en augmentation de + 54% par rapport à 2007.

Ces ventes ont totalisé un chiffre d'affaires de 61,4 M€ TTC (dont 43,9 sur PC et 17,5 sur mobile), en progression de +61% par rapport à 2007 (+61% sur PC et +59% sur mobile). La part de marché de la musique numérique s'établit à 5,9% (en hausse de +2,8 pts vs. 2007) contre 94,1% pour le marché du support musical.

Le chiffre d'affaires est réalisé à 71,5% sur PC contre 28,5% sur mobile.

Ainsi, en 2008, en ce qui concerne :

- La répartition entre terminaux : le prix moyen d'un titre téléchargé sur PC est de 0,77 € TTC (en hausse de +5% vs. 2007) et celui d'un titre téléchargé sur mobile est de 1,08 € TTC (en baisse de -15%).
- La répartition entre formats : en actes de téléchargement, les internautes se sont procurés 2,6 millions d'albums, représentant 7% des actes de téléchargement et 39,1 millions de titres téléchargés en volume éclaté⁽²⁾, soit 53,2% du marché en volume et 41,6% en valeur.
- Le prix moyen de l'album est de 9,96 € TTC (soit 0,65 € au titre) contre 1,04 € TTC pour un téléchargement de titre seul.



Note méthodologique

(1) Les répartitions présentées ci-dessus tiennent compte des revenus des formules de préventes (abonnements, forfaits et cartes prépayées). Les titres accessibles gratuitement sont pris en compte dans les volumes et pondèrent les chiffres en valeur. Les contenus embarqués préchargés lors de l'achat d'un téléphone ne sont pas inclus dans cette appréciation de marché.

(2) Les téléchargements d'albums qui sont comptabilisés en « actes de téléchargements » sont par ailleurs exprimés en « volume éclaté », tous les titres étant alors décomptés.

Mise en place du dispositif d'évaluation

Rappel Méthodologique :

Cette troisième étude présente un état des lieux de l'offre numérique, à partir d'un échantillon de 100 services. Elle permet de relever une grande diversité d'opérateurs intervenant dans la distribution/diffusion de contenus musicaux, le recensement portant sur 18 boutiques généralistes, 15 boutiques spécialisées, 10 portails, 12 radios et 19 services de **streaming**, 10 sites communautaires, 5 sites éditoriaux, 4 sites de création/**remix** et 7 sites **webplayer**.

Le traitement de l'ensemble des indicateurs s'est fait à dates fixes, en janvier 2009.

L'échantillon de la précédente vague, réalisé en juillet 2008, a été renouvelé (18 nouvelles entrées), notamment autour de boutiques spécialisées et sites de **streaming** qui connaissent une forte dynamique.

L'évolution du périmètre de nos investigations (de 39 services en décembre 2007 à 100 services en janvier 2009), qui participe d'un approfondissement de la diversité des services, ne modifie pas l'architecture de cet outil de mesure puisque les fonctionnalités qui permettent de structurer la demande demeurent inchangées.

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.

NB : Il appartiendra au lecteur de se référer au glossaire, en annexe, pour une définition des termes figurant en caractère grisé.

I. Présentation de l'échantillon

Les 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 analysés 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 représente un panorama des offres actuelles, réparties en 4 groupes : boutiques en ligne, radios et **streaming**, sites communautaires et sites divers. Ce dernier groupe recense des sites éditoriaux, de création/**remix** et les **webplayer**.

Le premier groupe concerne 43 principales plateformes de e-commerce traditionnel, réparties en sous-groupes : boutiques généralistes, boutiques spécialisées, portails d'opérateurs ou de médias :

1) Les boutiques généralistes (18)

Itunes, AmazonMP3, Napster, Rhapsody, Emusic, Virginmega, Fnacmusic, Musicme, Qobuz, Starzik, Airtist, Lala, Amiestreet, Spiral Frog, Qtrax, We7, Cellfish, Thumbplay.

2) Les boutiques spécialisées (15)

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

3) Les portails (10)

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 :

4) Les radios (12)

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

5) Les sites de streaming (19)

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 :

6) Les sites communautaires (10)

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 :

7) Les sites éditoriaux (5)

Mondomix, Allmusic, Music-Story, MusicSpot et Songkick

8) Les sites de création/remix (4)

MusicShake, Wemix, 8Tracks et Animoto

9) Les sites webplayer (7)

Songbird, Seeqpod, MyBloop, Songza, SkreemR, fwd et Just Hear It

Cet échantillon fait apparaître 10 sites qui ne sont pas accessibles depuis la France. Ils ont été néanmoins retenus 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 l'outil de mesure afin d'offrir à l'ensemble de la filière musicale, un outil d'analyse au plus près de la demande exponentielle des utilisateurs, et ce notamment dans un contexte de mutation dominé par des opérateurs anglo-saxons.

II. Choix des indicateurs

1) Type de service

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

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

Le critère de l'interactivité est par ailleurs déterminant pour évaluer le montant des redevances dues aux ayants-droit, principale charge d'exploitation pour les services.

A titre d'information, ces redevances, dans la diffusion numérique, s'échelonnent entre 15% à 70% du chiffre d'affaires hors taxe (ou du prix public HT), voire 80% en cas de minima garantis, partant du moins au plus interactif.

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 répertoires

Ce critère a été retenu pour mesurer la diversité musicale au regard de la représentativité de tous les catalogues sur les offres en ligne :

Répertoires de majors, de labels indépendants, autoproductions ou User Generated Content (UGC).

4) Régime juridique des œuvres

Différents régimes juridiques ont des implications directes à la fois sur la cible de public, le prix et les fonctionnalités autorisées associées, chaque offre proposant une diversité de régime de propriété intellectuelle :

Œuvres protégées (©), licences libres ou domaine public.

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 diffusion des contenus.

L'accès est segmenté autour du :

Terminal PC (application locale / 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 sont particulièrement segmentantes dans les offres présentées, et ce notamment sur la question des **DRM**.

Les fonctionnalités 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, en complément d'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*.

Etat des lieux en janvier 2009

I. **Tableaux des résultats**

1) Résultats par sites ①

Le premier tableau concerne les résultats de l'enquête, site par site et indicateur par indicateur pour les 100 sites retenus de l'échantillon.

Pour rappel, chaque site a été étudié par l'Observatoire sur une période délimitée en janvier 2009.

L'exploitation de cet état des lieux a été organisée pour permettre la lecture des évolutions des services analysés en juillet 2008 :

- les modifications apparaissent dans un encadré bleu
- les nouveaux services sont référencés avec un encadré rouge










2) Exploitation des résultats par catégorie de sites ②










Le tableau présenté ci-après comptabilise, par catégorie de sites, le nombre de sites pour chaque indicateur.








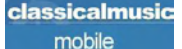
Lecture du tableau : 4 boutiques généralistes sur les 18 de l'échantillon proposent un service de radio, et au total 23 sites sur 100.








Les zones en grisé correspondent à des indicateurs non quantifiables qui ne sont pas analysés dans ce tableau.

1













Boutiques en ligne (43)									
Nom des offres URL	Généralistes (18)								
									
1) TYPE DE SERVICE									
Radio	X		XM radio	X				X	
Radio perso								X	
Playlist	X		X	X	X		X	X	
Streaming à la dde			Abo 12,95 \$/m	Abo illim 12,99 \$/m			Abo illim 9,99 €/m	Abo illim gratuit	
Téléchargement	X	X	Abo 12,95 \$/m	Abo illim 14,99 \$/m	De 13,99 € (30 à 100) /m à 29,99 €/m	X	7,99 € (10) 37,99 € (50)	Abo illim 9,9 €/m	X
Perso mobile						X	X		
Autres...	Movies, jeux Wifi, séries TV, autres applications, Genius			Lecteurs MP3		Movies, billetterie, photo, presse, jeux, logiciels, VOD	Movies, jeux, billetterie, livres, logiciels, livres numériques, widgets	Photos, enchères	Magazine, blogs, VPC
2) TYPE DE CONTENU									
Flux	X		X	X				X	
Par titre	A partir de 0,79 €	gratuit à 2 \$	0,99 \$	gratuit à 0,99 €	Forfaits	0,99 €	0,99 € ou pack	Abo illim	0,99 €
Par album	A partir de 5,94 €	souvent < 9 \$	9,95 \$	Variable		> 6,99 €	> 5,99 € ou pack	Abo illim	souvent 9,99 €
Music video	1,19 € à 2,49 €			X		2,49 €	2,49 €	Youtube	
Sonnerie						3 €	3 €		
Image/Logo mobile						X	X		
Livres audio	X				X	X	X		
Lyrics				X					
Partition									
Podcast	X								X
Info concert						X	X	X	X
Retransmission «live»									
Éditorial	X	X	Allmusic guide		X	X	X	X	X
3) TYPE DE REPERTOIRE									
Majors	X	X	X	X		X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproduits	X	X	X	X		X	X	X	
User generated content									
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES									
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres									
Domaine public									
5) ACCES									
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		
Terminal TV	X			X					
Terminal dédié	X			X					
6) FONCTIONNALITES									
Déportation	X			X				X	
Personnalisation				X	X		X	X	
Partage			X	X	X			X	
Copie	X	X	X	Limitée	X	Limitée	Limitée	Limitée	X
Hébergement				X					
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Réseau social					X				
Autres...	Alerting, Burn CD			Burn CD					
7) QUALITE DE L'OFFRE									
Nombre de références	6 M	> 7 M	7 M	6 M	5 M	4 M	4 M	4,2 M	> 300 000
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	256	256	128 à 256	n/a	192	192 (WMA), 320 (MP3)	192 (WMA), 320 (MP3)	192	320
Format de fichier	AAC, MP3	MP3	MP3	Real, MP3	MP3	WMA, MP3	WMA, MP3	WMA, Flash	Tous
DRM associé	avec ou sans DRM		Watermarktg	Real ou aucun		WM11	WM11	WM10	
Accès depuis la France	X	non	non	non	X	X	X	X	X










Boutiques en ligne									
	Généraliste (suite...)								
									
Nom des offres	Starzik	Airtist	Lala	Amie Street	Spiral Frog	Qtrax	We7	Cellfish	Thumbplay
URL	starzik.com	airtist.com	lala.com	amiestreet.com	spiralfrog.com	qtrax.com	we7.com	cellfish.com	thumbplay.com
1) TYPE DE SERVICE									
Radio									
Radio perso									
Playlist			X	X	X	X	X		
Streaming à la dde			X	X			Gratuit		
Téléchargement	Forfaits ou à la dde	X	X	X	X	Gratuit ou Amazon MP3	Itunes	X	Abo illim 9,99€/m ou à la dde
Perso mobile	X							X	X
Autres...	Karaoke, logiciels, jeux, movies	Billetterie (France billet)	Blog	Blog		Photos	Magazine, blog	Jeux, réveil, actualité, astrologie, météo	Jeux, photos
2) TYPE DE CONTENU									
Flux									
Par titre	0,50€ à 1,29€	X	0,01\$ (str) / 0,99\$ (dwd)	Gratuit à 0,98\$	Gratuit	Gratuit	Gratuit à payant		0,99\$ à 5,99\$
Par album	6,99€ à 14,90€	X	1\$ (str) / 9,99\$ (dwd)	Gratuit à 9\$		Gratuit	X		
Music video	2,49 €		Youtube		Gratuit			X	0,99\$ à 5,99\$
Sonnerie	Mediaplaza							X	0,99\$ à 5,99\$
Image/Logo mobile	Mediaplaza							X	0,99\$ à 5,99\$
Livres audio									
Lyrics									
Partition									
Podcast									
Info concert	Ticketnet	X			X	X			
Retransmission «live»									
Editorial		X	Wikipedia	X	X	X	X	X	X
3) TYPE DE REPERTOIRE									
Majors	X	X	X		X	X	X	X	X
Indépendants	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproduits	X	X	X	X	X		X	X	
User generated content									
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES									
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres									
Domaine public									
5) ACCES									
Terminal PC (Appli locale)			X		X	X			
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X		X	X	X
Terminal Mobile								X	X
Terminal TV								X	
Terminal dédié								X	
6) FONCTIONNALITES									
Déportalisation		X		X				X	
Personnalisation									
Partage		X	X	X	X	X	X	X	X
Copie	X	X	X	X	Limitée	Limitée	X	X	X
Hébergement	X	X	X	X				X	X
Recommandation	X		X	X			X	X	X
Réseau social		X	X	X				X	X
Autres...								Chat	
7) QUALITE DE L'OFFRE									
Nombre de références	4 M	Qlq milliers	6 M	1 M	> 3 M	Qlq M	n/a	100 000	> 400 000
Genres musicaux	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	192	n/a	n/a	Divers	n/a	n/a	192	Variable	n/a
Format de fichier	WMA, MP3, OGG, AAC, FLAC	n/a	MP3	MP3	WMA	WMA	MP3	Divers	MP3
DRM associé	WM10 ou sans DRM				WM10	WM11			
Accès depuis la France	X	X	non	Sauf restrictions	non	X	X	X	X











Boutiques en ligne								
	Boutiques spécialisées (15)							
								
Nom des offres	Music Giants	TheMusicFrom	LostTunes	Wolfgangsvault	Nuloop	Music Classics	Deutsche Grammophon	Classical music mobile
URL	musicgiants.com	thefrom.com	losttunes.com	wolfgangsvault.com	nuloop.com	musicclassics.fr	deutschegrammophon.com	classicalmusicmobile.com
1) TYPE DE SERVICE								
Radio				X				
Radio perso								
Playlist				X				
Streaming à la dde				Gratuit		10 € / 10h d'écoute	0,99 € pdt 7 jours	
Téléchargement	X	X	X	X	X	X	X	X
Perso mobile								
Autres...	Vidéos HD			Merchandising	Portail DJ, jeux		Vente tee-shirts, sacs, photos	
2) TYPE DE CONTENU								
Flux				Gratuit à 9,98€				
Par titre	1,99 \$	X	0,99 €		1,49 €	> 1,3 €	> 1,29 €	
Par album	6 à 30 \$	0 à 11,99 €	7,99 € à 21,99 €		9,99 €	> 9,7 €	> 10 €	1 €
Music video								
Sonnerie								Gratuit
Image/Logo mobile								
Livres audio								
Lyrics								
Partition								
Podcast								
Info concert				X	X		X	
Retransmission «live»								
Éditorial	X	X	X		Discogs	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
User generated content								
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES								
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	
Licences libres								
Domaine public								X
5) ACCES								
Terminal PC (Appli locale)								
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile								
Terminal TV								
Terminal dédié								
6) FONCTIONNALITES								
Déportalisation				X	X			
Personnalisation								
Partage								
Copie	Limitée	X	X	X	X	Limitée	X	X
Hébergement					X			
Recommandation		X	X				X	
Réseau social								
Autres...								Bookmark
7) QUALITE DE L'OFFRE								
Nombre de références	< 3000	Env 200	Env 1000	2200	Env 11500	Env 5000 LP	Env 3300 LP	600 LP
Genres musicaux	Tous	BOF	Tous sauf classique	Tous	Tous	Classique	Classique	Classique
Qualité du flux (Kbps)	1092	320	320	128 ; 320	320	320	320	192
Format de fichier	WMA	MP3	MP3	MP3	MP3	WMA	MP3 ; FLAC	MP3
DRM associé	WM 10					WM10		
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X

Boutiques en ligne							
	Boutiques spécialisées (suite...)						
							
Nom des offres	Musopen	Jazz en ligne	NIN	Beatport	Coda.fm	Musique en ligne	Sheet music direct
URL	musopen.com	jazzenligne.com	nin.com	beatport.com	coda.fm	musiqueenligne.com	sheetmusicdirect.com
1) TYPE DE SERVICE							
Radio	X						
Radio perso							
Playlist		X	X	X			
Streaming à la dde	X	Gratuit	Gratuit				
Téléchargement	X	Forfaits ou à la dde	X	X		partitions	partitions
Perso mobile			X				
Autres...			Wallpapers, User generated Remix, photos, tee-shirts	Remix de DJ			vidéos d'apprentissage, morceaux accompagnement
2) TYPE DE CONTENU							
Flux	X						
Par titre	Gratuit	0,99 € à 1,49 €		1,56 € à 2,17 €			
Par album	Donation	9,99 €	Gratuit à 5 \$	14€ à 18 €	gratuit		
Music video			X	X			2,50 €
Sonnerie			X				
Image/Logo mobile							
Livres audio							
Lyrics			X			X	1,60 €
Partition	Gratuit					2,75 € à 4,6 €	3,70 €
Podcast			X	X			
Info concert		X	X	X			
Retransmission «live»							
Éditorial	X	X	X	X	X	X	
3) TYPE DE REPERTOIRE							
Majors	X				X	X	X
Indépendants	X	X		X	X	X	X
Autoproduits	X	X	X				
User generated content			X				
4) RÉGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES							
Œuvres protégées ©		X	X	X	X	X	X
Licences libres			X				
Domaine public	X	X					
5) ACCES							
Terminal PC (Appli locale)				X			
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile							
Terminal TV							
Terminal dédié							
6) FONCTIONNALITES							
Déportalisation	X		X				
Personnalisation		X	X	X			
Partage		X	X		X		
Copie	X	X	X	X	X	Limitée	Limitée
Hébergement			X		X		
Recommandation	X	X		X	X		
Réseau social		X	X	X		X	
Autres...			Chat	Chat	Bookmark		
7) QUALITE DE L'OFFRE							
Nombre de références	< 1000	n/a	7 LP + remix	600 000	n/a	n/a	> 60 000
Genres musicaux	Classique	Jazz / Blues	Pop / Rock	Techno / Electro	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	256	320	Divers	n/a	256 ; 320	-	-
Format de fichier	MP3	MP3 ; WMA	MP3 ; FLAC ; M4A ; WAV	MP3 ; WAV	MP3	Scorch	Scorch
DRM associé		WM10				Scorch	Scorch
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X











Radio & streaming (31)










	Radios (12)											
												
Nom des offres	Skyrock	Hotmix radio	Enjoystation	Live 365	Radionomy	Goom Radio	Slacker	Podemus	Orange Liveradio	Nexus radio	Livestation	Awdio
URL	skyrock.fm	hotmixradio.fr	enjoystation.net	live365.com	radionomy.com	goomradio.com	slacker.com	podemus.com	liveradio.orange.fr	nexusradio.com	livestation.com	awdio.com
1) TYPE DE SERVICE												
Radio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Radio perso							3,99 \$					
Playlist												
Streaming à la dde								X				
Téléchargement	X	Kelkoo, Itunes, Fnac.com		Amazon MP3, Itunes				gratuit	Jukebox Orange			
Perso mobile	X	X										
Autres...	Blog, jeux, photos, CD (Fnac)	Boutique vêtements, jeux, photos, dédicace		Editeur de radio	Editeur de radio	Editeur de radio	Editeur de radio, boutique	Editeur de podcast, blog	Wifi radio-réveil	Petites annonces, photos, blog...	Blog, webTV, webradios	Blog
2) TYPE DE CONTENU												
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Gratuit
Par titre												
Par album												
Music video	Gratuit	Jukebo								Youtube	Gratuit	
Sonnerie	Media piazza											
Image/Logo mobile	Media piazza											
Livres audio									X			
Lyrics												
Partition												
Podcast				X				X	Podemus			
Info concert	X	Soon Night								X		X
Retransmission «live»												X
Éditorial	X	X	X					X	X			X
3) TYPE DE REPERTOIRE												
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
Autoproduits	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X
User generated content	X			X	X	X		X	X	X	X	
4) RÉGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES												
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres												
Domaine public				X	X			X	X	X	X	
5) ACCÈS												
Terminal PC (Appli locale)			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												
Terminal dédié							X	X	X			
6) FONCTIONNALITÉS												
Déportalisation	X			X	X	X		X		X		
Personnalisation	X			X	X	X	X	X	X			
Partage	X			X	X	X	X	X	X		X	
Copie								X				
Hébergement	X			X	X	X		X			X	
Recommandation	X			X	X	X		X			X	
Réseau social	X	X	X	X	X	X				X		
Autres...	Chat	Chat, bookmark	Chat	Chat							Chat, Alerte	
7) QUALITÉ DE L'OFFRE												
Nombre de références	1 station	6 webradios	1 webradio	> 6000 stations	> 1000 webradios	15 webradios + webradios internautes	Qlq M	3 500	> 4000 stations, > 4000 podcasts	> 8000 webradios	> 4000 chaînes	> 100 clubs live + concerts
Genres musicaux	Rap, RNB, Hip hop	House, Dance, Pop/Rock	Variétés, House, Dance	Tous	Tous	hits, rock, urban...	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous sauf classique
Qualité du flux (Kbps)	128	64	160	Variable	Variable	128	n/a	Variable	Variable	Variable	variable	192
Format de fichier	WMA	WMA, Real, AAC, WMP	Tous players	Tous players	MP3	n/a	Tous	MP3	Divers	Tous		Flash
DRM associé											WMA	
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	US seulement	X	X	X	X	X

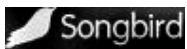






Radio & streaming									
	Streaming (19)								
									
Nom des offres	Musiline	Meemix	Musicovery	Last FM	Pandora	Finetune	Deezer	Jiwa	Ilike
URL	musiline.fr	meemix.com	musicovery.com	lastfm.fr	pandora.com	finetune.com	deezer.com	jiwa.fm	ilike.com
1) TYPE DE SERVICE									
Radio									
Radio perso	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Playlist							X	X	X
Streaming à la dde				seulement titres			X	X	
Téléchargement	Virgin Mega	Amazon MP3	Amazon MP3, CD (Ebay), Itunes	Itunes, 7digital	Itunes, Amazon MP3	Itunes	Itunes, Amazon		Itunes, Amazon MP3 ou gratuit
Perso mobile						Dada.net			
Autres...		Blog, jeux		Photos, blog	Blog		Blogs, blindtests	Blog	Blog, boutique vêtements
2) TYPE DE CONTENU									
Flux	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Par titre	X						Gratuit	Gratuit	X
Par album							Gratuit	Gratuit	X
Music video		Gratuit		Gratuit	Gratuit		Youtube	Gratuit	Gratuit
Sonnerie		Thumbplay				X			
Image/Logo mobile									
Livres audio									
Lyrics									
Partition									
Podcast									
Info concert				X			X		X
Retransmission «live»									
Éditorial	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
Autoproducts				X			X	X	X
User generated content				X			X	X	X
4) RÉGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES									
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres			X	X		X	X	X	X
Domaine public									
5) ACCES									
Terminal PC (Appli locale)				X					X
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile			X	X	X	X	X		
Terminal TV									
Terminal dédié									
6) FONCTIONNALITÉS									
Déportalisation	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									
Hébergement				X			X	X	X
Recommandation	X	X		X	X	X	X	X	X
Réseau social	X	X		X	X	X	X	X	X
Autres...		Chat			Bookmark				Alerte
7) QUALITE DE L'OFFRE									
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	2M	3,7M	1 M	n/a
Genres musicaux	Tous sauf classique	Pop/Rock, Altern, Hip/Hop, R&B, Metal, Country/Folk	tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	128	128	n/a	128	128	variable	128	192	variable
Format de fichier	Flash	MP3, Flash	Flash	Flash, MP3	Flash	Flash	Flash, MP3	Flash, MP3	Flash
DRM associé									
Accès depuis la France	X	X	X	X	US seulement	X	X	X	X

Radio & streaming										
	Steaming (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
1) TYPE DE SERVICE										
Radio										
Radio perso					X	X				
Playlist	X		X	X	Gratuit, 0,99€/j ou 9,99€/m	X	X	X	X	
Streaming à la dde	X	X	X	Rhapsody ou Gratuit	Gratuit, 0,99€/j ou 9,99€/m	X	X		X	X
Téléchargement			Gratuit	Itunes, AmazonMP3	Blog	Diverses boutiques		Amazon MP3	Amazon MP3	X
Perso mobile				Dada.net				Thumbplay	Thumbplay	
Autres...	Auditions	TV, films	Boutique vêtements	Blog, photos			Photos, blog, widgets	Photos	Blog	
2) TYPE DE CONTENU										
Flux	X				X	X		X		
Par titre	X		Gratuit	X	X	X		X	X	
Par album				X	X			X	X	
Music video	Gratuit	Gratuit		Youtube			Gratuit		Gratuit	X
Sonnerie				X				X		
Image/Logo mobile										
Livres audio										
Lyrics				Gracenote				X		
Partition										
Podcast										
Info concert				X						
Retransmission «live»										
Éditorial				X			X	X		
3) TYPE DE REPERTOIRE										
Majors		X		X	X	X	X	X	X	X
Indépendants		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Autoproduits	X		X	X			X	X	X	X
User generated content	X			X			X	X	X	X
4) RÉGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES										
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres							X			
Domaine public								X		X
5) ACCÈS										
Terminal PC (Appli locale)		X		X	X		X	X	X	X
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X		X	X	X	X	
Terminal Mobile							X			
Terminal TV										
Terminal dédié										
6) FONCTIONNALITES										
Déportalisation		X	X				X	X	X	
Personnalisation	X		X	X	X		X	X	X	
Partage		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
Réseau social				X			X	X	X	
Autres...				Bookmark	Bookmark				Alerte	
7) QUALITÉ DE L'OFFRE										
Nombre de références	n/a	n/a	n/a	Qlq M	n/a	1500 mixes	n/a	2,77 M	2 M	n/a
Genres musicaux	tous sauf classique	Tous	Rap/hip hop, indie,	Tous	Tous	musiques	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	n/a	n/a	n/a	n/a	160	n/a	variable	256	variable	variable
Format de fichier	Flash	Flash	Flash	Flash, MP3	Ogg Vorbis	Flash	Flash	Divers formats	Flash	Flash
DRM associé										
Accès depuis la France	X	US seulement	X	X	X	X	X	X	X	X

Sites Communautaires (10)

										
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
1) TYPE DE SERVICE										
Radio						Live365				
Radio perso										X
Playlist	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Streaming à la dde	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Téléchargement			X	7Digital	Amazon MP3	X	X	X		X
Perso mobile				X	Jamba					
Autres...	Blog	Blog	Blog	Photos, blogs	Enchères, photos, blogs, jeux	CD en VPC	Photos		Blog, annonces	P2P légal, blog
2) TYPE DE CONTENU										
Flux										Gratuit
Par titre			Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit à 0,99 €	Gratuit	Gratuit	Gratuit
Par album							7,99 €	Gratuit		Gratuit
Music video	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit	X		Gratuit	Gratuit	Gratuit	
Sonnerie					X					
Image/Logo mobile										
Livres audio										
Lyrics			X							
Partition										
Podcast						X				
Info concert			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
Autoproduits	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
User generated content	X	X	X	X	X	X	X		X	X
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES										
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X		X	X
Licences libres								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						
Terminal TV	X									
Terminal dédié										
6) FONCTIONNALITES										
Déportalisation	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	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	94 000	> 170 000	n/a	Qlq M
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	MP3, Flash	MP3, Flash
DRM associé										
Accès depuis la France	X	X	X	X	Sauf restrictions	X	X	X	X	X

Divers (16)									
Nom des offres URL	Sites éditoriaux (5)					Création / Remix (4)			
									
	Mondomix mondomix.com	Allmusic allmusic.com	Music-story music-story.com	MusicSpot musicspot.fr	Songkick songkick.com	MusicShake musicshake.com	Wemix wemix.com	8Tracks 8tracks.com	Animoto animoto.com
1) TYPE DE SERVICE									
Radio									
Radio perso									
Playlist	X			X				X	
Streaming à la dde	X			X		X	X		
Téléchargement	X		Diverses boutiques			X		Amazon MP3	Itunes
Perso mobile						X			
Autres...	CD, Photos, jeux,	Blog	Livres, movies	ITV, Photos, Forums	Billetterie	Concours	Création collaborative, merchandising	Edition de playlists mixées	Création vidéos
2) TYPE DE CONTENU									
Flux	Gratuit								
Par titre	De 0 à 0,99 €			Gratuit		Gratuit	Gratuit	Gratuit	X
Par album	> 9,99€			Gratuit					
Music video	Gratuit	Singingfool	Jukebo	Gratuit			Gratuit		X
Sonnerie						X			
Image/Logo mobile									
Livres audio									
Lyrics									
Partition									
Podcast	X								
Info concert	X		Concert & co	X	X				
Retransmission «live»									
Éditorial	X	X	X	X					
3) TYPE DE REPERTOIRE									
Majors	X	X	X	X	X			X	
Indépendants	X	X	X	X	X		X	X	
Autoproduits	X		X	X	X		X	X	
User generated content				X		X	X		X
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES									
Œuvres protégées ©	X	X	X	X		X	X	X	X
Licences libres								X	
Domaine public		X						X	
5) ACCES									
Terminal PC (Appli locale)					X	X			
Terminal PC (Interface web)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile									
Terminal TV									
Terminal dédié									
6) FONCTIONNALITES									
Déportation	X			X	X	X	X	X	X
Personnalisation				X				X	
Partage	X	X		X		X	X	X	X
Copie	X			X		X	X	X	X
Hébergement				X		X	X	X	X
Recommandation	X	X	X	X	X	X	X		
Réseau social	X			X		X			
Autres...				Bookmark	Alertes		Votes	Microblogs	
7) QUALITE DE L'OFFRE									
Nombre de références	Qlq milliers d'artistes	> 19 millions d'albums	n/a	n/a	Centaine d'artistes	> 54 000	> 100 000 mixes	n/a	Qlq titres
Genres musicaux	Musique du monde	Tous	Tous sauf classique	Tous sauf classique	Tous	Tous	Tous sauf classique	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	256	n/a	n/a	n/a	-	n/a	n/a	n/a	n/a
Format de fichier	MP3	n/a	Flash	Flash	-	Flash	Flash	n/a	MP3
DRM associé									
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Divers (suite...)							
	Webplayers (7)						
							
Nom des offres	Songbird	Seeqpod	MyBloop	Songza	Skreemr	ffwd	Just hear it
URL	getsongbird.com	seeqpod.com	mybloop.com	songza.com	skreemr.com	ffwd.com	justhearit.com
1) TYPE DE SERVICE							
Radio	X						
Radio perso							
Playlist	X	X	X	Imeem		X	X
Streaming à la dde	X	X	X	Imeem	X	X	X
Téléchargement	7digital	Amazon MP3	Amazon MP3	Itunes, AmazonMP3	AmazonMP3		
Perso mobile		CMI		Imeem	VirginMega		
Autres...	Blogs, merchandising		Upload		photo Flickr	Editeur de chaînes TV	
2) TYPE DE CONTENU							
Flux	X						
Par titre	X	Gratuit	Gratuit	Gratuit	Gratuit		X
Par album	X		Gratuit				
Music video		Gratuit	Gratuit	Youtube	Youtube	X	Youtube
Sonnerie							
Image/Logo mobile							
Livres audio							
Lyrics					Lyricwiki		
Partition							
Podcast		Gratuit					
Info concert	Songkick				Gruvr		
Retransmission «live»							
Éditorial		Wikipedia			Wikipedia		
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	X	X
User generated content	X	X	X	X	X	X	X
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES							
Œuvres protégées ©	X	X	X	X	X	X	X
Licences libres	X			X	X	X	
Domaine public	X	X	X	X	X	X	X
5) ACCES							
Terminal PC (Appli locale)	X						
Terminal PC (Interface web)		X	X	X	X	X	X
Terminal Mobile		X					
Terminal TV							
Terminal dédié							
6) FONCTIONNALITES							
Déportalisation	X	X		X		X	X
Personnalisation	X					X	
Partage	X	X	X	X	X	X	
Copie	X	X	X	X			
Hébergement			X				
Recommandation		X		X	Audioscrobbler	X	
Réseau social	X					X	
Autres...	Alertes						
7) QUALITE DE L'OFFRE							
Nombre de références	-	n/a	4 M	n/a	> 6 M	n/a	n/a
Genres musicaux	-	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous	Tous
Qualité du flux (Kbps)	-	Divers	n/a	n/a	n/a	n/a	Variable
Format de fichier	Tout format	MP3	n/a	n/a	n/a	Flash	Flash
DRM associé							
Accès depuis la France	X	X	X	X	X	X	X

②

		Boutiques en ligne			Radio & Streaming		Sites comR	Divers			TOTAL
		Boutiques généralistes	Boutiques spécialisées	Portail	Radios	Streaming	Sites comR	Sites éditoriaux	Sites de création/remix	Sites Webplayer	
Panel	Nbre de services	18	15	10	12	19	10	5	4	7	100
1) TYPE DE SERVICE	Radio	4	2	4	11	0	1	0	0	1	23
	Radio perso	1	0	3	1	11	1	0	0	0	17
	Playlist	11	4	2	0	11	10	2	1	6	47
	Streaming à la dde	7	6	2	1	12	10	2	2	6	48
	Téléchargement	18	15	7	5	15	7	2	3	5	77
	Perso mobile	5	1	4	2	4	2	0	1	3	22
	Autres...	14	7	7	11	13	9	5	4	4	74
2) TYPE DE CONTENU	Flux	4	2	5	12	13	1	1	0	1	39
	Par titre	17	9	5	0	11	8	2	4	6	62
	Par album	14	12	4	0	7	4	2	0	2	45
	Music video	10	3	6	4	12	8	4	2	6	55
	Sonnerie	5	2	4	1	4	1	0	1	0	18
	Image/Logo mobile	5	0	4	1	0	0	0	0	0	10
	Livres audio	4	0	0	1	0	0	0	0	0	5
	Lyrics	1	3	0	0	2	1	0	0	1	8
	Partition	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3
	Podcast	2	2	3	3	0	1	1	0	1	13
	Info concert	8	6	5	4	4	6	4	0	2	39
	Retransmission "live"	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
	Éditorial	16	12	7	6	9	4	4	0	2	60
3) TYPE DE REPERTOIRE	Majors	16	11	9	12	17	7	5	1	7	85
	Indépendants	18	13	9	12	18	9	5	2	7	93
	Autoproduits	14	6	3	10	11	10	4	2	7	67
	User generated content	0	1	1	8	10	8	1	3	6	38
4) REGIME JURIDIQUE DES ŒUVRES	Œuvres protégées ©	18	13	9	12	19	9	4	4	7	95
	Licences libres	0	1	0	0	1	1	0	1	4	8
	Domaine public	0	3	0	6	8	6	1	1	7	32
5) ACCES	Terminal PC (Appli locale)	11	1	3	6	9	1	1	1	1	34
	Terminal PC (Interface web)	16	15	9	12	18	10	5	4	6	95
	Terminal Mobile	6	0	6	6	6	4	0	0	1	29
	Terminal TV	3	0	3	0	0	1	0	0	0	7
	Terminal dédié	3	0	2	3	0	0	0	0	0	8
6) FONCTIONNALITES	Déportalisation	6	4	0	6	13	7	3	4	5	48
	Personnalisation	4	3	2	7	16	8	1	1	2	44
	Partage	12	3	2	7	17	9	3	4	6	63
	Copie	18	15	5	1	2	4	1	1	3	50
	Hébergement	7	3	1	6	15	10	1	4	1	48
	Recommandation	15	7	3	6	14	9	5	2	4	65
	Réseau social	6	4	2	7	11	9	2	1	2	44
	Autres...										
7) QUALITE DE L'OFFRE	Nombre de références										
	Genres musicaux										
	Qualité du flux (Kbps)										
	Format de fichier										
	DRM associé										
	Accès depuis la France	13	15	10	11	17	10	5	4	7	92

II. Analyse de l'offre : exploitation des tableaux

1) Par indicateur

➤ Type de services : entre spécialisation et agrégation

Dénommée type d'offres dans les deux précédentes exploitations, le terme de service est plus approprié puisque couramment, la notion d'offre renvoie à l'exposition de catalogues.

Les services sont multiples : radio, radio personnalisable, **playlist**, **streaming** à la demande, téléchargement, personnalisation mobile et autres.

Plusieurs éléments caractérisent les évolutions des services depuis janvier 2008, à savoir :

- Une segmentation encore plus prononcée, notamment autour du **streaming** (radio, radio perso, **playlist** et écoute à la demande) qui semble rencontrer, en termes d'usages, un grand succès auprès des internautes.
- Un complément de services mis en place par des formules de partenariats d'affiliation. C'est ainsi que les services de **streaming** proposent le téléchargement via des liens pointant sur des boutiques partenaires comme par exemple Deezer avec iTunes et AmazonMP3.

La tendance est à des propositions de type « mille-feuille » qui empilent un ensemble de services, tantôt édités par les sites eux-mêmes, tantôt complétés par des éditeurs partenaires, en marque blanche ou non.

➤ Type de contenus : l'omniprésence de la musique enregistrée

Les services ont du mal à diversifier les contenus proposés, essentiellement axés vers la musique enregistrée soit en mode **flux** (mix, **playlist**), soit au titre ou à l'album.

On note un certain désintérêt de la part des acteurs pour les contenus mobiles (logo et sonnerie musicales) qui tendent à disparaître des services ou se sous-treatent en affiliation.

Les livres audio, les **lyrics** et les partitions sont généralement peu présents sur les sites. Cependant, un gros effort éditorial (bios, news...), notamment autour du spectacle vivant (info concert), est à souligner, même si les retransmissions « live » (en simultané) restent très rares, sans doute à cause du traitement de la chaîne des droits.

➤ Type de répertoires : après l'UGC, l'ère du remix ?

Les répertoires se multiplient sur les sites notamment communautaires où l'**upload** est la règle.

La mise en commun des répertoires de chacun enrichit l'offre musicale en la diversifiant.

Cette nouvelle forme d'appropriation du média par l'internaute ne semble pas s'arrêter là et le développement d'une intermédiation plus intime se dessine : celle de la participation du public à l'œuvre elle-même grâce aux sites de création/remix qui offrent des interfaces très simples et adaptées à ces nouveaux usages.

Une certaine segmentation est également à noter autour de répertoires spécifiques comme ceux proposés par les indépendants et les autoproduits.

Ces catégories de répertoires envahissent massivement les réseaux grâce à des initiatives personnelles ou collectives.

➤ **Régime juridique des œuvres : manque de visibilité**

Œuvres protégées, licences libres ou domaine public, les frontières de cette catégorisation des œuvres au regard du respect de la propriété intellectuelle sont devenues floues puisque les régimes juridiques des œuvres présentées sur la toile ne sont pas mis en évidence pour l'internaute.

De ce fait, les licences libres et le domaine public atteignent, grâce aux sites communautaires et de **streaming**, un plus large public, même si certains sites restent spécialisés sur ces types d'œuvres.

➤ **Accès : la bataille des écrans**

Comme le web envahit tous les écrans (mobile, TV, terminaux dédiés), les sites en profitent pour suivre le mouvement. Chaque opérateur tente de s'adapter à ces nouvelles technologies souvent propriétaires pour toucher l'ensemble des espaces de vie des utilisateurs (espace domestique, en mobilité, au travail...).

L'écran le plus prisé reste le mobile qui vit une vraie révolution avec l'arrivée des smartphones, dont l'iPhone qui est le fer de lance : plus de mémoires, plus de puissance de calcul, écran tactile, ergonomie simplifiée, graphisme ludique... Seule la contrainte du réseau 3G, en termes de coût et de débit, freine encore son développement.

Cette convergence, proposée par les opérateurs mobiles, résulte davantage d'une stratégie de parts de marché au détriment des plateformes du web.

L'IP TV risque également d'apparaître comme le prochain eldorado des sites dans une bataille qui risque d'être assez frontale avec les programmes TV traditionnels.

Alors que le marché du téléchargement légal est loin d'être arrivé à maturité, cette convergence des accès entre le web et l'internet mobile ne doublera pas pour autant le marché numérique puisque l'internaute ne va pas acheter les mêmes titres pour des usages différents.

Cette complémentarité des terminaux rend le modèle du **streaming**, souvent associé soit à un paiement forfaitaire soit à la gratuité, plus attractif parce qu'offrant une plus grande souplesse d'utilisation.

➤ **Fonctionnalités : plus personnalisées et moins sociales**

Plus d'un tiers des sites de l'échantillon ont multiplié les fonctionnalités offertes au public, afin de coller au plus près des attentes des utilisateurs, quelque soit le type de service.

L'heure est notamment aux nouveaux outils favorisant l'interconnexion des sites grâce aux développements de **widgets** permettant une visibilité accrue sur d'autres services en ligne (Facebook, iGoogle...) ou dans d'autres environnements (Microsoft Vista).

La personnalisation et le partage sont également des fonctionnalités développées par les éditeurs de sites.

La personnalisation des services fragmente certes les audiences mais permet un ciblage mieux valorisé, ce qui modifie le modèle économique publicitaire traditionnel.

Du point de vue d'analyse de marché, l'implémentation de réseaux sociaux dans les services de musique numérique n'a d'intérêt que si le site a la

capacité de fédérer une large communauté d'internautes à l'instar de sites tels que Facebook et MySpace. Cette concentration d'audience se fait, pour l'heure, au bénéfice de quelques acteurs américains.

➤ **Qualité de l'offre : L'après DRM**

Si l'abondance de catalogues disponibles est acquise, la suppression des **DRM** devrait vraisemblablement accroître leur potentiel commercial. Ce principe de réalité rencontre un consensus de la filière musicale en France au cours du second semestre 2008 alors qu'aux Etats-Unis, cet accord est intervenu dès le 1^{er} semestre 2008.

Non impactés par cette mesure, les sites de **streaming** ont définitivement adopté le **MP3** encapsulé dans le format Flash avec des qualités d'encodage très variables et très souvent non communiquées au public.

L'annonce récente de Thomson concernant le lancement du MP3HD (lossless) va très certainement contribuer à atteindre une qualité d'offre inégalée sur Internet.

2) **Par catégorie de sites**

➤ **Boutiques en ligne / Généralistes**

Un élargissement général des services offerts aux usagers :

Pour les boutiques en ligne l'offre de services s'étoffe, en terme de contenus et de fonctionnalités :

- D'une part, les boutiques - y compris mobiles - complètent leurs offres avec d'autres types de produits (vidéo, livres, billetterie, jeux...).

- D'autre part, on note un intérêt des boutiques pour les services de **streaming**, notamment de type **playlist**, à côté des services de téléchargement. L'écoute à la demande, lorsqu'elle est proposée par les plateformes françaises, reste payante sous forme d'abonnement illimité. Par contre, les plateformes étrangères ont opté pour un modèle gratuit (We7, Lala, Spiral Frog).

Les prix restent globalement stables, quel que soit le modèle économique : à l'acte, au forfait ou à l'abonnement. Seuls Itunes et AmazonMP3 ont introduit des prix de téléchargement différenciés, compte tenu du type de catalogue (Premium, back catalogue...).

Certains sites comme Spiral Frog se positionnent sur le seul modèle économique de téléchargement gratuit, financé par la publicité.

Les **lyrics** font une timide apparition et sont proposés gratuitement sur AmazonMP3 aux Etats-Unis.

Avec l'effervescence actuelle autour des applications mobiles iPhone, développées par de nombreux éditeurs de service pour s'adresser à une cible nomade jeune et CSP+ très recherchée, le succès des « smartphones » avec l'iPhone ouvre des perspectives, notamment pour les boutiques en ligne : après Itunes et Napster, la Fnac se lance sur cet écran. Cette tendance devrait se généraliser dans les autres environnements mobiles (Symbian, Windows Mobile...).

Un enrichissement éditorial en progression sur ces services en ligne :

La largeur des catalogues offerts aux internautes dépasse largement les 6 millions de titres, ce qui représente une vraie diversité musicale, malgré l'absence persistante d'artistes phares comme AC/DC, The Beatles et Led Zeppelin, en raison de négociation non abouties avec les ayants-droit.

Cette diversité de catalogues offerte à l'international, doit être relativisée au regard des modes de consommation territoriaux. Le potentiel économique des catalogues reste dépendant de l'exposition proposée par le secteur éditorial sur un territoire en liaison avec les canaux de distribution physiques, les réseaux de diffusion du spectacle vivant et les médias.

Le téléchargement concerne davantage les artistes connus, le **streaming** favorisant la découverte de nouveaux artistes.

Les fonctions de partage s'insèrent peu à peu dans les offres. Il est surprenant de constater l'absence de recommandation chez certaines d'entre elles, le principe de la prescription étant pourtant très important dans le choix de l'utilisateur sur le net.

Quelques réseaux sociaux font également leur apparition (Starzik), bien qu'ils ne soient pas l'apanage des boutiques traditionnelles : la dimension communautaire s'exprime plus facilement dans les boutiques spécialisées, voire « engagées », comme Emusic dont le parti pris a toujours été la défense d'un modèle sans **DRM**.

Le retrait des **DRM** est également remarquable, notamment chez les boutiques les plus populaires, avec le retour du format **MP3**.

La qualité des fichiers a progressé :

Les fichiers sont à présent proposés en **MP3** dans un encodage entre 256 et 320 **Kbps**.

Il est notable de constater que l'accès aux boutiques en ligne étrangères reste rare, à part certaines comme iTunes, Emusic ou We7, du fait des modes de contractualisation : respect des droits de la propriété intellectuelle, des contrats avec les secteurs éditoriaux ou test sur des modèles économiques.

➤ Boutiques en ligne / Spécialisées

Même si elles restent mono activité, la tendance à l'enrichissement des offres s'observe sur les boutiques en ligne spécialisées : **streaming** à la demande, **playlists**, et diversification vers la vidéo et le jeu.

L'info concert enrichit l'éditorial, omniprésent dans ces boutiques.

Néanmoins, ces offres ne sont accessibles que depuis l'écran PC, le mobile et les autres terminaux étant absents.

Deux nouvelles boutiques spécialisées sont innovantes à plusieurs égards :

- Jazz en ligne, qui vient combler une sous-représentation sur le net de ce courant musical majeur, avec une offre riche en termes de catalogue et de fonctionnalités,
- NIN, le site de l'artiste Trent Reznor / Nine Inch Nail qui propose, après Radiohead, une nouvelle forme d'intermédiation directe entre l'artiste et son public, préfigurant ce que pourrait être les sites d'artistes de demain.

Certains sites comme CodaFM, site repéré comme hors du champ légal, présentent une offre de grande qualité.

Affranchies des **DRM** depuis longtemps (à part Music Giants et Music Classics), les boutiques spécialisées offrent une qualité de fichiers généralement supérieure aux offres généralistes. Le format de prédilection est le **MP3** à 320 **Kbps**. Certaines boutiques spécialisées allant même jusqu'à utiliser des formats sans perte (lossless) comme le FLAC (Deutsche Grammophon).

➤ Portails Opérateurs et Média

D'abord positionnés sur le téléchargement, les portails opérateurs adoptent le **streaming** : radio (Orange et SFR), radio perso (MCM avec Musiline), **playlist** (Yahoo), **streaming** à la demande (Nokia). Ces opérateurs se positionnent, par ailleurs, sur le jeu en ligne et la billetterie, activités très attractives et à fort potentiel financier.

Relevons le nouveau service de téléchargement de Nokia, en accès web & mobile, ainsi que le repositionnement de SFR avec quelques **webradios** réalisées par Goom, face à la Liveradio d'Orange, avec la création d'un réseau social (très « Facebookien »).

A contrario, nous observons peu de changement chez Neuf music et toujours une absence totale de Free sur la musique.

Les portails Média se cherchent toujours : NRJ, MTV, MCM ou M6 semblent délaisser la musique pour d'autres programmes audiovisuels (clips, ITV, émissions...), lorsqu'ils ne sous-traitent pas leur boutiques auprès d'iTunes ou VirginMega.

Notons que NRJ semble connaître un franc succès avec son application iPhone qui lui permet de toucher de nouveaux publics.

➤ Sites Radios & Streaming

Cette catégorie très dynamique sur le net connaît une segmentation importante en termes de propositions. On retrouve d'une part, les sites et portails de radio et d'autre part, les services de radios personnalisables (Musiline, Meemix, Musicoverly, Pandora...) et les services de **playlists** / **streaming** à la demande (Deezer, Jiwa...).

Chaque proposition implique un modèle différent en termes d'usages et en termes économiques. Il n'y a pas d'intersection entre les deux catégories dont la philosophie diffère sur la notion d'interactivité.

Les services liés à la radio restent largement mono activité.

Très proches de l'activité de radio hertzienne (écoute passive), ces services déclinent leur **player** sur un maximum d'écrans (web, mobile) de façon déportalisée. De nombreuses radios profitent toutefois de leur dimension communautaire pour proposer un réseau social et des outils d'interconnexions entre utilisateurs comme un blog, un forum ou un chat (Skyrock, Hotmix, Enjoy, Live365).

Certains éditeurs radio (Goom, Radionomy, Slacker) présentent des **flux** et proposent aux utilisateurs de créer leurs propres canaux radio, en surfant sur la vague du web 2.0. Ce sont ainsi des milliers de **flux** supplémentaires qui viennent enrichir une offre radio, estimée à plusieurs dizaines de milliers dans le monde. Ces sites proposant l'**upload** de titres, en plus de leurs propres bases de titres, la diversité musicale s'en trouve enrichie d'autant.

Dans le domaine du **streaming**, on commence à noter une forme de spécialisation des sites sur l'une des 3 formes présentes : radio perso, **playlist**, à la demande.

Le principe de la radio perso est de permettre une légère interactivité, à savoir quelques sauts de titres (sans possibilité de revenir en arrière) et un dispositif pour permettre à l'utilisateur « d'orienter » la programmation musicale. Certains sites offrent uniquement cette forme d'écoute à ses utilisateurs. C'est notamment le cas de Musiline, Meemix, Musicoverly, LastFM et Pandora. Leur particularité est d'avoir développé un taggage (marquage) éditorial sophistiqué de leurs titres en base de données, couplé à de puissants moteurs de recommandation.

L'apparition du vidéoclip chez Meemix sur le même principe d'usage semble être une évolution intéressante à suivre.

Plus interactives, les **playlists** offrent à la fois des recommandations de titres accessibles à la demande et un mode d'écoute passif.

Le mode du **streaming** à la demande pur n'est proposé que par Vuze, tous les autres y associent toujours une **playlist**, élément complémentaire. Inversement, Finetune ne propose qu'un mode **playlist**, sans possibilité d'individualiser l'écoute.

Le site iLike propose indistinctement des titres audio ou vidéo dans ses **playlists**. Deux sites ne proposent que des émissions TV à la demande (Tommy TV et Hulu).

Véritables jukebox « intelligents », les sites de **streaming** restent gratuits pour l'utilisateur mais requièrent de plus en plus souvent une inscription préalable.

Exception notable dans ce modèle de gratuité : Spotify propose un usage payant de son site contre le retrait de l'intégralité de la publicité présente sur le site.

Pour les sites de **streaming** qui offrent l'**hébergement** de titres, tous les types de répertoires sont représentés. Cela n'est pas le cas des services de radio perso qui nécessitent une base ultra-qualifiée, exclusivement constituée de catalogues d'œuvres de majors et d'indépendants.

A l'instar d'iTunes, l'accès à certains services de **streaming** nécessite le téléchargement d'une application : Nexus, Livestation ou Spotify.

Le grand saut vers le mobile, notamment l'Apple Store de l'iPhone, présente, en ces temps de récession, une forte potentialité de développement pour ces offres. Toutes ou presque ont développé leur application. Des modèles de souscription payants se mettent en place (cf. : Deezer) sur cet écran.

Toutes les fonctionnalités – à part la copie – sont globalement à la disposition du public. La **déportalisation** des players se généralise, ainsi que la possibilité de personnaliser et partager ses **playlists**. De même, la recommandation de titres est devenue l'un des moyens de communiquer avec d'autres utilisateurs, dans un environnement de réseau social adapté.

A l'instar des boutiques en ligne, la diversité des acteurs impose une nécessaire segmentation de l'offre pour se différencier les uns des autres : Fairtilizer s'adresse aux amateurs de hip hop / techno de dernière génération, alors que Mix.DJ s'est spécialisé dans les musiques électroniques avec plus de 15.000 mixes à disposition.

La qualité sonore des **flux** reste encore très inférieure aux boutiques en ligne, avec dans la plupart des cas du **MP3** encapsulé dans du Flash à 128 **Kbps** (sauf Mix.DJ à 320 et Maestro FM à 256).

Pour l'ensemble des services radios & **streaming**, des boutiques en ligne (Fnac.com, Virginmega, iTunes, AmazonMP3, Mediaplaza) et des services mobiles (Mediaplaza, Thumbplay) partenaires viennent compléter ces offres.

Pandora reste définitivement en accès restreint depuis les Etats-Unis, pour des questions légales.

➤ Sites communautaires

Par rapport aux critères retenus, les sites communautaires ne présentent pas de modifications majeures dans leur ensemble.

L'extension des services de YouTube ou MySpace vers le mobile confirme l'intérêt grandissant pour cet écran.

L'ajout de sous-titres chez YouTube est l'une des rares innovations en termes de fonctionnalité sur ce type de site.

➤ Divers

Des sites à vocation purement éditoriale comme Mondomix, Allmusic, Music-Story ou Musicspot présentent une ergonomie intéressante avec des interfaces adaptées aux utilisateurs. L'absence de **lyrics** et partitions qui complèteraient les mises en avant des artistes pose encore problème.

L'encyclopédie de référence Allmusic fait l'impasse sur l'audio et la vidéo, l'exposition des artistes français y est, par ailleurs, très incomplète.

Mondomix, au-delà du travail éditorial, caractérise le mieux ce qu'un site peut apporter pour découvrir un genre musical spécialisé, comme les musiques du monde : des **playlists** avec l'écoute de titres individualisés, une boutique en ligne, un réseau social « de l'action » c'est-à-dire basé sur des projets de collaboration, le tout en quatre langues s'agissant de l'exposition des musiques du monde.

Songkick constitue une bonne base d'informations sur les concerts mais ne couvre que les Etats-Unis, le Royaume-Uni, le Canada, l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

Les sites de création/remix comme Musicshake, Animoto et les nouveaux Wemix et 8tracks proposent aux utilisateurs des interactions fortes, voire

collaboratives, sur la musique et la vidéo. Des outils à destination de professionnels sont également proposés dans des versions avancées.

Il est intéressant de constater que l'artiste de rap américain Ludacris est l'instigateur du site Wemix, qui s'adresse à la communauté des musiciens de rap et de la culture du **remix**. Lui-même participe au site en fournissant des éléments sonores mis en commun pour créer de nouvelles créations musicales collaboratives.

8Tracks propose plus particulièrement d'élaborer en commun des **playlists** mixées de 30 minutes maximum. Une mise en relation sociale entre les DJ est également proposée. Un moyen original pour découvrir de la musique et l'acheter via un lien vers AmazonMP3.

La dernière catégorie concerne des sites certainement les plus technologiquement avancés qui proposent d'utiliser les ressources mises à disposition sur le réseau. C'est le cas de moteurs de recherche musicaux comme Seeqpod, Songza ou SkreemR ou le **player** universel multi-environnement (appelé « Media Web player ») comme Songbird.

Une fois une requête identifiée, ces services proposent l'écoute à la demande, avec des liens commerciaux vers des boutiques en ligne (iTunes, AmazonMP3).

Le site Ffwd propose le même genre de service pour la vidéo à partir des sites comme Hulu, YouTube, etc.

Le site MyBloop semble décidé à changer de business model en proposant un service d'**upload** illimité entièrement gratuit. A l'instar de sites comme MegaUpload, il propose d'accéder à une vaste bibliothèque de musiques, vidéos, images, programmes et documents téléchargeables sans que l'on puisse s'assurer de la légalité des offres.

Glossaire

Buffering : mise en mémoire tampon destinée à stocker temporairement des données en attente de traitement.

Bundle : lot de produits ou services en ligne à titre promotionnel.

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.

Creative Commons : licences d'autorisation non exclusives permettant aux titulaires de droits d'autoriser le public à effectuer certaines utilisations, tout en ayant la possibilité de réserver les exploitations commerciales, les œuvres dérivées ou le degré de liberté (au sens logiciel libre).

Délinéarisation : action consistant à proposer des contenus à la demande, décontextualisés de leur programmation en **flux** continu.

Déportalisation : 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.

IPTV : (internet Protocol Television) système de distribution de signaux télévision et/ou vidéo utilisant des connexions à haut débit sur le protocole IP.

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

Livre audio : livre ou texte (pouvant contenir des extraits musicaux) dont on a enregistré la lecture à haute voix.

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**).

Multicast : connexion réseau point-multipoint.

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

Peercast : diffusion par réseau pair à pair.

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

Playlist : Appelée aussi liste de lecture, ensemble de fichiers compilés pouvant être joués séquentiellement, dans un ordre aléatoire ou selon une logique choisie par celui qui l'a composée.

Podcasting : transmission de fichiers audio/vidéo en téléchargement automatique par **flux RSS**.

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

Remix : version modifiée d'un morceau.

Simulcasting : retransmission sur l'internet, de manière simultanée et intégrale de programmes radiodiffusés ou télédiffusés.

Streaming : diffusion de fichiers audio/vidéo sur internet.

Unicast : connexion réseau point à point.

Upload : Envoi de données d'un PC vers un serveur Internet.

User Centric : ensemble d'applications et services en ligne centrés sur l'utilisateur, par opposition à « **Content Centric** ».

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**.

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

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

Cette étude a été réalisée 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*
Serge Arzoumanov, *Chargé d'études*
Camille Ermisse, *Chargée d'études*

Cette étude est disponible en téléchargement et en consultation sur le site de l'Observatoire de la musique à l'adresse suivante :
<http://observatoire.cite-musique.fr/actualite.asp>

Cité de la musique
Observatoire de la musique

221 avenue Jean-Jaurès
75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98

Fax : 01 44 84 46 58

Courriel : observatoire@cite-musique.fr

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