



Impacts du passage à l'UCPS par les services de musique en ligne

Résultats de l'étude CNM–Deloitte



SOMMAIRE

1. Contexte de l'étude
2. Démarche adoptée par l'étude
3. Définition des modèles MCPS et UCPS
4. Présentation de la méthodologie commune
5. Analyses qualitatives
6. Résultats quantitatifs
7. Conclusion sur les impacts du passage à l'UCPS
8. Enseignements de cette étude



CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Le modèle UCPS est au cœur de l'actualité et des débats et fait l'objet de prises de positions très contrastées au sein de la filière

Avec l'évolution des modes de consommation de la musique, les services de musique en ligne ont connu une très forte croissance (+23,5 % d'écoutes entre 2018 et 2019) et représentent en 2019 59 % du marché des ventes de musique enregistrée (Étude SNEP, *L'économie de la production musicale*, édition 2020). Le poids croissant de ce mode de diffusion de musique en ligne a fait émerger des questions relatives à la répartition des redevances opérée par ces plateformes.

Ainsi, plusieurs études ont été menées (et pour certaines publiées) en France et en Europe sur les conséquences d'un nouveau modèle dit de UCPS (*User Centric Payment System*) en comparaison du modèle actuellement en vigueur dit de MCPS (*Market Centric Payment System*), ou « au prorata ». Ces études, reposant sur des méthodologies diverses, ont abouti à des conclusions impossibles à comparer.

Dans ce contexte, le Centre national de la musique (CNM), dans le cadre de sa mission d'observatoire du secteur musical, a été mandaté par le ministère de la Culture pour réaliser une étude visant à objectiver les conséquences d'un passage au modèle UCPS en France.

Cette étude a été lancée en avril 2020, avec pour objectif de réaliser une analyse comparative des implications des deux systèmes, notamment en matière de développement de la diversité. Réalisé par le CNM avec l'appui du cabinet Deloitte, ce travail a été mené à bien grâce à la contribution de représentants de différents métiers de la filière concernés : artistes, producteurs, labels, distributeurs, organismes de gestion collective et plateformes de musique en ligne.

DÉMARCHE

Quatre phases successives permettant une analyse globale des impacts du passage à l'UCPS



ANALYSE QUALITATIVE

Recueil des analyses des acteurs de la filière musicale française lors d'une phase d'entretiens

- recensement des études disponibles,
- identification des interprétations existantes et des problématiques soulevées,
- panorama des prises de position et arguments relatifs aux 4 axes d'analyse de l'étude,
- évaluation qualitative des impacts du passage à l'UCPS concernant les recommandations, les coûts de mise en œuvre et de la lutte contre la fraude.

Participants : Deezer, Spotify, IDOL, Believe, Wagram, Because, Suther Kane Films, Outhere Music, tôt Ou tard, PIAS, Universal Music, Warner Music, Sony Music, GAM, Sacem.



COMPARAISON DES MÉTHODOLOGIES EXISTANTES

Analyse approfondie et comparative des méthodologies utilisées sur les études existantes

- recueil des méthodologies utilisées par Deezer, Spotify et la Sacem,
- analyse comparative des méthodologies permettant l'identification des paramètres, les méthodes de calcul et les axes d'analyse choisis,
- exposition des choix méthodologiques expliquant les différences entre les conclusions de différents acteurs.

Participants : Deezer, Spotify, Sacem.



ÉLABORATION D'UNE MÉTHODOLOGIE COMMUNE

Conception d'une méthodologie commune impartiale exécutable par les plateformes de streaming participantes

- élaboration d'une méthodologie commune à partir de l'étude des méthodologies existantes,
- vérification de la faisabilité et de la robustesse de la méthodologie commune sur des échantillons de données fournis par Deezer et Spotify.

Participants : Deezer, Spotify, Sacem.



ANALYSE DES RÉSULTATS QUANTITATIFS

Exécution de la méthodologie commune par les plateformes participantes

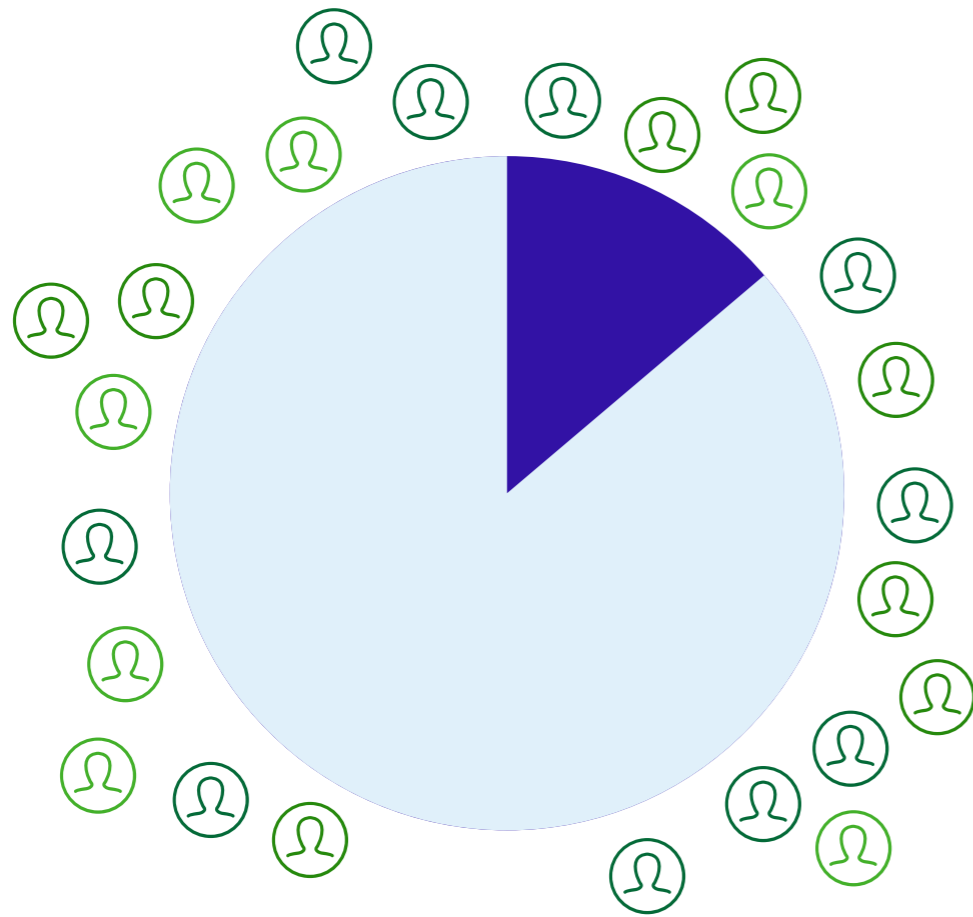
Analyse des résultats permettant d'évaluer les impacts du modèle UCPS sur le marché du streaming en France

- évaluation quantitative du passage à l'UCPS sur la redistribution des redevances et l'exposition de la diversité musicale,
- formalisation des résultats.

Participants : Deezer, Spotify.

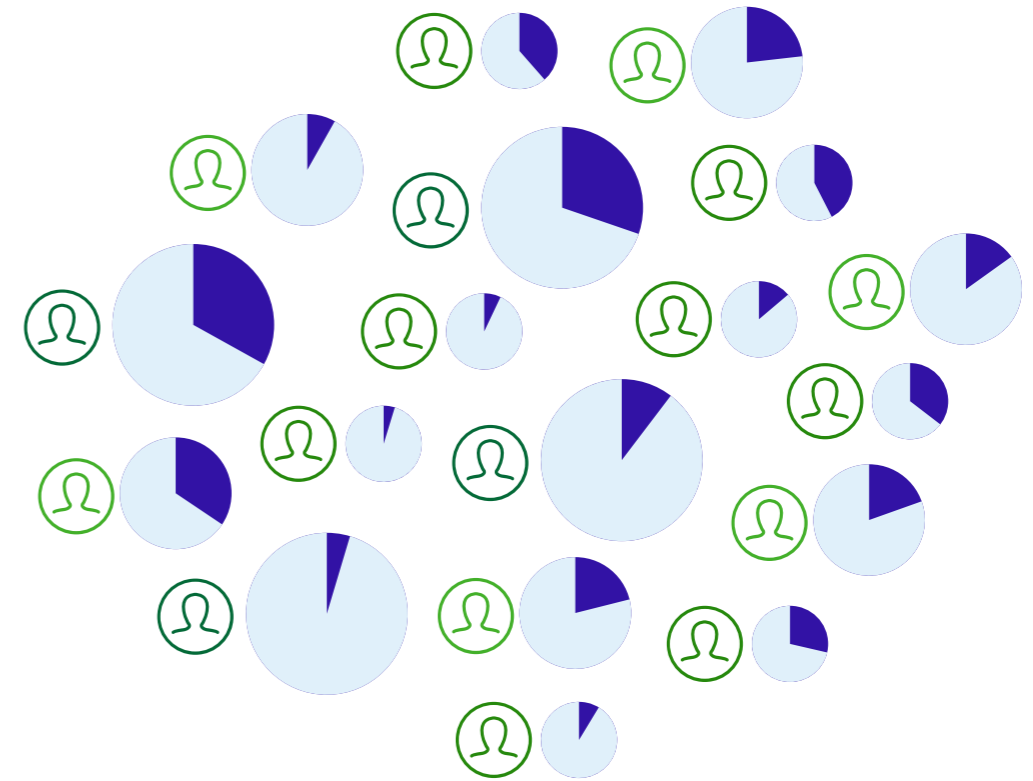
DÉFINITION DES MODÈLES MCPS ET UCPS

Présentation des deux modèles de répartition de redevances



Market Centric Payment System (MCPS) ou « au prorata »

Répartit les redevances aux ayants droit à la hauteur des écoutes générées (durée minimum de 30 secondes consécutives) pour chaque titre de manière globale sur la plateforme.



User Centric Payment System (UCPS)

Représente un partage des redevances générées par chaque utilisateur selon les écoutes (durée minimum de 30 secondes consécutives) qu'il a réalisées sur la période évaluée.

PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE COMMUNE

Méthodologie élaborée suite à l'étude des méthodologies existantes



Comparaison des méthodologies existantes

- L'analyse des méthodologies adoptées, des données mobilisées, des indicateurs évalués ainsi que des conclusions formulées montre que **chaque acteur opère ses études sur des périmètres différents** définis de manière possiblement subjective.
- À titre d'exemple, sur le périmètre d'étude, Deezer analyse la consommation française pour tous les abonnés payants tandis que Spotify analyse la consommation mondiale pour les abonnés standard premium uniquement (hors offres multicomptes de types famille ou étudiantes).
- Les **axes d'analyses choisis sont tout aussi disparates** et impliquent que les données et variables sélectionnées pour la réalisation des études soient propres à chaque acteur.
- Ainsi, les conclusions des études portent sur des temporalités différentes, sur des zones géographiques différentes, des bases utilisateurs différentes, des dimensions différentes et des axes d'analyses différents. Ceci les rend **incomparables** et ne permet pas de discerner les véritables impacts d'un passage à l'UCPS.
- Pour permettre la comparaison des résultats et l'identification franche des impacts du passage au modèle UCPS, il est **nécessaire d'établir une méthodologie partagée et commune à tous**.



Élaboration d'une méthodologie commune

- Les analyses de la méthodologie commune couvrent **l'année calendaire 2019 pour le marché français exclusivement** et la consommation de **tous les utilisateurs disposant d'un abonnement payant sur la totalité du catalogue musical** (hors podcasts) afin de garantir une évaluation globale des impacts.
- Les données utilisées dans les calculs et les analyses de la méthodologie **intègrent des paramètres relatifs aux utilisateurs, écoutes, titres, artistes et ayants droit**.
- La méthodologie commune prévoit la livraison **d'indicateurs permettant la description statistique des données utilisées** pour les calculs par les plateformes de streaming.
- Deezer a **exécuté la méthodologie commune à partir d'un échantillon complet (année 2019 et exhaustivité des paramètres)**.
- Spotify a fait le choix d'exécuter sa propre méthodologie, avec un périmètre incluant les utilisateurs français standard premium ainsi que des axes et paramètres d'analyse différents. Néanmoins, pour pouvoir comparer les résultats avec ceux de Deezer, **la méthode commune a été exécutée sur un échantillon de 100 000 utilisateurs** fourni par Spotify sur le premier semestre 2019.
- La Sacem n'a pas pu participer à l'exécution de la méthodologie commune en raison des contraintes calendaires.

PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE COMMUNE

Définition du périmètre et présentation des choix méthodologiques

Définition des périmètres

Périmètre musical : tout le catalogue



La totalité du catalogue musical (propre à chaque plateforme, hors podcast) sera incluse dans l'étude pour garantir une évaluation globale des impacts.

Périmètre temporel : année calendaire 2019



Afin de pallier des comportements saisonniers ou circonstanciels, l'étude sera conduite sur 12 mois consécutifs.

Périmètre géographique : utilisateurs en France



Pour garantir l'évaluation des impacts de manière globale, l'étude sera conduite sur l'ensemble de la consommation française (pas d'échantillonnage) incluant les contenus de tous les pays.

Périmètre utilisateurs : utilisateurs abonnés



Uniquement les utilisateurs abonnés payants seront pris en compte dans l'étude. Les utilisateurs freemium sont exclus.

Choix méthodologiques de réalisation des traitements ... et une segmentation statistique des utilisateurs

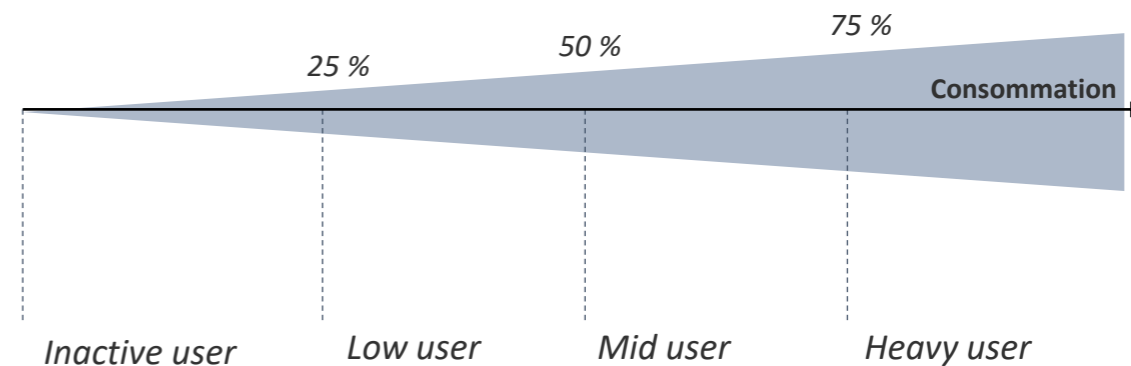
Valeur numeris

Comptabilisation des écoutes de manière unitaire

Valeur temporis

Comptabilisation des écoutes selon leur durée

Une attention particulière a été portée à l'approche *numeris* tant elle correspond au modèle le plus répandu aujourd'hui. Bien que l'approche *temporis* fût intégrée à la méthodologie commune, l'évaluation des impacts selon ce principe de calcul de la valeur *temporis* n'a pu être réalisée faute de données mises à disposition dans les délais de l'étude.



PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE COMMUNE

Axes d'analyse



Répartition des redevances

- répartition des parts de marché selon le type de distributeur, le pays de production des titres, le segment d'ancienneté des titres,
- analyse des écarts des parts de marché pour les titres, artistes et ayants droit entre les modèles MCPS et UCPS,
- calcul de l'indice de concentration pour le Top 100 ayants droit,
- évaluation de la concentration des redevances au sein des groupements d'utilisateurs (*heavy user, mid user, low user*).



Diversité musicale

- analyse de la valorisation des genres musicaux des titres,
- analyse de l'exposition au sein des classements artistes et titres.



Lutte contre la fraude, maîtrise des coûts, recommandations

- au cours de l'étude, il n'a pas été possible de définir une méthodologie permettant d'analyser de manière quantitative les impact du modèle UCPS sur les fraudes et recommandations. L'étude approche cette question de manière qualitative,
- de même, la question des coûts du passage d'un modèle à l'autre a-t-elle été abordée de façon qualitative, les données quantitatives et documentées n'ayant pu être fournies.

PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE COMMUNE

Principales limites



Identification des ayants droit

Limites

Les données disponibles sur les services de streaming permettent uniquement l'identification du **distributeur**.

Impacts

- Impossibilité d'étudier l'impact du passage à l'UCPS pour les producteurs (entre autres).



Genres musicaux

Limites

Les genres musicaux constituent des catégories auxquelles ne correspond **aucune définition partagée**. En outre, plusieurs genres musicaux peuvent être associés à un même titre, complexifiant ainsi la comptabilisation des genres.

Impacts

- Imprécision et approximation de l'étude des impacts du passage à l'UCPS sur la diversité des genres musicaux.



Date de publication

Limites

La date de publication d'un titre sur une plateforme de streaming **peut correspondre à différentes dates** : la date de première publication historique, la date de première publication sur la plateforme, la date de publication d'une compilation dont fait partie le titre...

Impacts

- Catégorisation de certains titres en tant que nouveautés alors que leurs dates de publication sont en réalité antérieures au seuil défini pour cette catégorie.

Deux autres limites :

- **pays de production** : information identifiée à partir du code pays présent dans l'ISRC (code pouvant comporter des inexactitudes) équivalent au pays d'immatriculation de l'enregistrement,
- **langue chantée** (francophonie) : non-disponibilité via les plateformes.



Recommandations algorithmiques

Les représentants des **ayants droits** ont regretté l'opacité entourant les modes de fonctionnement de ces différents services de recommandation. Certains ont exprimé, sans pouvoir le documenter, des craintes quant à l'orientation potentielle des utilisateurs via ces outils de recommandation, y compris vers des contenus libres de droits ou non musicaux, pour des motifs stratégiques ou financiers.

À l'inverse, les opérateurs de musique en ligne ont indiqué que les outils de recommandation constituaient un service très apprécié par les utilisateurs et que leur neutralité était une condition de leur efficacité, dans un contexte hautement concurrentiel. De plus, les plateformes interrogées ont indiqué s'être engagées dans la formalisation de codes de bonnes pratiques contre la manipulation des écoutes.

L'analyse quantitative de la répartition des redevances entre les écoutes « recommandées » et « autonomes » est complexe : elle nécessite une définition commune et partagée de ces catégories d'écoutes (écoutes autonomes/issues de recommandations, écoutes actives/passives), qui permette de réconcilier et de comparer des analyses provenant de caractéristiques propres à chaque plateforme et dépendant de mécanismes différenciants confidentiels. Par ailleurs, il reste difficile de discerner les écoutes issues de recommandations (algorithmiques et éditoriales) et de celles réalisées de manière autonome par l'utilisateur.

Dans ce contexte, la part d'écoute recommandée (générée automatiquement) est estimée très différemment selon l'interlocuteur : entre 10 % à 20 % selon les plateformes de musique en ligne et jusqu'à 80 % d'après certains labels.

Au regard du caractère hautement stratégique des services de recommandation dans l'accès aux œuvres musicales, un **travail d'étude et de concertation sur les modalités d'une plus grande transparence** en la matière semble devoir être poursuivi par le CNM, qui constitue un tiers de confiance pour les professionnels.



Coûts de mise en œuvre du modèle UCPS

Les coûts techniques **génèrent de l'inquiétude** chez plusieurs ayants droits et sont **estimés très différemment** selon les acteurs.

Les services de musique en ligne indiquent que dans l'hypothèse où les interfaces d'échange de données avec les ayants droit demeurent inchangées, **la charge relative aux développements et au maintien en conditions opérationnelles du modèle sera portée par les plateformes mais les estimations sont disparates :**

- Deezer affirme avoir déjà pris en charge les coûts techniques, majoritairement des coûts de développement assurés par 4 ingénieurs à mi-temps sur une période de 6 mois (soit environ 240 jours/homme),
- Spotify estime que le passage au UCPS induirait une hausse des frais de fonctionnement de 2 % à 3 %,
- certaines plateformes, dont la part de marché est moindre que celle de ces deux entreprises, n'ont pas encore estimé les éventuels coûts ou n'ont pas la capacité d'envisager de telles modifications au sein de leurs systèmes.

Sous réserve de cette hypothèse, **les ayants droit (distributeurs) auraient, en revanche, à leur charge des coûts de vérification des rapports et calculs remis par les plateformes.** Avec un modèle plus sophistiqué (multiples pondérations opérées à l'échelle des utilisateurs), la vérification des résultats des répartitions fournis selon la méthode UCPS par les plateformes serait plus complexe et pourrait engendrer des coûts de contrôle supplémentaires.

Les ayants droit interrogés ont exprimé une crainte de la **redistribution des coûts de mise en œuvre du modèle UCPS sur toute la chaîne de valeur** au détriment des artistes, producteurs et distributeurs. Ces coûts n'ont pas été estimés par les ayants droit, faute de données.

Une modification de système ne pourrait être envisagée sans une clarification de ce point.



Lutte contre la fraude

Le modèle UCPS semble pouvoir **limiter certains types de fraudes**. Le streaming de masse (via des « fermes d'écoutes » factices) verrait son impact sur la répartition des redevances fortement réduit sous ce modèle (puisque la redistribution se fait au niveau de l'utilisateur par rapport au nombre total d'écoutes sur la période). Il en serait de même avec la fraude liée au piratage de comptes (un compte ne peut générer plus de revenus que le montant de son abonnement lié, il serait alors nécessaire de pirater un plus grand nombre de comptes).

En revanche, le passage au modèle UCPS pourrait **renforcer certaines techniques de fraudes ou en faire émerger de nouvelles** telles que le ciblage des utilisateurs peu intensifs ou inactifs (*low/inactive users*) ou le piratage de sous-comptes non utilisés au sein des offres famille. Il est très probable que les fraudeurs professionnels trouveront des alternatives pour générer des revenus, quels que soit le modèle de rémunération.

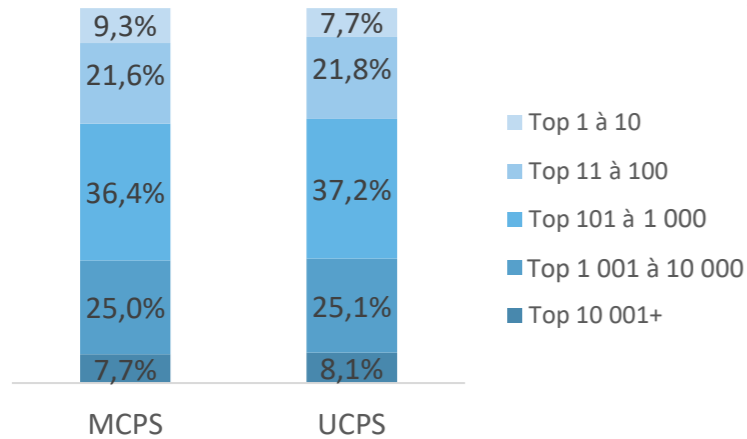
La lutte contre la fraude est un sujet qui dépasse largement la seule question de la redistribution des redevances. Il s'agit de l'un des enjeux principaux du streaming musical, sur lesquels les plateformes sont régulièrement interpellées par tous les ayants droit.

L'UCPS ne peut être considéré comme un bouclier infaillible contre tous les types de fraudes présents sur les plateformes. L'UCPS n'est ni le seul moyen pour lutter contre la fraude, ni le meilleur : **une vigilance continue des plateformes pour détecter les écoutes frauduleuses est primordiale et une transparence des méthodes employées appelée de leurs vœux par les ayants droit.**

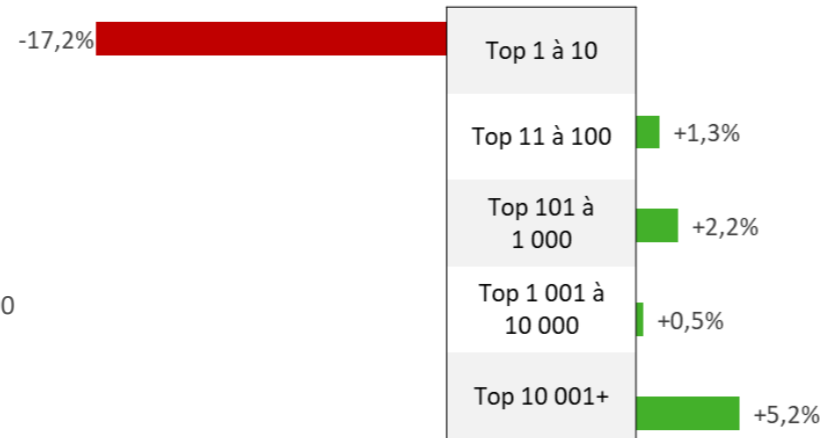


RÉSULTATS QUANTITATIFS

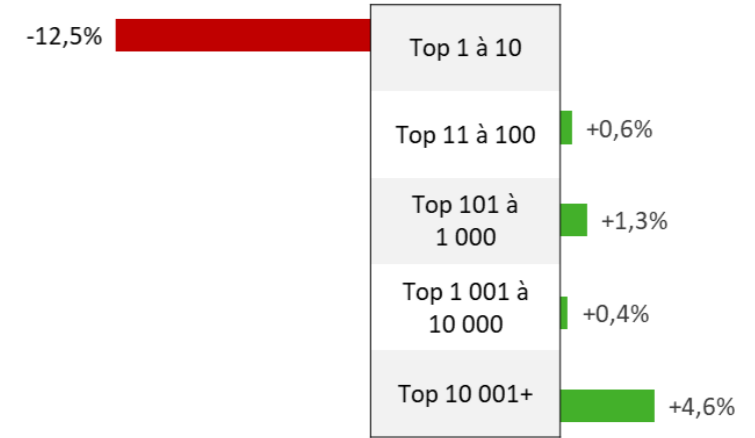
Répartition des redevances — Top artistes (analyse comparée des résultats Deezer et Spotify)



Répartition des redevances au sein du Top artistes (Deezer 2019)



Évolution du montant de redevances par artiste selon leur classement avec un passage au modèle UCPS (Deezer 2019)



Évolution du montant de redevances par artiste selon leur classement avec un passage au modèle UCPS (Spotify, échantillon aléatoire de 100 000 utilisateurs standard premium, S1 2019)

L'UCPS a pour effet de d'atténuer les redevances fléchées sur le Top 10 artistes (-17,2 % résultats Deezer, -12,5 % résultats Spotify), de stabiliser le milieu du classement avec une faible augmentation des redevances perçues et de nettement augmenter les redevances vers les artistes les moins écoutés (> 10 000^e rang) (+5,2 % résultats Deezer, +4,6 % résultats Spotify).

En valeur, cette augmentation des redevances pour les artistes les moins écoutés semble moins significative compte tenu de leur poids dans la répartition des redevances.



RÉSULTATS QUANTITATIFS

Projection financière — Top artistes (sur la base des résultats Deezer)

Top artistes	Part MCPS	Part UCPS	Évolution (pt.)	Évolution (%)	Évolution (€)*	Variation financière moyenne des redevances reversées à l'ensemble de la chaîne (distributeurs, producteurs, artistes) selon l'approche par artiste
Top 10	9,3 %	7,7 %	-1,60	-17,2 %	-4 574 223 €	-457 422 €
Top 11 à 100	21,6 %	21,8 %	0,28	1,3 %	810 407 €	9 005 €
Top 101 à 1 000	36,4 %	37,2 %	0,79	2,2 %	2 259 493 €	2 511 €
Top 1 001 à 10 000	25,0 %	25,1 %	0,12	0,5 %	348 351 €	39 €
Top 10 001+	7,7 %	8,1 %	0,40	5,2 %	1 155 972 €	< 10 €

(*) Répartition effectuée sur la base des chiffres 2019 du marché des ventes des abonnements du streaming audio estimé à 285 763 k€, valeur gros HT (part du distributeur).
Source : SNEP

Afin d'appréhender financièrement les impacts du passage au modèle UCPS, une projection financière des impacts calculés sur le Top artistes a été réalisée sur le marché du streaming concerné par cette étude, sur la base des résultats Deezer. Cette extrapolation relève d'une estimation ayant pour but de rendre compte des montants financiers associés aux variations calculées. La variation financière moyenne a été calculée à partir de l'évolution en points entre la part MCPS et la part UCPS, rapportée au nombre d'artistes de la tranche concernée :

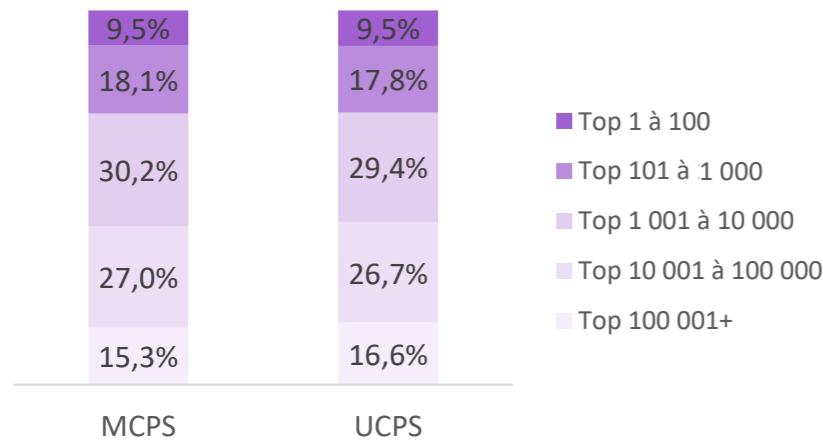
- le Top 10 artistes est plus fortement impacté avec une **diminution des redevances de -17,2 %** soit un montant de redevances annuelles reversées aux ayants droit de l'ordre de plusieurs centaines de milliers d'euros en moyenne,
- au-delà du Top 10 000 artistes, les redevances reversées par artiste à l'ensemble de la chaîne sont en moyenne inférieures à 10 €. Le passage à l'UCPS aurait donc un **impact relatif** sur les redevances générées pour les artistes les moins écoutés.

Il convient de souligner que **les situations peuvent être très disparates au sein d'une même tranche entre les artistes qui la composent.** En outre, l'approche statique et non dynamique n'intègre pas l'atténuation de la baisse et l'amplification de la hausse en valeur qu'impliquerait une forte croissance des revenus issus des abonnements du streaming.

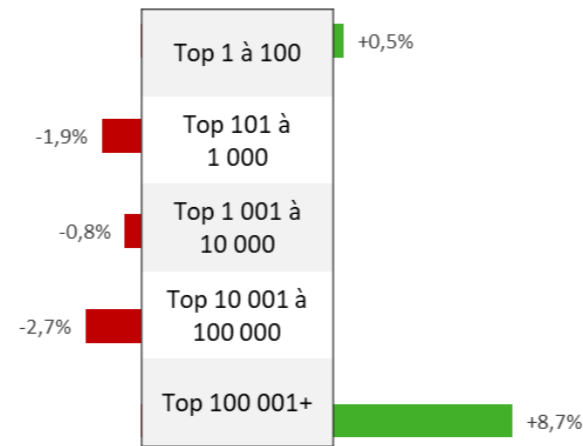


RÉSULTATS QUANTITATIFS

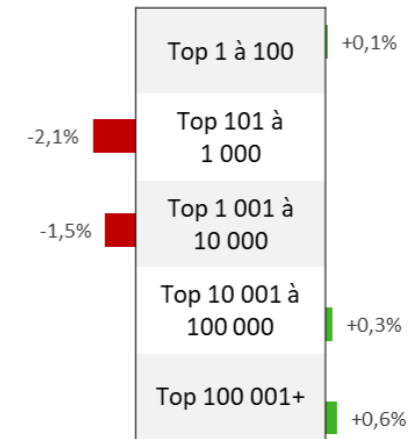
Répartition des redevances — Top titres (analyse comparée des résultats Deezer et Spotify)



Répartition des redevances au sein du Top titres (Deezer 2019)



Évolution du montant de redevances par titre selon leur classement avec un passage au modèle UCPS (Deezer 2019)



Évolution du montant de redevances par titre selon leur classement avec un passage au modèle UCPS (Spotify, échantillon aléatoire de 100 k utilisateurs standard premium, S1 2019)

Le Top 100 titres est très légèrement impacté à la hausse, le Top 101 à 10 000 impacté à la baisse et les résultats ne convergent pas sur le Top 10 001 à 100 000. Au-delà du Top 100 000, les titres percevraient en moyenne une part de redevances nettement plus importante avec l'UCPS selon les résultats de Deezer mais cette tendance n'est pas confirmée par les résultats de Spotify. L'écart constaté entre les analyses des deux plateformes pourrait s'expliquer par les limites et la représentativité de l'échantillon de données Spotify (100 000 utilisateurs standard premium).

Aucune projection financière n'a été réalisée sur le Top titres.



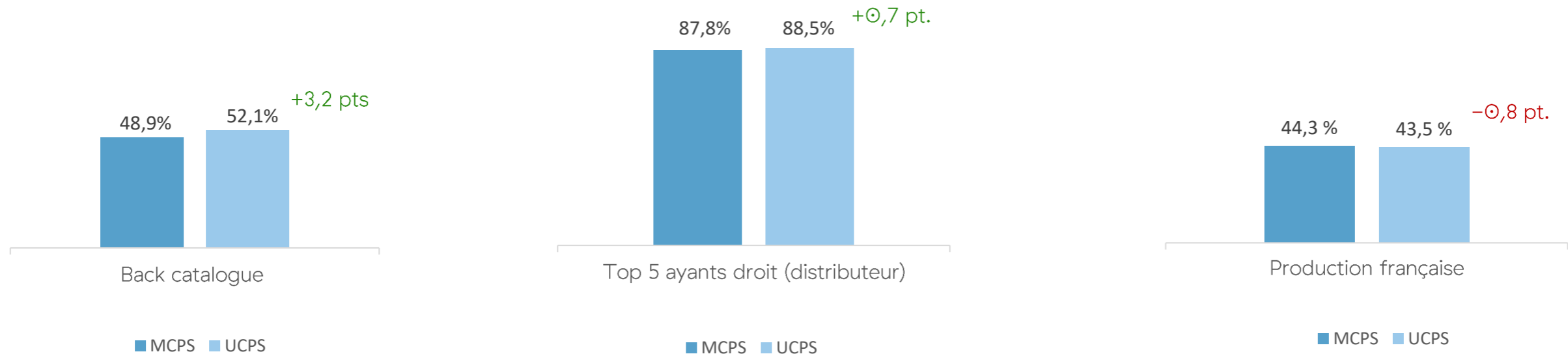
RÉSULTATS QUANTITATIFS

Répartition des redevances — Back catalogue, distributeurs prédominants et production française (résultats Deezer)

Une évolution vers le modèle UCPS aboutit à une **revalorisation du back catalogue (+3,2 pts)** et des ayants droit prédominants du marché (+0,7 pt.) pour le Top 5 ayants droit en nombre d'écoutes. À noter que les limites autour de la définition du back catalogue viennent sous-évaluer le volume du back catalogue.

Par ailleurs, le modèle UCPS occasionne une **légère baisse des redevances redistribuées aux titres de production française (-0,8 pt.)** avec les limites évoquées concernant le mode d'identification de la nationalité.

La part du Top distributeurs progresse très légèrement (+0,7 pt.).



Part de redevances du back catalogue (Deezer 2019)

Part de redevances du Top 5 ayants droit (Deezer 2019)

Part de redevances de la production française* (Deezer 2019)

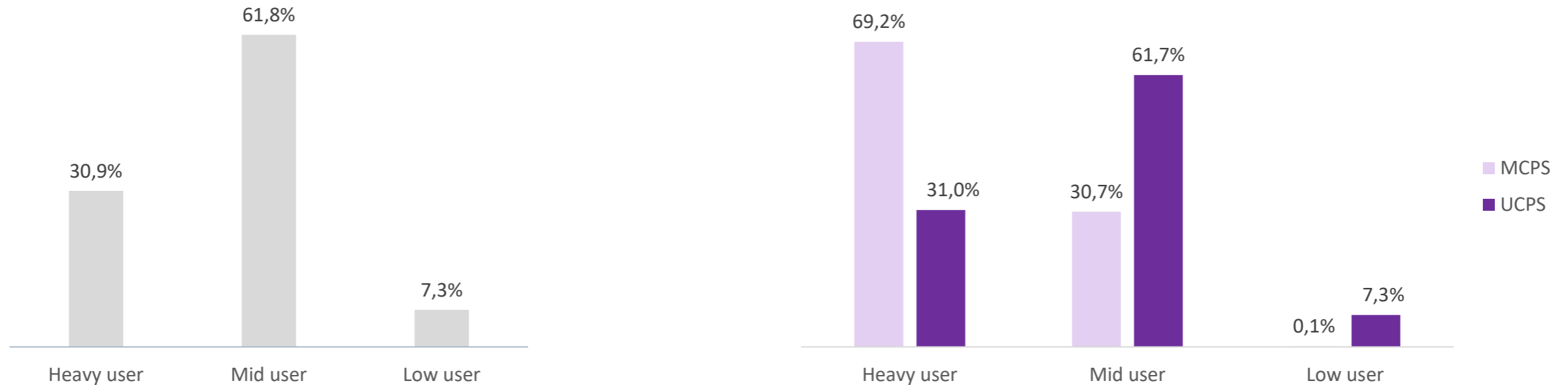
(*) La production française est identifiée à partir du code pays présent dans le code ISRC de chaque enregistrement.



RÉSULTATS QUANTITATIFS

Répartition des redevances des utilisateurs par typologie de consommation (résultats Deezer)

Par définition, le modèle UCPS limite la redistribution des redevances par chaque utilisateur à la hauteur du coût de son abonnement. Ce principe a pour conséquence de limiter « l'aspiration » des redevances par les utilisateurs intensifs (*heavy users*) identifiée dans le modèle actuel.



Répartition des utilisateurs par typologie de consommation (Deezer 2019)

Répartition des redevances par typologie de consommation (Deezer 2019)

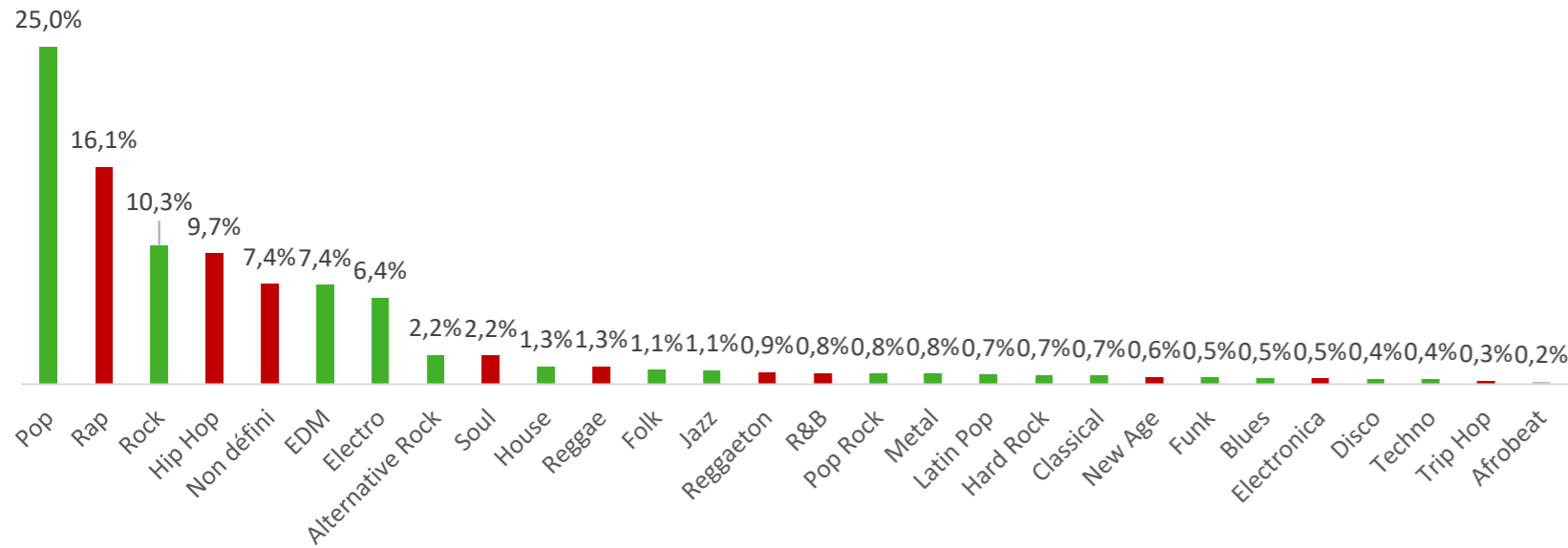
Cette approche par typologie d'utilisateurs* mériterait d'être approfondie. À titre d'illustration, les résultats communiqués par Deezer montrent que les *mid users* représentent 60 à 70 % des utilisateurs indépendamment de la tranche d'âge étudiée. En outre, 36 % des *heavy users* sont âgés de 0 à 25 ans, soit une part comparable à celle observée dans le total des utilisateurs (33 %).

*La typologie de consommation d'un utilisateur est définie à partir de différents paliers du nombre d'écoutes mensuelles par utilisateur. L'identification du 1^{er} et du 3^e quartile du nombre d'écoutes mensuelles par utilisateur permettra de définir les segments suivants : le nombre d'écoutes d'un utilisateur intensif (*heavy user*) sera supérieur à la valeur du 3^e quartile, celui d'un utilisateur peu intensif (*low user*) sera inférieur à la valeur 1^{er} quartile, tandis que celui d'un utilisateur moyen (*mid user*) sera situé entre la valeur du 3^e et du 1^{er} quartile. L'adoption d'une telle définition assure une définition mathématique précise qui ne cessera de réévaluer la segmentation des utilisateurs de manière relative à la consommation générale.



RÉSULTATS QUANTITATIFS

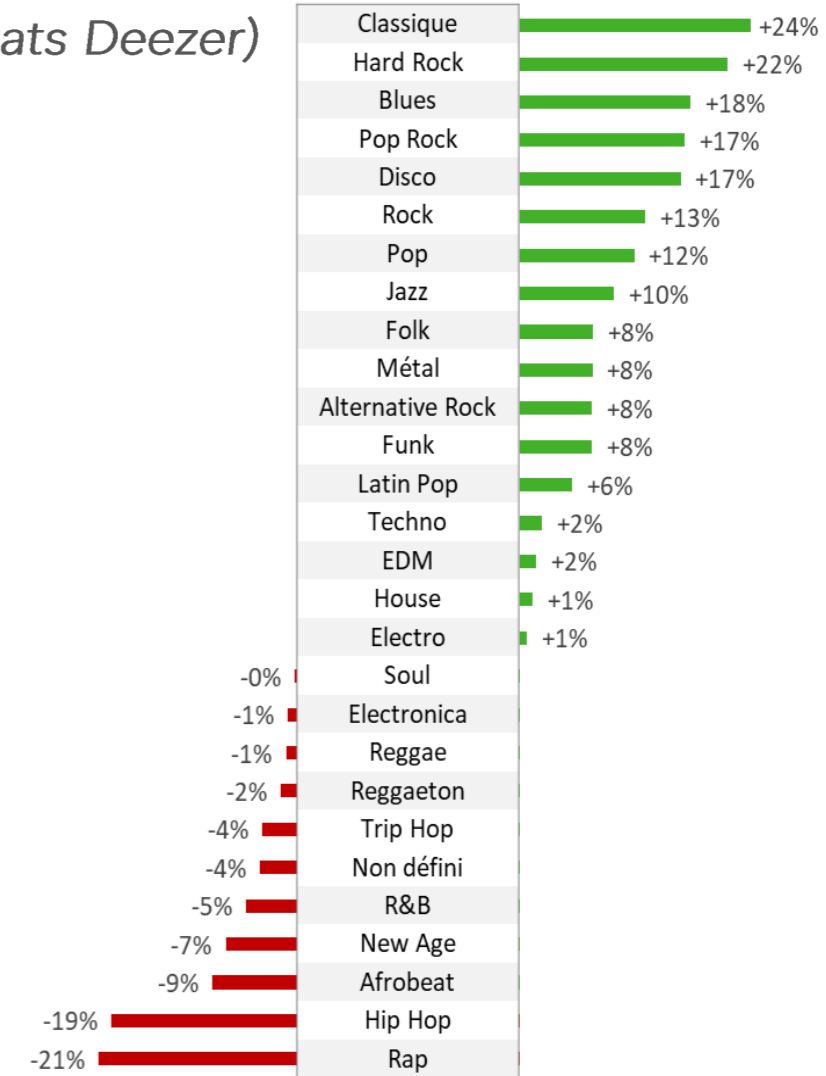
Répartition des redevances sur les genres musicaux des titres (résultats Deezer)



Répartition de consommation parmi les genres musicaux* des titres (Deezer 2019)

(* Classification des genres musicaux de Deezer)

- Les genres dont la part d'écoute est la plus faible sont, en majorité, positivement impactés par le modèle UCPS. La musique classique (+24 %), le hard rock (+22 %) et le blues (+18 %) sont les genres musicaux les mieux revalorisés en pourcentage (l'impact financier global resterait relatif du fait de leur faible part en écoutes).
- Au sein des genres très populaires, la pop et le rock sont positivement impactés (+12 % et +13 %), tandis que le rap et le hip hop le sont négativement (-21 % et -19 %).
- Ces résultats moyens masquent des disparités liées à la popularité de certains titres au sein de chaque genre.
- Et comme pour les autres résultats quantitatifs présentés, ils sont présentés pour 2019, toutes choses égales par ailleurs et sans prise en compte des évolutions du marché.

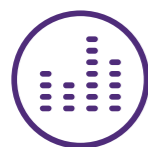


Évolution du montant de redevances par genre musical* des titres avec un passage au modèle UCPS (Deezer 2019)

(* Classification des genres musicaux de Deezer)

CONCLUSION SUR LES IMPACTS DU PASSAGE À L'UCPS

Conclusions selon les axes d'analyse entrepris dans cette étude



Répartition des redevances

- Par définition, le modèle UCPS limiterait l'aspiration des redevances par les écoutes des utilisateurs intensifs, identifiées dans le modèle actuel.
- Il profiterait en pourcentage d'évolution aux artistes dont l'audience est la plus modeste même si l'impact financier effectif (en valeur) serait plus faible pour ces mêmes artistes.
- Il favoriserait une revalorisation de la part de marché du *back catalogue* et aurait un impact négatif sur la production française.



Coûts de mise en œuvre

- Dans l'hypothèse où les interfaces d'échange de données demeurerait inchangées, le développement du modèle devrait être principalement à la charge des plateformes.
- Au global, la charge financière de ces coûts pourrait être répartie entre l'ensemble des parties prenantes de la filière. Pourrait également s'ajouter une augmentation des coûts de contrôle, compte tenu de la plus grande complexité du système.



Diversité des genres musicaux

- Le modèle UCPS favoriserait la revalorisation des genres de niche : classique (+24 %), hard rock (+22 %), blues (+18 %) par exemple, mais l'impact financier (en valeur) serait relatif à leur part de marché malgré une croissance à deux chiffres.
- Au sein des esthétiques les plus populaires, le modèle UCPS conduirait à une évolution défavorable au rap (-21 %) et au hip hop (-19 %), mais favorable au rock (+13 %) et à la pop (+12 %). Compte tenu de leurs parts de marché la redistribution en valeur y serait la plus significative.



Lutte contre la fraude

- Le modèle UCPS permettrait de réduire l'impact d'une des fraudes existantes qui consiste à réaliser un maximum d'écoutes pour des titres et artistes ciblés.
- Avec la mise en place de l'UCPS, la fraude pourrait évoluer vers le ciblage d'utilisateurs peu intensifs ou inactifs ou encore le piratage de sous-comptes au sein des comptes partagés.

LES ENSEIGNEMENTS DE CETTE ÉTUDE

Quelles suites donner ?

Progresser en matière de transparence et d'accessibilité aux données

- Certaines données ne sont tout simplement pas disponibles, comme l'identification de la **langue chantée** ou des **ayants droit au-delà des seuls distributeurs**. D'autres manquent de fiabilité comme l'identification du **pays de production** via les codes ISRC.
- Certains opérateurs n'ont pas souhaité participer à l'étude. En outre, aucun n'a communiqué de données permettant d'intégrer à l'analyse une **approche quantitative des enjeux du UCPS en matière de coûts de mise en œuvre, de recommandation et de fraude**.

Observer la diversité musicale sur les services de musique en ligne, notamment en matière de recommandation

- Le CNM est engagé depuis l'été dernier dans une **extension de l'observatoire de la diversité musicale produite et exposée au champ du numérique**. La mise en place du nouvel appareil d'observation sera assurée au cours de l'année 2021 et permettra notamment de progresser dans la mise à disposition de données aujourd'hui manquantes.
- Dans la continuité de ce travail, le CNM propose d'engager un volet spécifique, le cas échéant avec le soutien d'universitaires, sur la question des **outils de recommandation**.

Accompagner le développement du streaming payant en France

- Le nombre d'abonnés aux offres payantes de streaming en France est inférieur à celui de nos voisins européens. Le relais de création de valeur, pour toutes les esthétiques que représentent le développement et la diversification des usages et des publics, est un sujet majeur.
- L'établissement propose d'engager une **réflexion prospective avec l'ensemble des acteurs de la filière, en lien avec le ministère de la Culture, sur les enjeux et modalités d'un développement plus important du streaming en France, en veillant à la soutenabilité des modèles économiques de l'ensemble des acteurs**.