



Centre national
de la musique

[AFRIQUE DU SUD]

Fiche marché

Le marché de la musique en Afrique du Sud

Le marché de la musique en Afrique du Sud

SOMMAIRE

Quelques repères	p. 3
<ul style="list-style-type: none">• Organismes de gestion collective (OGC)• Organisations professionnelles• Événements professionnels	
Contexte	p. 5
<ul style="list-style-type: none">• Les grands chiffres• Contexte politique, économique et social• Analyse démographique	
Le marché de la musique enregistrée	p. 8
<ul style="list-style-type: none">• Revenus du secteur• Focus sur les revenus du numérique• Plateformes de streaming• Importance de la radio• Répertoire local vs international• Répertoires les plus écoutés (par style)	
Les acteurs de la musique enregistrée	p. 12
<ul style="list-style-type: none">• Labels• Distribution numérique• Points de vente	
Live	p. 14
<ul style="list-style-type: none">• Salles de concert• Festivals• Promoteurs et agences de booking	
Publishing	p. 17
<ul style="list-style-type: none">• Collectes des organismes de gestion de droits• La loi encadrant le droit d'auteur• Éditeurs	
Médias	p. 20
<ul style="list-style-type: none">• Réseaux sociaux• Paysage radiophonique• Paysage télévisuel• Presse musicale	

Quelques repères

Organismes de gestion collective (OGC)

SAMRO (South African Music Rights Organisation)

- organisme de gestion des droits des auteurs, compositeurs, éditeurs ;
- assure la collecte et la répartition des droits d'auteur pour la diffusion publique.

[Équivalent Sacem]

CAPASSO (Composers, Authors and Publishers Association)

- organisme de gestion des droits des auteurs, compositeurs, éditeurs ;
- assure la collecte et la répartition des droits d'auteur pour la reproduction mécanique.

[Équivalent SDRM]

SAMPRA (South African Music Performance Rights Association)

- organisme de gestion des droits des artistes-interprètes et des labels ;
- assure la collecte et la répartition des droits voisins pour la rémunération équitable.

[Équivalent SCPP/SPPF – Adami/SPEDIDAM]

Organisations professionnelles

RISA (Recording Industry of South Africa)

- représente les intérêts des labels et distributeurs ;
- représente l'IFPI en Afrique du Sud.

[Équivalent SNEP]

AIRCO (Association of Independent Record Companies)

- représente les intérêts des labels indépendants.

[Équivalent UPFI]

MPASA (Music Publishers Association of South Africa)

- représente les intérêts des éditeurs.

[Équivalent CSDM]

MASA (Musicians Association of South Africa)

- collectif représentant les intérêts des artistes-interprètes.

IMEXSA (Independent Music Exporters South Africa)

- facilite le développement de la musique sud-africaine dans le monde.

[Équivalent ex-Bureau Export I CNM]

IMC (Independent Music Community)

- représente les labels indépendants depuis 2020.

[Équivalent Félin]

Événements professionnels

Moshito Music Conference and Exhibition

Le salon se tient annuellement à Johannesburg et se positionne comme une plateforme de rencontre entre la musique et le business. Une thématique différente est accordée à chaque édition. Seulement des artistes locaux y performent en showcases.

KZN Music Imbizo

Le salon international se tient annuellement à la fin du mois d'août à Durban, réunissant des acteurs continentaux de l'industrie autour d'une réflexion sur le développement de l'industrie musicale en Afrique.

Music Exchange

La conférence se tient annuellement au mois de septembre au Cap et cherche à renforcer l'industrie du divertissement à l'échelle nationale.

ACCES

La principale conférence musicale en Afrique est organisée annuellement par la Fondation Music In Africa dans une ville différente du continent. L'édition 2021 a eu lieu à Johannesburg.



Moshito Music Conference and Exhibition, 2017

Contexte

Les grands chiffres

Société	
Population	60,04 millions d'habitants (2021)
Langues	afrikaans, anglais, ndebele, pedi, sotho, swazi, t songa, t sw ana, venda, xhosa, zoulou et langue des signes sud-africaine
Monnaie	rand (ZAR)
Cours	1R - 0,059 € (2021)
Croissance démographique	0,84 (2021)
Espérance de vie	H : 60/F : 65 (2022)
Age moyen	27,6 (2021)
IDH	0,709 (2019)
Économie	
PIB	310,7 Md€ (2021)
PIB par habitant	6 017 €
Croissance annuelle	0,2 % (2021)
Dette publique	69,9 % (2021)
Taux de chômage	28,5 % (2021)
Salaire mensuel moyen	23 502 R (2021) - 1 386 € environ
Communication	
Pénétration smartphone	65 % (2021)
Pénétration internet	68 % (2021)
Abonnements internet haut débit	6,2 M (2020)
Abonnement téléphone haut débit	10,2 M (2020)
Industrie musicale	
Ventes de musique enregistrée	43,6 M€ (2021)
Collecte du droit d'auteur	38 M€ (2020)
Live (ticketing)	28,8M€ (2022)
Part du digital	95,3 % (2022)

Contexte politique, économique et social

Avec un PIB de 351 milliards de dollars, l'Afrique du Sud est classée 34e au classement des pays par PIB, d'après le FMI en 2019. L'Afrique du Sud est le pays le plus industrialisé d'Afrique. Depuis 1994, la jeune démocratie d'Afrique du Sud est sous l'autorité de l'African National Congress, le parti de Mandela.

Avec un territoire s'étalant sur 1 219 912 km², l'Afrique du Sud est le 25e pays le plus grand au monde.

En 2022, selon le département statistique de la République d'Afrique du Sud¹, elle compte une population de 60 millions de personnes, dont :

- 81 % de noirs africains ;
- 8,8 % de métis ;
- 7,7 % de blancs ;
- 2,6 % de population indienne et asiatique.

En 2022, l'espérance de vie à la naissance était de 60 ans pour les hommes et de 65 ans pour les femmes. Environ 28,7 % de la population a moins de 15 ans (soit environ le double de la part de la plupart des pays développés) et environ 8,7 % ont plus de 60 ans.

Malgré son niveau de développement élevé par rapport aux autres pays du continent, le pays doit faire face à de forts problèmes d'inégalité. L'Afrique du Sud est le pays le plus inégalitaire au monde d'après l'indice de GINI (63,00). Selon l'OCDE, « le chômage reste élevé, à 28 % de la population active, ce qui contribue à renforcer les inégalités de revenus ». L'Afrique du Sud est un pays très divisé et il y a une forte insécurité dans les villes.

En matière d'infrastructures, l'Afrique du Sud offre des équipements, une technologie et un accès à Internet comparables à ceux des pays occidentaux, ainsi que des soins de santé de qualité. En outre, le pays dispose d'excellents réseaux routiers, ferroviaires et aériens. Les transports publics incluent le Gautrain, un service de train de banlieue de 80 kilomètres entre Johannesburg et Pretoria et un système de Bus Rapid Transit. Les systèmes bancaires et financiers sont développés et l'on peut utiliser des cartes Visa ou Mastercard quasiment partout. Ces conditions facilitent le développement des industries culturelles.

Enfin, la musique joue un rôle clé dans la construction culturelle de la population. Selon l'IFPI, 75 % de la population sud-africaine se considère comme étant des « music lovers » (amoureux de musique). C'est la proportion la plus élevée au monde.

¹ [Mid-year population estimates 2022](#), Statistics South Africa, 2022

Analyse démographique

La population sud-africaine vit en zone métropolitaine à 41 %, dans les villes à 28 % et en zone rurale à 31 %.

Régions

- Gauteng est la province la plus peuplée et représente 26,7 % de la population sud-africaine avec 5,9 millions de personnes vivant à Johannesburg et 2,7 millions à Pretoria.
- KwaZulu-Natal est une province peuplée par 11,5 millions de personnes (19 %), dont 600 000 habitent à Durban (zone métropolitaine : 3,7 millions).
- Le Cap-Ouest et le Cap-Est sont les provinces les plus au sud du pays. 4,7 millions de personnes vivent au Cap. Avec une population d'environ 1,3 million de personnes (2,2 %), le Cap-Nord est la province avec la part d'habitants la plus faible du pays.

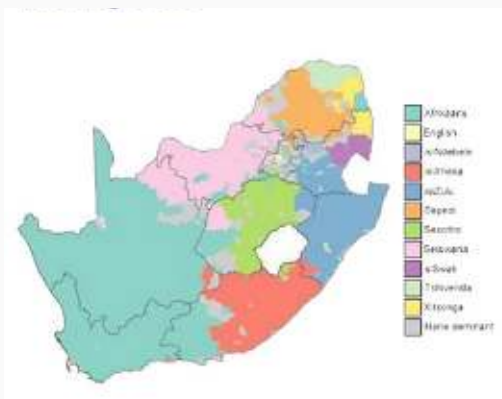
Langues

Il y a onze langues officielles en Afrique du Sud. Le zoulou et le xhosa sont les plus parlés. Vient ensuite l'afrikaans qui est parlé en particulier dans la région du Cap. L'anglais est majoritaire dans la province de Gauteng.

Ethnies

La répartition ethnique varie d'une ville à l'autre :

- À Durban, 51 % des habitants sont noirs africains. Presque un quart de la population est indienne ou asiatique tandis que 15,3 % sont blancs et 8,6 % sont métis.
- À Johannesburg, on compte 76,4 % de noirs africains, 5,6 % de métis, 12,3 % de blancs et 4,5 % d'Indiens ou Asiatiques.
- Au Cap, on compte 42,4 % de métis, 38,6 % de noirs africains, 15,7 % de blancs, 1,4 % d'Indiens ou Asiatiques et 1,9 % d'autres ethnies.



Le marché de la musique enregistrée

Revenus du secteur

Le marché sud-africain de la musique enregistrée est classé au 37^e rang mondial en 2022, selon le classement de l'IFPI. Après une forte chute des ventes physiques, longtemps non compensées par le numérique, le marché renoue avec la croissance, bien que les revenus par habitant restent faibles et que le marché n'ait toujours pas retrouvé sa valeur de 2015.

Focus sur les revenus du numérique

Les revenus des abonnements de streaming sont en nette croissance. Mais, ils ne représentent que 27 M\$ (à titre comparatif, ils atteignent 447 M\$ en France). Alors qu'iTunes fut très populaire en Afrique du Sud, les téléchargements ont chuté de plus de moitié entre 2020 et 2021. Le marché des sonneries téléphoniques est important : à l'image d'autres pays africains, la personnalisation des sonneries est très consommée en Afrique du Sud. Bien qu'il y ait une excellente éducation numérique et malgré une forte percée des smartphones et un bon accès à Internet, les partenaires interrogés expliquent la faible consommation de streaming par le coût encore trop important des données cellulaires (3G, 4G) et l'inadéquation des modèles d'abonnements mensuels des plateformes avec les modes de consommation sud-africains.

	2017	2018	2019	2020	2021
Abonnement streaming	8,3	15,7	23,4	26,5	27,0
Revenus publicitaires audio	0,6	1,1	2,8	3,7	4,9
Revenus publicitaires vidéo	1,7	2,4	2,9	3,3	5,8
Streaming	10,6	19,1	29,1	33,5	37,6
Téléchargement	5,0	4,3	2,8	1,6	1,0
Mobile et autre digital	4,0	2,8	2,0	1,1	0,7
Téléchargement	9,0	7,2	4,8	2,8	1,7
CDs	8,5	6,2	4,1	1,4	0,4
Vinyles	0,6	0,3	0,4	0,1	0,0
Vidéos musicales	0,5	0,6	0,3	0,1	0,0
Physique	9,6	7,0	4,8	1,6	0,5
Droits d'exécution	11,0	14,7	19,4	15,7	15,2
Synchronisation	0,8	1,3	1,1	0,8	0,8
TOTAL	41,0	49,3	59,2	54,4	55,8

Source : [Global Music Report 2021](#), IFPI, 2022 (données en M\$)

Plateformes de streaming

De nombreuses plateformes internationales de streaming et de téléchargement ont été développées en Afrique du Sud. Grâce à une forte présence d'iTunes, Apple Music a été l'une des premières plateformes de streaming à s'implanter dans le pays (2015), peu après Deezer (2014). Spotify, présent depuis 2017, domine le marché avec 2,5 millions d'utilisateurs mensuels. De plus, Spotify est présent sur Samsung Music, la troisième application de musique ayant le plus d'utilisateurs actifs, grâce à un partenariat qui permet d'y synchroniser son compte. Google Play Music, présente dès 2015 sur le territoire, a profité de l'entrée de YouTube Music sur le marché en 2019 pour fusionner avec elle, et totalise aujourd'hui 1,2 million utilisateurs mensuels. Par ailleurs, la plateforme SoundCloud est assez populaire en Afrique du Sud. Elle fait partie des 10 applications de musique ayant le plus grand nombre d'utilisateurs actifs.

La plateforme de streaming nigérienne Boomplay est la première plateforme à l'échelle continentale : elle compte 60 millions d'utilisateurs écoutant 70 % de musique africaine. Elle est présente en Afrique du Sud depuis 2015, tout comme la plateforme kenyane Mdundo, qui est cependant moins populaire dans le pays. Simfy Africa a quant à elle stoppé son activité de streaming musical en 2021 après presque une décennie d'activité, laissant place à Ayoba, un service de messagerie africain dont une des fonctions additionnelles est l'écoute de musique. La plateforme de streaming africaine Audiomack est présente en Afrique du Sud depuis 2018, et l'abonnement est gratuit. Elle est plutôt spécialisée dans le contenu hip-hop, et a récemment signé un accord de licence avec Universal Music Group (juin 2022).

Il existe également des plateformes locales, proposant une offre davantage ciblée sur le répertoire local, à l'instar de la plateforme Groot Tunes qui est focalisée sur le répertoire afrikaner.

Le développement des plateformes est renforcé par des partenariats avec des compagnies de télécommunications. Ceux-ci prennent la forme de « bundles », qui permettent de coupler des forfaits mobiles à un abonnement premium sur une plateforme de streaming, ou d'offrir des abonnements préférentiels aux utilisateurs. Ainsi, Spotify, Apple Music et Deezer ont des accords de partenariat avec Vodacom (groupe Vodafone). L'implantation de Tidal sur le continent s'est fait en partenariat avec l'opérateur MTN, l'Afrique du Sud étant le premier pays africain où la plateforme était disponible, dès 2015.

D'autres opérateurs mobiles comme MNT Play conçoivent leur propre plateforme. Certaines plateformes naissent également d'une fusion, c'est par exemple le cas de Telkom Music qui résulte d'une fusion entre l'opérateur Telkom et la plateforme chinoise Joox (appartenant à Tencent).

Selon Data.ia², les applications musicales les plus téléchargées quotidiennement sur mobile en Afrique du Sud sont Spotify et Shazam. Arrivent derrière des applications permettant de faire du « ripping », ce qui donne une idée de l'importance du piratage en Afrique du Sud. Avoir ses titres sur les plateformes locales est un atout pour les rendre disponibles en sonneries.

² Top Applis Musique, [Data.ia](https://www.data.ia.com), 2022

Importance de la radio

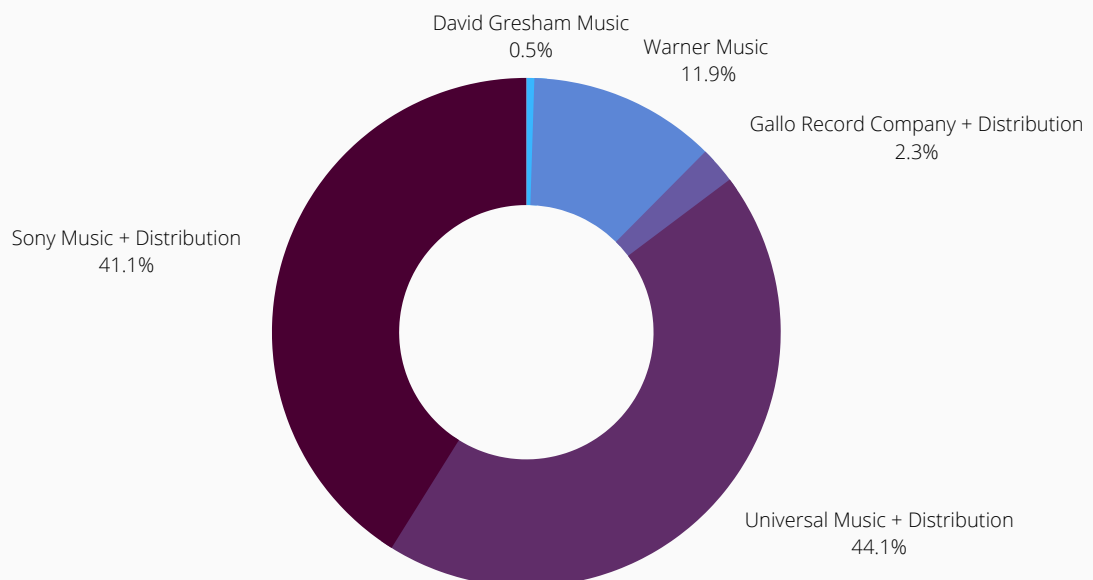
La radio est le deuxième média le plus puissant pour faire découvrir sa musique en Afrique du Sud, récemment dépassé par les réseaux sociaux. Il existe un nombre très important de radios dans le pays. Chaque type de musique peut y trouver une place dédiée.

Pour plus d'informations concernant la radio en Afrique du Sud, voir p. 19.

Répertoire local vs international

Le répertoire international représente une part de marché importante en Afrique du Sud. Selon RiSA (Recording Industry of South Africa)³, le répertoire local ne représente que 19 % des revenus de la musique enregistrée en Afrique du Sud en 2020. RiSA ne prend néanmoins en compte que certains labels et maisons de disques importants, dont la répartition par part de marché est ci-dessous.

Selon MIDiA⁴, le répertoire écouté serait à 40 % local, à 20 % régional et à 40 % international. Le répertoire international est largement dominé par les productions anglo-saxonnes. La baisse des ventes de la musique enregistrée affecte davantage le répertoire local que le répertoire international. Toutefois, la présence de la musique locale sur les stations de radio est plus forte que dans les ventes de musique.



³ [Market Share - All formats \(January 2020 - December 2020\)](#), RiSA (2021)

⁴ [Africa and Asia music repertoire share](#), MIDiA Research, 2019

Répertoires les plus écoutés (par style)

Il n'existe pas de statistiques récentes permettant de quantifier les parts de marchés par style. Cependant, les revenus générés par les créateurs sud-africains pour chaque répertoire selon Music in Africa⁵, permettent d'identifier les genres les plus rémunérateurs :

- les musiques urbaines, électroniques et pop ;
- le répertoire religieux (le gospel et les styles choraux) ;
- les musiques traditionnelles ;
- la musique classique ;
- le jazz.

La richesse du répertoire local traduit de la diversité musicale du pays. D'une part, il est principalement constitué de musiques traditionnelles, telles que le mqamba et le mbube. D'autre part, la forte présence du jazz dans le pays a fait émerger des genres spécifiques à certains territoires comme la musique xhosa, le marabi ou encore le Cape jazz. Cet ancrage territorial existe également dans les musiques électroniques, avec, entre autres, le gqom qui est originaire de Durban, ou encore l'amapiano⁶ qui est passé des townships à une exposition internationale sur TikTok. Cette visibilité sur les réseaux sociaux a contribué à l'essor des musiques électroniques, dominantes aujourd'hui, que ce soit à travers le répertoire local ou international.

En effet, la musique européenne écoutée en Afrique du Sud repose majoritairement sur les musiques électroniques et urbaines, et celles de la diaspora africaine d'Europe.

Enfin, le hip-hop se distingue en reprenant autant les codes américains (kwaito) que les codes locaux (kasi rap).



⁵ [Revenue streams for music creators in South Africa](#), Music in Africa, 2022

⁶ [Comment l'amapiano sud-africain est parti à la conquête du monde](#), TRAX, 2021

Les acteurs de la musique enregistrée

Labels

Universal Music Group et Sony Music Entertainment possèdent les plus importantes parts de marché en Afrique du Sud. Gallo Music, le plus ancien et le plus important des labels indépendants en Afrique du Sud, garde la plus grande part de marché en ce qui concerne les ventes sur le répertoire local, bien que celle-ci diminue d'année en année malgré ses acquisitions d'autres labels.

Voici les principaux labels indépendants :

- [David Gresham Music](#)
- [Gallo Record Company](#)
- [New Money Gang](#)
- [Afrotainment](#)
- [Eagle Entertainment](#)
- [Next Music](#)
- [Ambitiouz Entertainment](#)
- [VTH Season](#)
- [JNS Musiek](#)
- [Spirit Music Group](#)

Selon l'Independent Music Community (IMC), une cinquantaine de labels se partageraient les 5 % des producteurs indépendants dans le marché phonographique avec un degré de professionnalisation qui varie grandement. En effet, de nombreux labels indépendants sont dirigés par les artistes eux-mêmes avec, pour certains d'entre eux, un manque de connaissance du marché et de ressources financières. L'IMC, dans la crainte d'un déclin encore plus important, a lancé l'initiative Save Our Music en 2020 afin de redynamiser les indépendants Sud-Africains. Beaucoup de labels indépendants se sont développés et continuent d'apparaître dans les musiques électroniques underground : Super Black Tapes, Süd Electronic, Lilac Jeans, Non, Kalawa Jazmee, Siyakaka, Post post, Afro Synth...

Distribution numérique

Voici les principaux distributeurs numériques locaux :

- [Africori](#)
- [Content Connect Africa](#)
- [Electromode](#) (racheté par Ingrooves Music Group en janvier 2021)
- [Nazwo](#)
- [TurnUp Music](#)

Le distributeur français Idol et les agrégateurs internationaux tels que Believe Digital, CD Baby et The Orchard sont également présents sur place. L'attractivité du marché est illustrée par l'implantation de TuneCore dans le pays en février 2021.

Points de vente

Bien que faisant partie du grand groupe Clicks, les répercussions des crises successives (celle du disque et la pandémie de COVID-19) ont mené à la fermeture en mai 2021 de Musica⁷, la plus grande chaîne de magasins de musique en Afrique du Sud, qui y exploitait 105 magasins. Musica était toujours restée absente du secteur numérique, ce qui l'a empêchée de tirer profit de l'évolution des ventes digitales.

Alors que la baisse des ventes de supports physiques est flagrante (-71 % entre 2020 et 2021, selon l'IFPI). Il existe encore beaucoup de petits magasins de disques spécialisés, en particulier pour les amateurs de vinyles.

À Johannesburg :

- [Afrosynth Records](#)
- [Micogram Music Traders](#)
- [Mr. Vinyl](#)
- [Tokzen Records](#)
- [Record Mad](#)
- [Vinyl Joint](#)

Au Cap :

- [Kandi Records](#)
- [Mabu Vinyl](#)
- [Roastin' Records](#)
- [Revolution Records](#)
- [The Other Records](#)
- [Vinyl Café](#)
- [Voom Voom Vintage](#)

⁷ [South Africa's Clicks switches sound off at retailer Musica as Covid speeds up 'inevitable demise'](#), The Africa Report, 2021

Live

En 2018, PwC⁸ estime que les revenus du secteur du live en matière de billetterie ont atteint les 74 M€. Bien que l’Afrique du Sud soit le plus grand marché d’Afrique, car de nombreuses tournées internationales y passent (avec des prix de billets élevés), la pandémie a fait perdre à la profession plus de 90 % de ses revenus en 2020⁹. Néanmoins, la reprise est encouragée par des mouvements tels que l’implantation de Ticketmaster sur le territoire en 2022. Les prévisions d’Omdia¹⁰ estiment que les ventes de billets dépasseront les niveaux pré-COVID dès 2023.

Salles de concert

L’Afrique du Sud dispose de très bonnes infrastructures pour les grands événements musicaux avec des lieux polyvalents tels que d’immenses stades et de grandes salles :

- FNB Stadium (Johannesburg, capacité de 94 000 personnes) ;
- Cape Town Stadium (Le Cap, capacité de 55 000 personnes) ;
- Loftus Versfeld Stadium (Pretoria, capacité de 45 000 personnes) ;
- Athlone Stadium (Le Cap, capacité de 34 000 personnes) ;
- Sun Arena (Pretoria, capacité de 8 500 personnes) ;
- Grand Arena (Le Cap, capacité de 6 900 personnes).

Pour les concerts de grande envergure, les espaces en plein air (par exemple le Green Point Park ou le Jardin botanique national de Kirstenbosch, tous deux au Cap) sont parfois utilisés. Cependant, l’un des problèmes les plus récurrents cités par la scène musicale sud-africaine est le manque de petites et moyennes salles de concert en mesure de produire des concerts de manière hebdomadaire.

Voici une liste de quelques salles :

- The Chairman (club de jazz, Durban) ;
- The Crypt (club de jazz, Le Cap) ;
- Katzy’s (club-restaurant, Johannesburg) ;
- Linder Auditorium (Johannesburg, capacité de 2 120 personnes) ;
- Soweto Theatre (Johannesburg, capacité de 420 personnes).

Certaines salles de Johannesburg ont fermé leurs portes récemment, telles que le mythique club de jazz The Orbit qui a fermé début 2019, ou la salle de musique urbaine Bassline qui a fermé après plus de 20 ans d’activité. La fermeture du Ticketpro Dome, plus grande salle couverte du pays, a été annoncée en 2021, à la suite de la pandémie.

⁸ [Africa Entertainment & Media Outlook 2019–2023](#), PwC, 2019

⁹ [Impact Analysis: Live Music and its Venues and the South African economy during COVID-19](#), South African Cultural Observatory, 2020

¹⁰ [South African music industry update](#), Omdia, 2022

Même avec très peu de salles de taille moyenne, le monde de la fête est dynamique à Johannesburg. De nombreuses soirées avec des DJ sont organisées dans des lieux privés et dans les townships des métropoles. La scène live semble encore plus dynamique au Cap.

Néanmoins, le manque de salles de concert entraîne de faibles possibilités de revenus pour les artistes, les managers et les agences de booking avec pour conséquence un nombre réduit de ces professionnels en Afrique du Sud.

Festivals

Pour des raisons historiques, le public et le secteur de la musique live en Afrique du Sud sont très fragmentés. Par exemple, les groupes de gospel locaux les plus populaires peuvent ne pas être du tout connus par l'industrie qui s'occupe des groupes de rock afrikaans. La scène des festivals reflète également ce constat : les festivals de genres musicaux spécialisés ont un public très peu varié – même si celui-ci semble se mélanger de plus en plus.

Plus de 160 festivals ont lieu chaque année en Afrique du Sud, dont un grand nombre programment des artistes internationaux de tout genre musical.

Avant la pandémie, on comptait parmi les festivals à grande échelle des festivals occidentaux importés, comme l'Ultra Festival (2014-2020) ou encore l'Afropunk Festival (2017-2019). Une potentielle reprise de ces événements créera des opportunités de programmation pour les artistes internationaux. AfrikaBurn (le Burning Man sud-africain) a déjà mis en vente ses billets pour 2023.

Festivals	Localisation	Genre
<u>Rocking The Daisies</u>	Le Cap / Johannesburg	pop, rock, hip-hop, RnB, musique électronique
<u>Afrikaburn</u> (équivalent Burning Man)	Parc national Tankwa Karoo	rock, pop, musique électronique
<u>Up The Creek</u>	Swellendam	rock
<u>Bassline Fest Johannesburg</u>	Johannesburg	musiques africaines
<u>Splashy Fen Festival</u>	Underbeg	rock, pop
<u>Cape Town Jazz Festival</u>	Le Cap	jazz
<u>Jazz on the Lake</u>	Johannesburg	jazz
<u>Mankhanda National festival of the Art</u>	Makhanda	jazz
<u>Joy of Jazz</u>	Johannesburg	jazz
<u>Johannesburg International Mozart Festival</u>	Johannesburg	classique
<u>Cape Town Electronic Music Festival</u>	Le Cap	musique électronique

En outre, il y a une forte appétence pour les événements musicaux qui ont lieu le dimanche après-midi. De nombreux festivals, souvent consacrés à la gastronomie et l'œnologie, à l'artisanat, à la danse et au théâtre, incluent aussi la musique.

À noter le développement de l'[Igodá Festival Circuit](#) (I godá signifie « s'unir » ou « noeud » en zoulou) qui rassemble d'importants festivals d'Afrique afin de créer un circuit de tournée en Afrique australe. Le circuit englobe des festivals du Mozambique, du Swaziland, de l'Afrique du Sud et de La Réunion dont : Bassline Africa Day (Johannesburg, Afrique du Sud), Azgo Festival (Maputo, Mozambique), MTN Bushfire (Malkerns, Swaziland), Sakifo Festival (Saint-Pierre, La Réunion) et Zakifo Festival (Durban, Afrique du Sud) en tant que membres fondateurs.

Promoteurs et agences de booking

Live Nation est présent en Afrique du Sud depuis son acquisition de [Big Concerts](#).

Plusieurs entreprises de promoteurs telles que [Bassline](#), [Matchbox Live](#), [Akum Agency](#), [Making Music Productions](#), [Impi Concerts](#), [Turning Tricks Entertainment](#) et quelques agents indépendants sont présents dans la région.

Pour être guidé dans le choix d'une agence de booking, vous pouvez solliciter le CNM afin d'obtenir un conseil plus spécifique et les contacts associés.

Publishing

Collectes des organismes de gestion de droits

D'après la CISAC (Confédération internationale des sociétés d'auteurs et compositeurs), l'Afrique du Sud représente 50,5 % des collectes de droits d'auteur perçues en Afrique.

D'une part, la SAMRO (fondée en 1961) gère les droits d'exécution publique de ses membres (compositeurs, auteurs et éditeurs de musique) et collecte des redevances auprès des utilisateurs de musique – chaînes de télévision, stations de radio, magasins, pubs, clubs, détaillants, restaurants et toutes les entreprises qui diffusent, utilisent ou jouent de la musique. D'autre part, la CAPASSO gère les droits mécaniques de ses membres (éditeurs de musique, auteurs, compositeurs) et collecte des redevances sur la consommation numérique, les copies de CD et les émissions de télévision et de radio. Enfin, la SAMPRA est l'organisme de référence pour la gestion des droits voisins. Elle accorde des licences pour la diffusion de musique enregistrée à la radio ou dans les lieux publics, en collecte les redevances et les redistribue auprès de ses membres (labels, artistes-interprètes).

La SAMRO présentait en 2021¹¹ des collectes en baisse (-2,8 %) pour un montant de 38 M€ et comptait 5 % de nouveaux membres pour un total de 19 504. Les collectes de la SAMRO proviennent : de la télévision à 43 % ; de la radio à 23 % ; des autres types de diffusion à 28 % ; de l'étranger à 4 %. La SAMRO est l'organisme de gestion de droits le plus ancien, performant et structuré d'Afrique où le droit d'auteur est relativement bien respecté. Elle a néanmoins rencontré d'importantes difficultés ces dernières années, entraînant une collecte sous-efficace par rapport au potentiel du marché. En cause, selon la direction, une absence d'innovation, d'investissement technologique et de main-d'œuvre. En supplément, de la pandémie a émergé le besoin de financement d'aides alors que les revenus des artistes ont baissé en conséquence des confinements avec la fermeture des lieux « non essentiels ». Auparavant, ces sources contribuaient à plus de 20 % des collections de SAMRO.

La CAPASSO jouit d'une meilleure appréciation de la part de ses membres. Néanmoins, elle n'est pas exempte de difficultés. En administrant les droits mécaniques uniquement, elle est directement confrontée à la chute des ventes physiques et à la lente diminution du téléchargement.

La SAMPRA, quant à elle, exprime dans son rapport 2020¹² avoir atteint ses objectifs posés l'année précédente : augmentation des collectes, optimisation des distributions, partenariats internationaux.

La SAMRO, la CAPASSO et la SAMPRA rencontrent aussi depuis plusieurs années des difficultés financières liées à la suspension du paiement des droits par la SABC (radio et télévision nationale). À l'été 2021, la SAMPRA mène un procès contre la SABC afin de régler la situation. Enfin, la SAMRO comme la CAPASSO craignent aujourd'hui la loi de modernisation du droit d'auteur en Afrique du Sud qui pourrait avoir pour conséquence une baisse des collectes et revenus pour les créateurs (voir section ci-dessous).

¹¹ [2021 Annual Report](#), SAMRO, 2022

¹² [Annual Review 2020](#), SAMPRA, 2021

La loi encadrant le droit d'auteur

Le droit d'auteur en Afrique du Sud est encadré par le [Copyright Act](#) de 1978 et ses amendements. Le droit d'auteur est supervisé par la CIPC (Companies and Intellectual Property Commission), équivalent de l'INPI, et la DTI (Department of Trade and Industry).

L'Afrique du Sud fait partie des pays signataires de la [Convention de Berne](#) et de l'accord [TRIPS](#), les œuvres des États signataires de ces conventions/accords voient donc leurs œuvres protégées en Afrique du Sud.

En Afrique du Sud, le droit d'auteur est applicable aux œuvres musicales et aux enregistrements sonores. Les droits patrimoniaux pour les œuvres musicales sont de 50 ans après l'année de la mort de l'auteur, ou de 50 ans après la première diffusion, si celle-ci a lieu après la mort de l'auteur.

Depuis 2015, le gouvernement a travaillé sur une réforme de la loi encadrant le droit d'auteur et les droits voisins en Afrique du Sud : le « [Copyright Amendment Bill](#) » (CAB) et le « [Performers' Protection Amendment Bill](#) » (PPAB).

Après avoir été rejetés par le président Cyril Ramaphosa en 2021, ces deux amendements ont été de nouveau adoptés par l'Assemblée nationale en septembre 2022, et doivent désormais être acceptés par le président du pays.

La longue élaboration de ces mesures a été sujette à de nombreux débats de la part des parties prenantes. En effet, les utilisateurs semblaient toujours plus favorisés que les créateurs, l'accent étant davantage porté sur l'accès que sur la propriété, en particulier sur les plateformes générées par les utilisateurs. La nouvelle loi introduit le concept américain de « fair use » (usage loyal) qui pourra être utilisé par les plateformes pour défendre l'utilisation et le partage des œuvres sans avoir la responsabilité de l'évaluation du degré d'infraction de ces actes, et sans avoir l'obligation de payer les royalties associées à ces usages. De plus, la loi ne donnait pas assez de garanties en matière de pénalisation des infractions, y compris pour le piratage. Bien que les auditeurs aient accès à de plus en plus d'offres de consommation musicale légales, le piratage ne cesse de croître en Afrique du Sud. Selon l'International Intellectual Property Alliance (IIPA)¹³, 61 % des utilisateurs d'Internet téléchargent illégalement du contenu au moins une fois par mois, ce qui est un des plus hauts taux mondiaux.

L'enjeu était de trouver un équilibre entre les droits des créateurs et l'usage des utilisateurs, autrefois avantagés. Selon ReCreate Africa, qui défend les intérêts des créateurs sud-africains, la dernière version améliore leur rémunération de ceux-ci et permet d'aligner la loi sud-africaine sur les modèles américains. Une certaine défiance réside encore, à cause d'un manque de jurisprudence en Afrique du Sud et d'un risque d'insécurité juridique pour les marchés numériques.

¹³ [Report on copyright protection and enforcement South Africa](#), International Intellectual Property Alliance, 2021

Éditeurs

De ce que nous savons, il n'y a pas de données officielles concernant la part de marché des éditeurs en Afrique du Sud.

Toutefois, les principales sociétés d'édition présentes sur le marché sont :

- Universal Music Publishing ;
- Sony/ATV;
- Sheer Publishing (le premier éditeur indépendant du continent africain);
- Gallo Music Publishers;
- David Gresham Music Publishing.

Les éditeurs sont représentés par MPASA (Music Publishers' Association of South Africa) en Afrique du Sud. Lors de nos entretiens, beaucoup de nos interlocuteurs ont rapporté qu'il existait peu d'éditeurs indépendants capables de prendre en charge toutes les composantes du métier d'éditeur. Par conséquent, de plus en plus de droits d'auteur sont gérés par des sociétés comme Sheer Publishing, les droits étant détenus par le créateur ou un petit éditeur. De nombreux éditeurs sont des librairies musicales en Afrique du Sud et travaillent la synchronisation. Certains éditeurs (et de manière générale l'entourage professionnel des créateurs) travaillent activement à la valorisation des compositions, d'autant plus que le marché du live est assez faible et que celui du recording reste fragile depuis la crise du disque.

Néanmoins, la synchronisation reste un marché de niche en Afrique du Sud, et n'aide généralement pas lorsqu'il s'agit de faire grandir le public d'un artiste.

Médias

L'environnement des médias en Afrique du Sud est marqué par l'importance des réseaux sociaux, mais aussi, fait particulièrement notable, par la place prépondérante de la radio dans la découverte et l'écoute musicale.

La presse musicale, quant à elle, est quasiment absente des rayons des marchands de journaux ; tandis que certains blogs et webzines dédiés à la musique parviennent à acquérir d'importantes audiences (OkayAfrica par exemple). Lors de nos entretiens de recherche, nos interlocuteurs nous ont indiqué que la presse et les médias traditionnels (mis à part la radio) ne sont plus un bon moyen pour les artistes de se constituer un public. Il existe peu de bonnes agences de relations presse en Afrique du Sud, car la plupart d'entre elles travaillent pour différents secteurs des industries culturelles et créatives. Elles ne sont donc généralement pas spécialisées dans la musique. En revanche, on retrouve le métier de « plugger », car la radio est le média le plus puissant pour faire découvrir et promouvoir la musique d'un artiste. Les réseaux sociaux restent bien évidemment centraux dans le développement d'un artiste en Afrique du Sud.

Réseaux sociaux

En Afrique du Sud, 38 millions de personnes possèdent un téléphone portable et 20 millions d'entre elles utilisent un smartphone. 54 % de la population totale a un accès à Internet. La plupart des connexions se font sur des smartphones. 41,9 % (soit 24,7 millions de personnes) sont des utilisateurs actifs des réseaux sociaux (avec une croissance de 13 % d'une année sur l'autre). D'après l'enquête de GWI¹⁴ réalisée en 2020, le temps moyen quotidien passé sur les réseaux sociaux (y compris les applications de discussion) s'élève à 3 h 31 et le temps moyen quotidien passé à écouter de la musique en streaming est de 1 h 59.

Selon le classement des meilleurs sites web en Afrique du Sud réalisé par Alexa (basé sur le nombre de visiteurs quotidiens et le nombre de pages vues), YouTube se classe deuxième et Facebook troisième. De plus, 14 millions d'utilisateurs Facebook placent la « musique et les arts » dans leurs intérêts.

Les 5 réseaux sociaux les plus actifs :

- WhatsApp
- Facebook (24,2 M utilisateurs)
- YouTube (25,3 M utilisateurs)
- Instagram (6,2 M utilisateurs)
- TikTok (6,4 M utilisateurs)

Les réseaux sociaux sont un média important autant pour la découverte de nouvelles musiques que pour le marketing musical. Bien que YouTube ait une pénétration relativement faible en Afrique du Sud par rapport aux autres pays africains, c'est la plateforme où l'on peut découvrir de la musique internationale. Les réseaux sociaux, eux, constituent le premier canal de promotion : 36 % des créateurs sud-africains les privilégient pour le marketing de leur musique.

¹⁴ [Consumer Snapshot : South Africa](#), Global Web Index, 2020

Paysage radiophonique

Selon un rapport IFPI relatif aux modes de consommation¹⁵, 94 % des consommateurs sud-africains écoutent la radio. Cette proportion est bien au-delà de la moyenne mondiale qui s'élève à 86 %.

Le paysage radiophonique en Afrique du Sud est très développé, avec trois types de radio :

- les radios publiques de la SABC ;
- les radios commerciales ;
- les radios communautaires (radios à but non lucratif).

Toutes les langues officielles ainsi que d'autres langues trouvent leur place dans le paysage radiophonique. Le service public de radiodiffusion est la South African Broadcasting Corporation (SABC). Celle-ci gère séparément les radios du service public et les radios commerciales qui représentent un total de 18 stations de radios. Parmi les radios importantes, 5 FM (musique jeune), Metro FM et Channel Africa font partie des stations commerciales de la Corporation et Lotus FM, X-K FM sont des stations de radio spécialisées ciblant des communautés spécifiques.

Pendant l'apartheid, l'Afrique du Sud n'avait que deux stations de radio indépendantes. Après l'apartheid, et avec la libéralisation de la radiodiffusion dans les années 90, un nombre croissant de radios a commencé à fonctionner en dehors de la SABC. En 1996, six radios de la SABC ont été privatisées et en 1997, huit stations de radio privées ont obtenu leur licence pour émettre dans les trois villes principales du pays (Johannesburg, Durban et Le Cap).

Parmi elles :

- Heart 104.9FM et Gagasi 99.5FM (Le Cap et Durban – jazz) ;
- 99.2 YFM (Johannesburg – kwaito, musiques urbaines) ;
- Kaya FM (Johannesburg – musiques actuelles et urbaines et afro, également connue pour être la première radio indépendante appartenant à des personnes noires en Afrique du Sud).

Ce processus s'est étendu à de nouvelles licences de radio dans les petites villes, entre-temps, des centaines de radios communautaires à but non lucratif ont obtenu des licences. De fait, un important et riche paysage radiophonique, offrant une très forte diversité, a émergé en Afrique du Sud. Il existe plus de 160 radios communautaires qui diffusent collectivement à des millions de personnes chaque semaine.

16

D'après le Broadcast Research Council d'Afrique du Sud (BRC) , entre avril et août 2021, plus de 34,9 millions d'auditeurs ont écouté la radio sud-africaine à tout moment de la semaine. Les individus écoutent la radio en moyenne 5 heures par jour. Les Sud-Africains sont très fidèles à leur station préférée : 68 % d'entre eux n'écoutent qu'une seule station de radio. Avec 86 % des auditeurs de radio déclarant écouter de la musique, celle-ci est le premier contenu consommé.

¹⁵ [Music Consumer Insight Report](#), IFPI, 2018

¹⁶ [BRC RAMS Amplify](#), Broadcast Research Council, 2021

La SABC possède les stations de radio les plus écoutées du pays, les principales étant celles en langues africaines de la SABC, bien que les petites radios privées aient également une audience assez forte.

Radios	Echelle	Talk	Musique
<u>Ukhozi FM (SABC)</u>	nationale	anglais-zoulou	traditionnelle, urbaine
<u>Metro FM</u>	nationale	anglais	R&B, hip-hop, kwaito, house, jazz, gospel
<u>Lesedi FM (SABC)</u>	nationale	anglais-sésotho	gospel, traditionnelle
<u>Umhlobo Wenene FM (SABC)</u>	nationale	anglais - xhosa	R&B, électro, jazz, gospel
<u>Thobela FM (SABC)</u>	Limpopo, Gauteng, Mpumalanga et Nord Ouest	sotho	hip-hop
<u>Motsweding FM (SABC)</u>	nationale	setswana	R&B, électro, hip-hop, jazz, gospel, reggae

Il existe également une radio nationale spécialisée dans la musique classique, Hot 102 (anciennement Classic FM 102.7). La SABC a tenté de mettre en place en 2016 un quota de 90 % de contenu local pour les radios. Le gouvernement met actuellement en place un quota de 70 % de contenu local pour les radios, et la plupart d'entre elles respectent ces quotas. Les radios sud-africaines ont été beaucoup influencées par les radios américaines, mais elles ont récemment introduit davantage de contenu local, car la demande de contenu local est très élevée.

Paysage télévisuel

94 % des ménages sud-africains disposent d'une télévision. SABC est le leader du marché avec 3 chaînes de télévision. La DStv a presque le monopole du marché sud-africain de la télévision payante. La DStv fait partie des leaders parmi les bouquets d'abonnement TV satellite en Afrique subsaharienne, et compte près de 12 millions d'abonnés. Voici les principales chaînes :

- SABC1
- SABC2
- SABC3
- eTV
- DStv channels

Il existe de nombreuses émissions de télévision musicales en Afrique du Sud. Concernant les chaînes musicales à proprement parler, le marché est très compétitif. MTN est la plus grande chaîne musicale d'Afrique du Sud. Elle concurrence, d'une part, la chaîne O (distribuée par DStv), centrée sur la musique africaine et locale, et d'autre part, la chaîne nigériane SoundCity (distribuée dans 55 pays africains par DStv), qui marque son intérêt pour le lifestyle, les clips musicaux, les performances, et les interviews. La chaîne française Trace TV (distribuée par DStv), qui a une forte présence en Afrique, se concentre également sur la musique.

Presse musicale

Il y a quatre principaux acteurs dans l'industrie de la presse : Media 24, Independent Media, Avusa et le groupe Caxton & CTP. Ces sociétés possèdent la plupart de la presse nationale et des grands journaux, ainsi que des magazines spécialisés.

Concernant la musique, on relève notamment les magazines suivants :

- [SA Music Mag](#)
- [Hype](#)

Voici quelques blogs et sites :

- [IOL](#)
- [Africa.com|Music](#)
- [Nu Soul Hub Radio](#)
- [SA Hip Hop](#)
- [SlikourOnlife](#)
- [Texx and the City](#)
- [OkayAfrica.com](#)

Bandcamp a été cité comme un prescripteur important pour les découvertes musicales et l'accès au répertoire international.