



Centre national
de la musique

**LE PUBLIC FRANÇAIS
ET LA MUSIQUE :
PREMIÈRE ÉDITION
DU NOUVEAU
BAROMÈTRE
DU CNM**

CHIFFRES 2023 – CNM



La programmation artistique et le prix sont les principaux critères pour assister à un concert (66 % et 55 %) et à un festival (47 % et 47 %).

Les moins de 25 ans accordent une importance particulière à la prise en



compte :



**des enjeux environnementaux
et sociaux**

à l'expérience spectateur



Les spectateurs et spectatrices les plus assidus anticipent plus que la moyenne la réservation de place lorsqu'ils vont voir **des artistes de niche**. À l'inverse, ils s'y prennent plus souvent au dernier moment pour aller voir des **artistes très connus**.

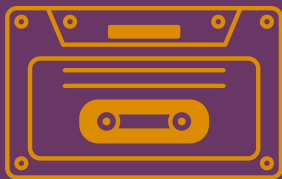


à 85 %

le principal support d'écoute de musique enregistrée est **la radio**

« stations généraliste, musicales, webradio, podcasts musicaux

Les passionnées et passionnés de podcasts musicaux ont des préférences musicales bien particulières dites "de niche". Ils aiment :



écouter de la musique sur des cassettes audio



explorer des webradios



découvrir des nouveautés sur les plateformes collaboratives

(comme Bandcamp ou Soundcloud...)



Baromètre des usages

3/4

des Français et Françaises écoutent de la musique en streaming^[1] au moins une fois par mois, les plateformes de streaming vidéo étant les plus utilisées (60 %).

Si les plateformes de streaming servent surtout à écouter des artistes déjà connus des auditeurs et auditrices, **la majorité y découvrent aussi de nouveaux artistes,** notamment grâce **aux playlists proposées et aux recommandations de la plateforme.**

[1] Plateformes de streaming audio (ex : Deezer, Spotify, Qobuz) via un accès gratuit ou payant, plateformes de streaming audio collaboratives (ex : SoundCloud, Bandcamp), plateformes de streaming vidéo (ex : YouTube, Dailymotion, Twitch)



Parmi les Français et Françaises qui écoutent de la musique

plus de 3 sur 5

en écoutent à la télévision au moins une fois par mois, le plus souvent par le biais



d'émissions musicales (43 %)



de clips (41 %).



Baromètre des usages

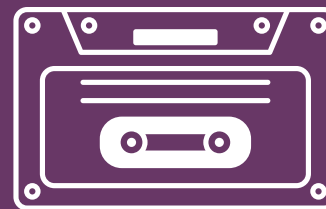
Parmi les Français et Françaises qui écoutent de la musique, **moins d'un sur deux (45 %)** en écoute régulièrement sur des supports physiques :



CD (41 %)



vinyles (17 %)



cassettes audio (9 %)

L'écoute de musique sur cassettes audio rencontre un fort succès auprès des plus jeunes : **15 % des moins de 25 ans** sont concernés, contre **5 % des 60 ans et plus**.



43 %

des Français et Françaises qui écoutent de la musique le font via les réseaux sociaux et les vidéo courtes.



Les auditeurs et auditrices ont plus tendance à réécouter les titres découverts sur les vidéos courtes que sur les réseaux sociaux (71 % vs 63 %). À l'inverse, **les réseaux sociaux conduisent plus souvent à l'achat de supports physiques (36 % vs 32 %) et attirent plus en concerts (36 % vs 34 %).**



Baromètre des usages




23 %


c'est le pourcentage de Français et Françaises qui écoutent de la musique via les jeux vidéo.

Ils sont 52 % des moins de 25 ans vs 7 % des 60 ans et plus.

56 %

des auditeurs et auditrices ont déjà réécouté des morceaux découverts en jouant. 

28%

sont déjà allés au concert d'un ou d'une artiste découvert par ce biais. 



Baromètre des usages

Les principales sources de découverte de musique sont :



58 %

la radio



40 %

la télévision



30 %

le bouche à oreille

Chez les moins de 25 ans, elle se fait surtout via :



48 %

les plateformes
de streaming



41 %

les vidéos courtes



38 %

les réseaux sociaux



19 %

les jeux vidéo