

BAROMÈTRE DES USAGES DE LA MUSIQUE EN FRANCE RAPPORT DÉTAILLÉ

1^{ÈRE} ÉDITION OCTOBRE 2023

VOS CONTACTS IPSOS FRANCE

Etienne Mercier
etienne.mercier@ipsos.com

Alice Tétaz
alice.tetaz@ipsos.com

Salomé Quétier-Parent
salome.quetierparent@ipsos.com



Centre national
de la musique

GAME CHANGERS



sopra  steria



SOMMAIRE

MÉTHODOLOGIE

Slide 3

PARTIE 1 – Contexte : le rapport à la musique

Slide 5

PARTIE 2 – Habitudes d'écoute

Slide 10

PARTIE 3 – Focus sur les événements musicaux live

Slide 51

PARTIE 4 – Focus sur les plateformes de streaming

Slide 91

PARTIE 5 – Focus sur les supports d'écoute physiques

Slide 119

PARTIE 6 – Focus sur la radio et les podcasts

Slide 141

PARTIE 7 – Focus sur la télévision

Slide 164

PARTIE 8 – Focus sur les réseaux sociaux et jeux vidéo

Slide 174

ANNEXES

Slide 194

MÉTHODOLOGIE



ÉCHANTILLON

4 035 personnes,
résidant en France métropolitaine,
âgées de 15 ans et plus,
constituant un échantillon
représentatif de cette population



DATES DE TERRAIN

Du 3 au 11 mai 2023



MÉTHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet
sur système CAM (Computer
assisted web interviews) sur
l'Access Panel online d'Ipsos

Méthode des quotas :

Sexe croisé par l'âge, profession,
région et catégorie d'agglomération
de la personne interrogée

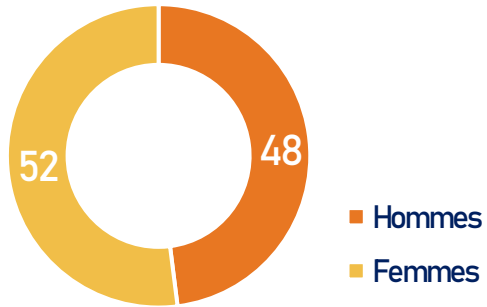
Note de lecture : *Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%). Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 99 % de confiance*) il est présenté sur fond vert. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 99 % de confiance*), il est présenté sur un fond rouge. *Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 99 %) s'appuie sur la méthode du khi2.*

Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Études de marché, études sociales et d'opinion ». Ce rapport a été relu par Alice Tétaz, directrice de clientèle, Ipsos Public Affairs.

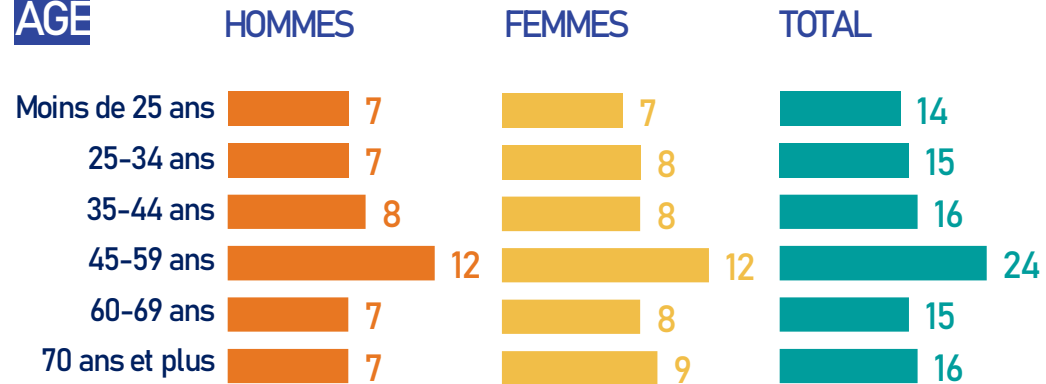


PROFIL DES PERSONNES INTERROGÉES

SEXE



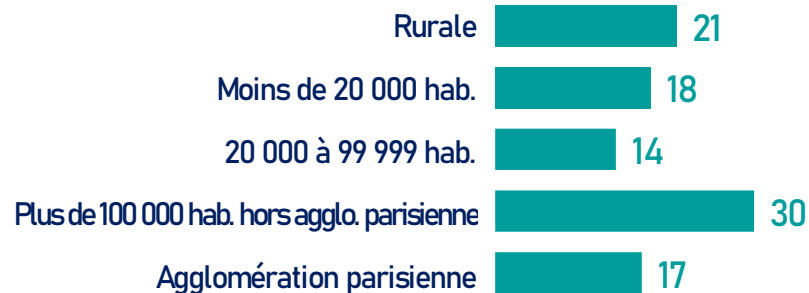
ÂGE



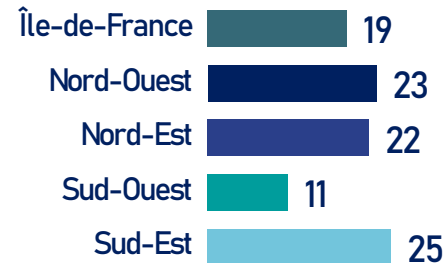
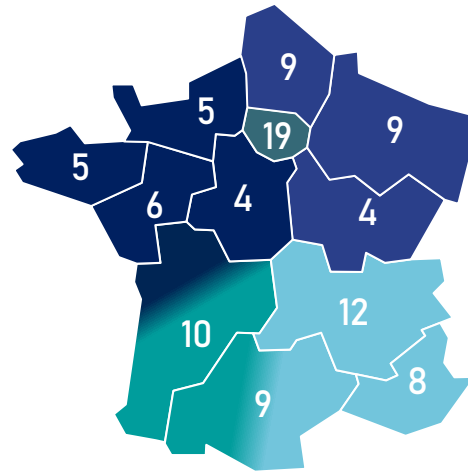
CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE



CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION



RÉGION



La structure de l'échantillon en termes de profil par sexe, âge, catégorie socio-professionnelle, catégorie d'agglomération et région correspond à la structure de la population de France métropolitaine âgée de 15 ans et plus, telle qu'elle est décrite par les données de l'Insee, issues du recensement de la population de 2018.

PARTIE 1

CONTEXTE – LE RAPPORT À LA MUSIQUE



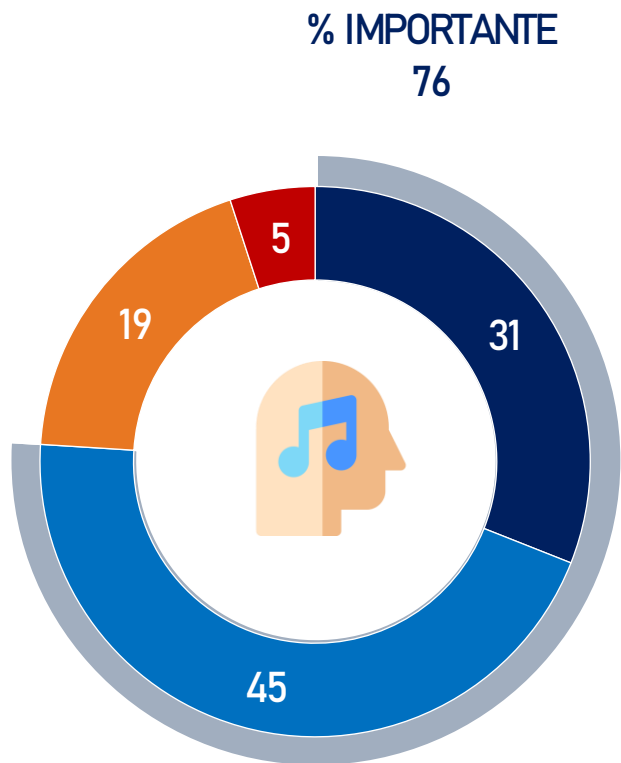
GAME CHANGERS



sopra  steria

La place occupée par la musique dans la vie des Français

Question : « Dans votre vie, la musique occupe une place : »
(base : À tous)



SEXE	% IMPORTANTE				Total
Hommes	31	43	20	6	74
Femmes	31	46	18	5	77

ÂGE	% IMPORTANTE				Total
Moins de 25 ans	52	37	8	3	89
25-34 ans	43	42	11	4	85
35-44 ans	34	47	14	5	81
45-59 ans	27	46	21	6	73
60-69 ans	20	46	27	7	66
70 ans et plus	12	50	31	7	62

CAT. SOCIO-PROFESSIONNELLE	% IMPORTANTE				Total
Cadres	39	41	16	4	80
Prof. Intermédiaires	30	49	16	5	79
Employés	37	46	13	4	83
Ouvriers	30	45	20	5	75
Retraités	15	48	30	7	63

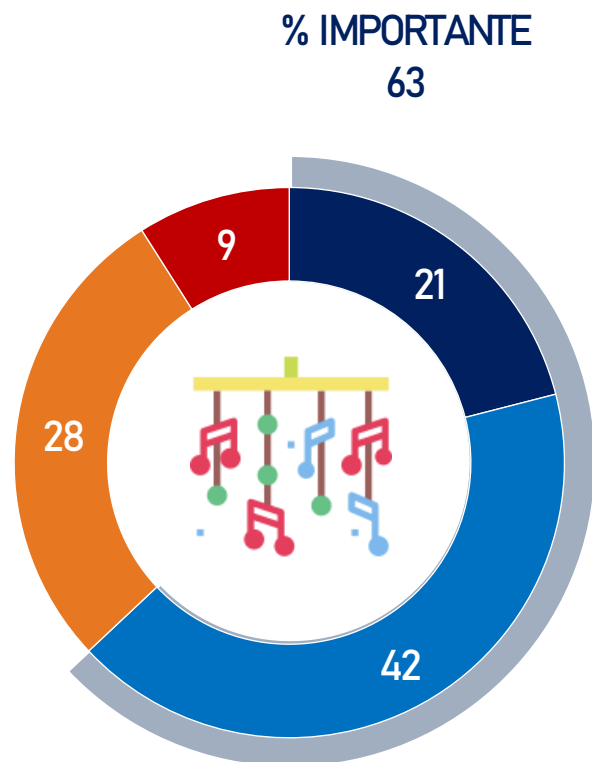


La place occupée par la musique dans la vie des Français lorsqu'ils étaient enfants



Question : « Dans votre famille, lorsque vous étiez enfant, aviez-vous l'impression que la musique occupait une place : »

(base : À tous)



SEXE

SEXE	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	% IMPORTANTE
Hommes	20	42	29	9	62
Femmes	21	43	28	8	64

ÂGE

ÂGE	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	% IMPORTANTE
Moins de 25 ans	29	47	21	3	76
25-34 ans	28	46	19	7	74
35-44 ans	27	41	24	8	68
45-59 ans	18	45	29	8	63
60-69 ans	15	37	33	15	52
70 ans et plus	9	39	40	12	48

CAT. SOCIO-PROFESSIONNELLE

CAT. SOCIO-PROFESSIONNELLE	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	% IMPORTANTE
Cadres	27	43	25	5	70
Prof. Intermédiaires	22	44	26	8	66
Employés	26	46	22	6	72
Ouvriers	21	42	27	10	63
Retraités	10	38	38	14	48

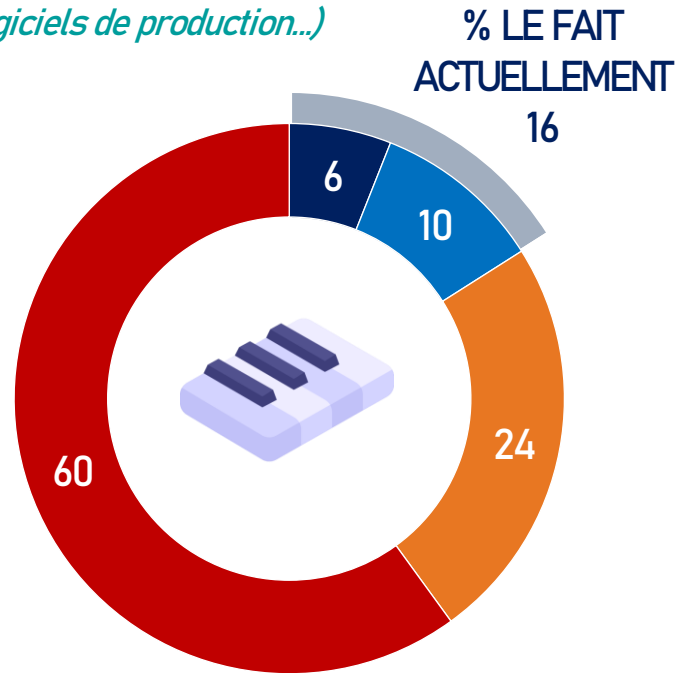


La pratique d'un instrument de musique

Question : « À quelle fréquence vous arrive-t-il de ... ? »
(base : À tous)

Jouer d'un instrument de musique

(à corde, à vent, percussions, instruments électroniques, logiciels de production...)



SEXE

% LE FAIT ACTUELLEMENT

Hommes	7	12	24	57	19
Femmes	5	8	24	63	13

ÂGE

Moins de 25 ans	12	18	24	46	30
25-34 ans	9	17	25	49	26
35-44 ans	8	15	25	52	23
45-59 ans	3	8	23	66	11
60-69 ans	4	4	24	68	8
70 ans et plus	1	3	22	74	4

CAT. SOCIO-PROFESSIONNELLE

Cadres	11	17	25	47	28
Prof. intermédiaires	8	11	26	55	19
Employés	6	10	25	59	16
Ouvriers	3	10	19	68	13
Retraités	3	3	23	71	6

PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS L'ENFANCE

Très importante	17	18	29	36	35
Assez importante	4	12	27	57	16
Peu importante	2	5	19	74	7
Pas importante du tout	1	2	10	87	3

JE LE FAIS SOUVENT

JE LE FAIS DE TEMPS EN TEMPS

JE LE FAISAIS MAIS JE NE LE FAIS PLUS

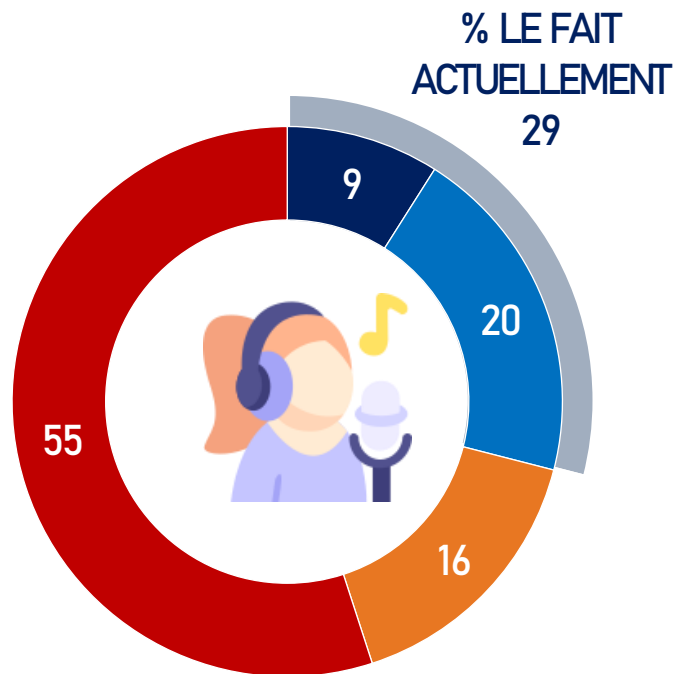
JE NE L'AI JAMAIS FAIT



La pratique du chant

Question : « À quelle fréquence vous arrive-t-il de ... ? »
(base : À tous)

Pratiquer le chant



SEXE

% LE FAIT ACTUELLEMENT

Hommes	7	18	16	59	25
Femmes	10	22	17	51	32

ÂGE

Moins de 25 ans	10	27	16	47	37
25-34 ans	14	26	15	45	40
35-44 ans	11	25	13	51	36
45-59 ans	5	18	14	63	23
60-69 ans	6	15	17	62	21
70 ans et plus	6	13	26	55	19

CAT. SOCIO-PROFESSIONNELLE

Cadres	10	25	16	49	35
Prof. intermédiaires	8	18	16	58	26
Employés	10	24	14	52	34
Ouvriers	7	17	12	64	24
Retraités	6	14	22	58	20

LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS L'ENFANCE

Très importante	20	30	19	31	50
Assez importante	7	23	19	51	30
Peu importante	4	13	15	68	17
Pas importante du tout	27	8		83	9

JE LE FAIS SOUVENT

JE LE FAIS DE TEMPS EN TEMPS

JE LE FAISAIS MAIS JE NE LE FAIS PLUS

JE NE L'AI JAMAIS FAIT



PARTIE 2

HABITUDES D'ÉCOUTE



LES HABITUDES D'ÉCOUTE DE MUSIQUE ENREGISTRÉE

La durée d'écoute de musique quotidienne

Question : « En moyenne par jour, combien de temps passez-vous à écouter de la musique, tous supports confondus (radio, plateformes de streaming, CD...) ? »
(base : À tous)



94 %

écoutent de la musique au moins 1 minute par jour en moyenne



2h11 en moyenne

N'écoute pas de musique

6

1 à 29 minutes

7

30 à 59 minutes

9

1h00 à 1h59

29

2h00 à 2h59

24

3h00 ou plus

25

% Moins d'une heure
22

% Une heure ou plus
78

SEXE	MOYENNE	% AU MOINS UNE MINUTE
Hommes	2h14	94
Femmes	2h07	93
ÂGE	MOYENNE	% AU MOINS UNE MINUTE
Moins de 25 ans	2h43	98
25-34 ans	2h26	95
35-44 ans	2h30	96
45-59 ans	2h06	94
60-69 ans	1h46	90
70 ans et plus	1h38	88
CAT. SOCIO-PROFESSIONNELLE	MOYENNE	% AU MOINS UNE MINUTE
Cadres	2h14	96
Prof. intermédiaires	2h09	97
Employés	2h26	96
Ouvriers	2h30	94
Retraités	1h43	88

PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE ACTUELLE

Très importante	3h22	100
Assez importante	2h08	99
Peu importante	0h54	86
Pas du tout importante	0h17	35

PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS L'ENFANCE

Très importante	3h03	99
Assez importante	2h21	98
Peu importante	1h39	92
Pas du tout importante	0h56	65

GENRE MUSICAL LE PLUS ÉCOUTÉ**

Variété / Chanson française	2h00
Pop / Folk	2h12
Musiques électroniques (électro, techno, house...)	3h00
Rock / Punk	2h24
Metal / Hardrock	2h44
Rap / Hip-Hop	2h36
Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	2h04
Musiques traditionnelles et musique du monde	2h31
Jazz-Blues	2h46
R&B / Soul	2h29
Funk / Disco	2h05
Musique latine	2h28
K-Pop	2h51
Reggae / Dub	2h29
Dancehall / Zouk	2h56

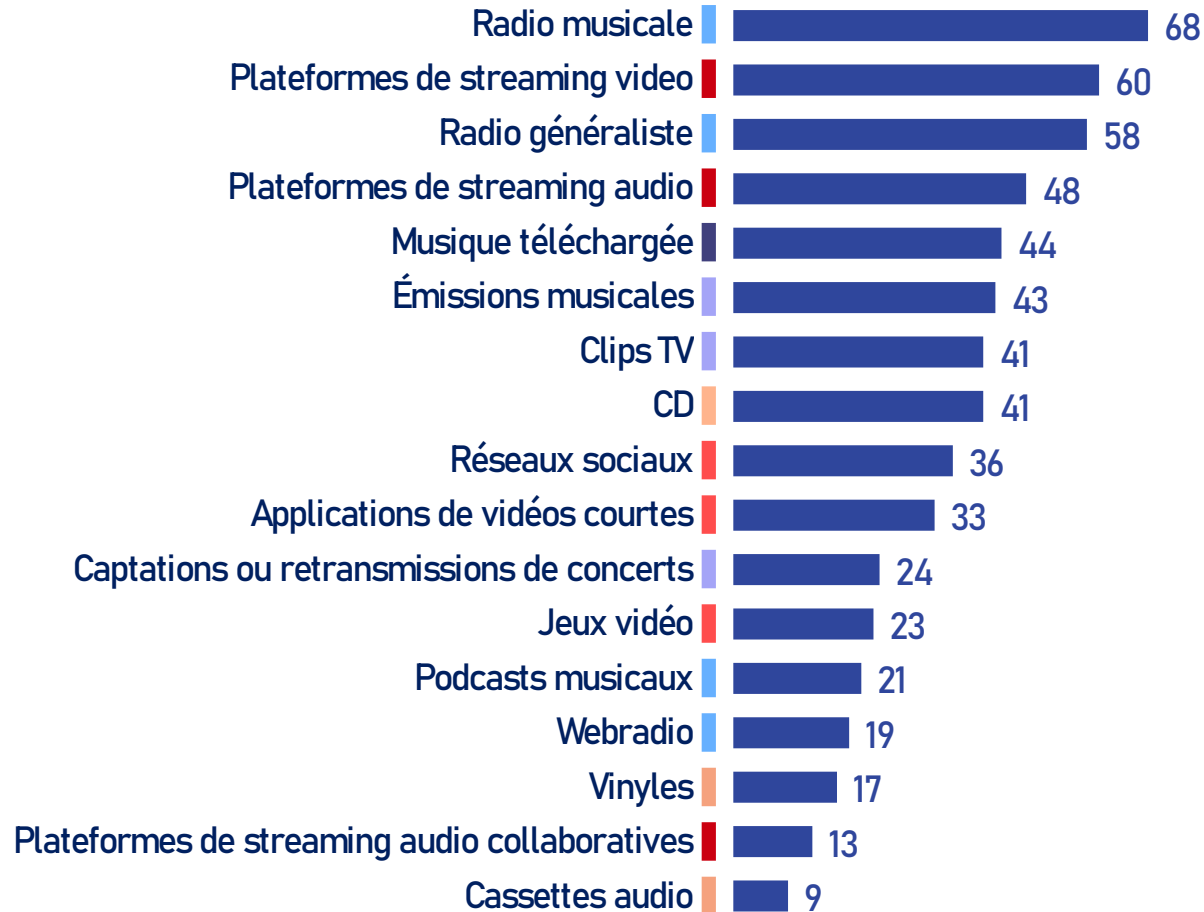
**Note de lecture : les Français qui déclarent que le genre de musique qu'ils écoutent le plus est la Pop/Folk écoutent en moyenne 2h12 de musique par jour (tous genres confondus)

Les types de supports utilisés pour écouter de la musique enregistrée



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »
 (base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS



 RADIO, WEBRADIO ET PODCASTS : 85 %

 PLATEFORMES DE STREAMING : 73 %

 TV : 62 %

 RÉSEAUX SOCIAUX, VIDÉOS COURTES ET JEUX VIDÉO : 48 %

 SUPPORTS PHYSIQUES : 45 %

 BIBLIOTHÈQUE NUMÉRIQUE PERSONNELLE : 44 %

Récapitulatif des types de supports utilisés pour écouter de la musique enregistrée – par catégorie



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

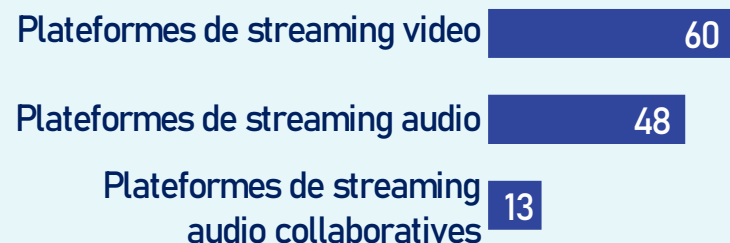
% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS



RADIO ET PODCASTS (85 %)



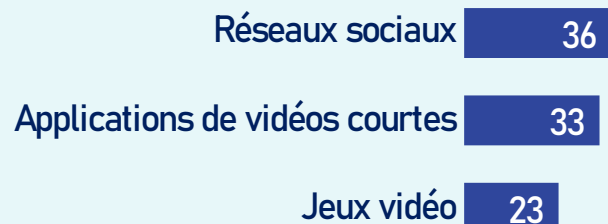
PLATEFORMES DE STREAMING (73 %)



TV (62 %)



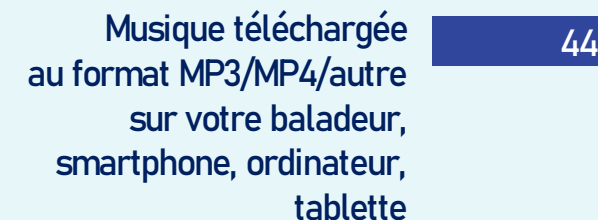
RÉSEAUX SOCIAUX, VIDÉOS COURTES ET JEUX VIDÉO (48 %)



SUPPORTS PHYSIQUES (45 %)



BIBLIOTHÈQUE NUMÉRIQUE PERSONNELLE (44 %)



Les types de supports utilisés pour écouter de la musique enregistrée – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
SUPPORTS PHYSIQUES	45	46	44	41	38	42	45	50	55	46	39	38	45	52
CD	41	42	40	35	32	37	42	48	53	39	37	33	41	50
Vinyles	17	20	14	21	21	19	13	15	17	23	15	14	16	15
Cassettes audio	9	10	7	15	14	10	5	3	6	13	8	7	6	5
BIBLIOTHÈQUE NUMÉRIQUE PERSONNELLE	44	47	40	60	53	48	39	34	29	53	42	50	43	31
PLATEFORMES DE STREAMING	73	75	71	94	93	85	72	52	39	84	80	84	74	46
Plateformes de streaming audio	48	51	45	79	68	58	40	26	18	62	54	57	44	22
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	16	9	26	22	17	7	3	2	21	13	15	12	2
Plateformes de streaming vidéo	60	63	59	80	80	70	59	41	32	65	66	71	65	36
RÉSEAUX SOCIAUX, VIDÉOS COURTES ET JEUX VIDÉO	48	49	46	82	68	56	37	29	19	50	50	58	49	23
Réseaux sociaux	36	36	36	60	51	43	28	22	15	37	38	46	36	18
Applications de vidéos courtes	33	32	34	69	54	41	21	12	8	37	33	46	31	10
Jeux vidéo	23	30	17	52	38	28	13	9	4	29	21	28	26	6
RADIO ET PODCASTS	85	85	86	76	84	90	89	86	85	90	87	87	91	86
Radio généraliste	58	59	57	44	53	58	58	62	72	63	53	53	59	67
Radio musicale	68	67	69	60	74	82	75	58	53	75	77	76	80	55
Webradio	19	23	15	27	27	27	17	11	7	31	21	23	19	9
Podcasts musicaux	21	23	20	39	32	25	16	12	9	33	24	25	19	9
TÉLÉVISION	62	61	63	62	64	66	60	58	62	62	63	64	65	60
Émissions musicales	43	41	44	43	42	43	39	42	48	46	42	42	43	45
Captations ou retransmissions de concerts	24	26	23	31	29	27	19	18	24	29	24	25	25	21
Clips TV	41	42	40	47	51	49	42	31	24	40	42	52	49	25

Les types de supports utilisés pour écouter de la musique enregistrée – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

En %, <u>Au moins une fois par mois</u>	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE ACTUELLE				SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS L'ENFANCE			
		Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout
SUPPORTS PHYSIQUES	45	54	47	27	9	58	47	36	27
CD	41	49	43	24	6	53	42	33	25
Vinyles	17	26	16	5	2	28	18	9	6
Cassettes audio	9	14	7	3	4	17	8	4	1
BIBLIOTHÈQUE NUMÉRIQUE PERSONNELLE	44	60	42	20	14	61	44	34	21
PLATEFORMES DE STREAMING	73	91	73	44	27	89	76	60	48
Plateformes de streaming audio	48	69	45	19	11	65	49	36	26
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	24	9	3	1	26	12	5	3
Plateformes de streaming vidéo	60	81	58	34	19	79	63	48	35
RÉSEAUX SOCIAUX, VIDÉOS COURTES ET JEUX VIDÉO	48	66	44	25	34	68	49	34	25
Réseaux sociaux	36	51	34	16	20	56	37	23	17
Applications de vidéos courtes	33	50	29	14	22	53	33	21	12
Jeux vidéo	23	36	19	10	11	39	23	14	9
RADIO ET PODCASTS	85	86	88	80	73	89	87	81	78
Radio généraliste	58	59	61	51	36	64	60	53	46
Radio musicale	68	74	70	57	39	76	71	61	49
Webradio	19	30	17	6	8	34	17	12	10
Podcasts musicaux	21	37	18	4	7	41	20	11	11
TÉLÉVISION	62	72	64	43	16	75	65	53	31
Émissions musicales	43	49	44	30	10	54	43	37	20
Captations ou retransmissions de concerts	24	39	22	6	3	42	25	13	8
Clips TV	41	54	41	18	7	61	43	28	14

Les types de supports utilisés pour écouter de la musique enregistrée – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS POUR LA MUSIQUE ENREGISTRÉE (TOP 5)

En %, Au moins une fois par mois

ENSEMBLE DE
L'ÉCHANTILLON

		Variété / Chanson française	Pop / Folk	Musiques électroniques (électro, techno, house...)	Rock / Punk	Metal / Hardrock	Rap / Hip-Hop	Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	Musiques traditionnelles et musique du monde	Jazz-Blues
SUPPORTS PHYSIQUES	45	46	44	43	48	51	37	59	49	58
CD	41	42	40	38	44	46	31	56	46	54
Vinyles	17	15	17	20	18	22	16	21	20	22
Cassettes audio	9	6	6	11	6	12	10	11	12	9
BIBLIOTHÈQUE NUMÉRIQUE PERSONNELLE	44	40	43	52	44	50	52	45	45	44
PLATEFORMES DE STREAMING	73	67	76	87	76	83	91	66	69	64
Plateformes de streaming audio	48	41	50	61	50	53	69	41	41	39
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	8	10	20	10	15	20	13	14	10
Plateformes de streaming vidéo	60	54	60	77	63	71	77	55	60	53
RÉSEAUX SOCIAUX, VIDÉOS COURTES ET JEUX VIDÉO	48	41	45	60	45	52	68	39	47	37
Réseaux sociaux	36	31	33	44	32	36	51	29	37	27
Applications de vidéos courtes	33	28	31	43	29	33	56	23	32	22
Jeux vidéo	23	17	21	33	21	32	36	21	21	18
RADIO ET PODCASTS	85	88	87	87	87	84	84	85	86	87
Radio généraliste	58	61	56	54	59	55	51	67	64	69
Radio musicale	68	70	71	74	70	66	73	60	67	61
Webradio	19	15	17	27	19	23	24	20	21	19
Podcasts musicaux	21	18	20	28	19	24	29	24	24	21
TÉLÉVISION	62	63	62	64	60	59	64	62	65	61
Émissions musicales	43	46	42	39	39	34	41	42	46	44
Captations ou retransmissions de concerts	24	21	21	28	22	26	26	33	29	29
Clips TV	41	39	40	51	40	42	50	33	41	30

Les types de supports utilisés pour écouter de la musique enregistrée – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

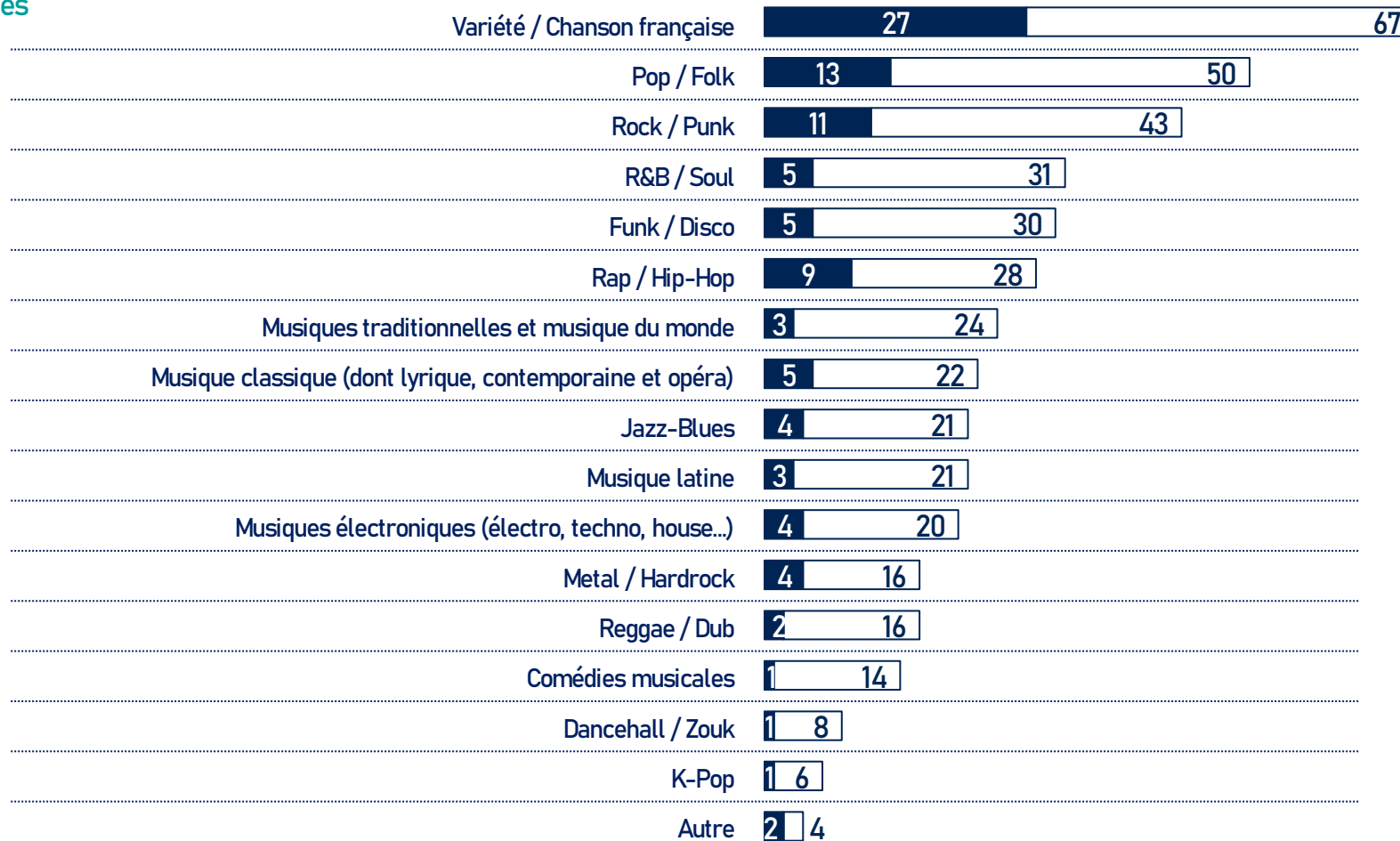
En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS POUR LA MUSIQUE ENREGISTRÉE (TOP 5)							
		R&B / Soul	Funk / Disco	Musique latine	K-Pop	Reggae / Dub	Dancehall / Zouk	Comédies musicales	Autre
SUPPORTS PHYSIQUES	45	40	46	43	48	51	42	53	45
CD	41	36	41	38	44	47	38	48	44
Vinyles	17	16	16	16	26	21	19	19	12
Cassettes audio	9	9	8	10	21	13	17	10	4
BIBLIOTHÈQUE NUMÉRIQUE PERSONNELLE	44	49	43	45	66	51	50	40	45
PLATEFORMES DE STREAMING	73	82	72	76	90	79	84	61	79
Plateformes de streaming audio	48	57	44	50	71	52	58	39	50
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	15	12	13	31	19	24	11	5
Plateformes de streaming vidéo	60	69	61	63	82	67	74	52	70
RÉSEAUX SOCIAUX, VIDÉOS COURTES ET JEUX VIDÉO	48	57	49	53	78	55	69	45	45
Réseaux sociaux	36	43	37	41	61	44	56	37	35
Applications de vidéos courtes	33	44	32	40	63	40	53	31	30
Jeux vidéo	23	26	22	23	52	29	34	21	20
RADIO ET PODCASTS	85	87	88	90	83	87	89	88	69
Radio généraliste	58	54	60	61	57	63	61	64	41
Radio musicale	68	76	74	74	69	70	78	70	51
Webradio	19	21	20	21	32	25	28	17	11
Podcasts musicaux	21	24	20	24	46	26	30	22	10
TÉLÉVISION	62	67	68	67	71	65	73	71	55
Émissions musicales	43	45	47	47	49	49	50	57	33
Captations ou retransmissions de concerts	24	25	24	26	39	28	34	27	19
Clips TV	41	49	49	46	57	46	62	43	28

Musique enregistrée : les genres les plus écoutés tous supports d'écoute confondus – selon le profil



Question : « De manière générale, tous supports d'écoute confondus (CD, vinyles, streaming, radio, ...), quels sont les 5 genres musicaux que vous avez le plus écoutés au cours des 12 derniers mois (hors concerts et festivals) ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94% de l'échantillon) - Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles



EN PREMIER

AU TOTAL

Musique enregistrée : les genres les plus écoutés tous supports d'écoute confondus – selon le profil



Question : « De manière générale, tous supports d'écoute confondus (CD, vinyles, streaming, radio, ...), quels sont les 5 genres musicaux que vous avez le plus écoutés au cours des 12 derniers mois (hors concerts et festivals) ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94% de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

En %, Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Variété / Chanson française	67	62	72	47	54	61	73	82	82	60	69	62	64	83
Pop / Folk	50	51	48	53	43	55	56	54	34	60	58	48	46	43
Rock / Punk	43	49	37	37	41	49	49	45	31	50	52	41	47	37
R&B / Soul	31	28	33	36	43	39	27	22	18	33	33	40	34	19
Funk / Disco	30	32	29	24	21	27	46	33	20	27	33	32	38	27
Rap / Hip-Hop	28	28	27	59	52	36	17	6	3	28	27	42	32	4
Musiques traditionnelles et musique du monde	24	22	26	17	19	21	24	24	41	19	19	21	23	34
Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	22	21	22	14	13	15	16	30	46	25	17	12	7	39
Jazz-Blues	21	22	20	11	10	14	17	30	46	23	15	11	11	38
Musique latine	21	18	24	20	25	20	18	20	22	20	17	24	19	21
Musiques électroniques (électro, techno, house...)	20	25	16	29	32	24	22	9	5	21	24	26	29	6
Metal / Hardrock	16	23	10	16	16	20	21	13	7	18	20	16	23	10
Reggae / Dub	16	16	16	14	19	17	15	17	12	14	13	16	22	14
Comédies musicales	14	10	18	11	11	13	12	15	23	15	11	12	9	19
Dancehall / Zouk	8	7	9	7	14	11	7	5	3	8	8	10	9	3
K-Pop	6	6	7	19	7	5	4	2	1	9	6	6	4	2
Autre	4	4	4	6	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4

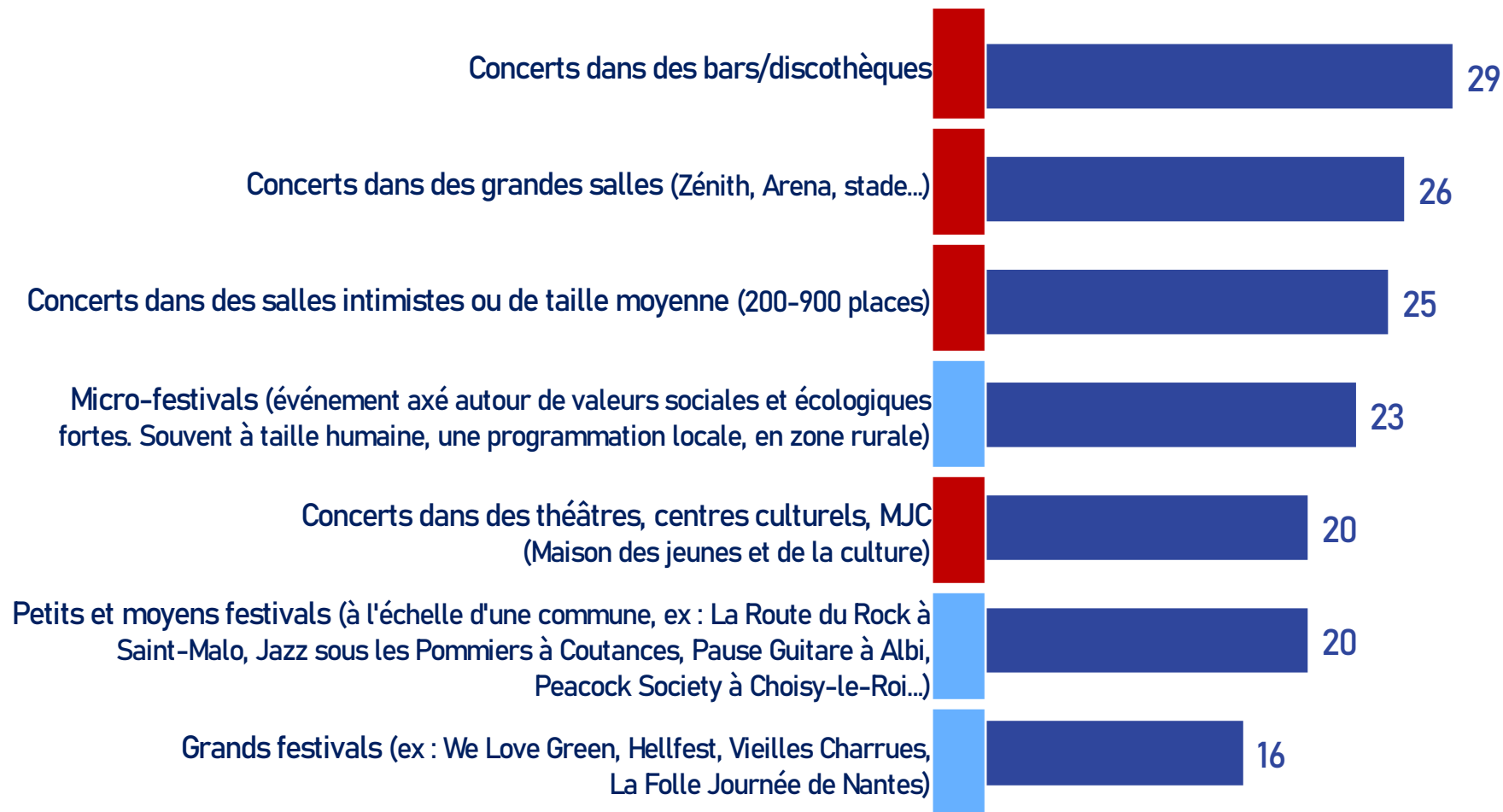
LES HABITUDES D'ÉCOUTE DE MUSIQUE LIVE

The background features a dark blue field with two prominent diagonal stripes in a teal color, running from the bottom-left towards the top-right. The stripes are separated by thin, darker blue lines.

La consommation de concerts et festivals des Français

Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des... »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

% AU MOINS UNE FOIS PAR AN

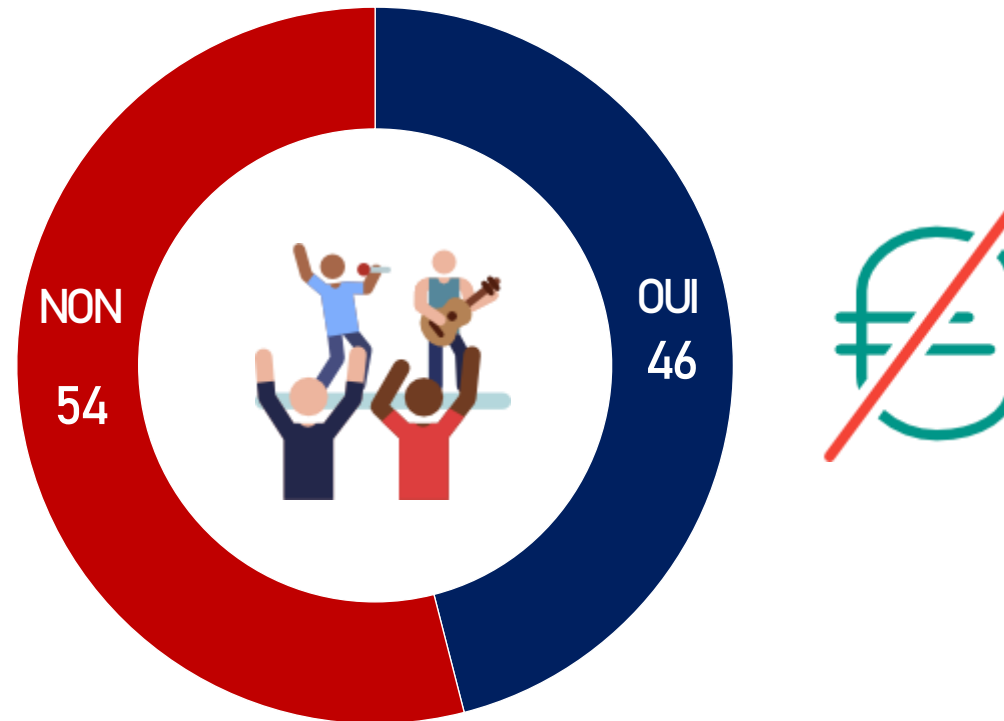


 % CONCERTS : 47 %
 % FESTIVALS : 30 %

La consommation d'événements musicaux live gratuits des Français



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des concerts gratuits (ex : Fête de la musique, concerts et festivals gratuits, musique de rue) ? »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)



Récapitulatif de la consommation d'événements live – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des... »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
ÉVÉNEMENTS MUSICAUX LIVE PHYSIQUES	62	62	62	74	69	65	56	54	58	72	64	65	59	56
CONCERTS	61	61	61	73	67	63	55	53	56	72	62	63	57	54
CONCERTS GRATUITS	46	47	46	53	50	48	42	43	45	56	45	47	47	43
CONCERTS (HORS GRATUITS)	47	47	46	62	59	50	40	35	38	60	52	50	42	36
Concerts dans des bars/discothèques	29	30	27	41	44	33	23	18	15	41	30	33	29	16
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	27	24	34	33	28	20	17	20	37	29	25	21	19
Concerts dans des grandes salles	26	28	25	41	41	29	20	17	13	37	31	30	23	14
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	21	20	30	27	22	14	15	18	32	20	20	15	17
FESTIVALS	30	31	30	47	41	35	23	22	19	39	34	33	29	21
Micro-festivals	23	24	21	35	33	27	17	15	12	30	24	26	21	14
Petits et moyens festivals	20	22	18	31	30	23	14	13	11	27	23	22	18	12
Grands festivals	16	18	15	31	27	19	9	8	7	25	17	19	16	6

Récapitulatif de la consommation d'événements live – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des... »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

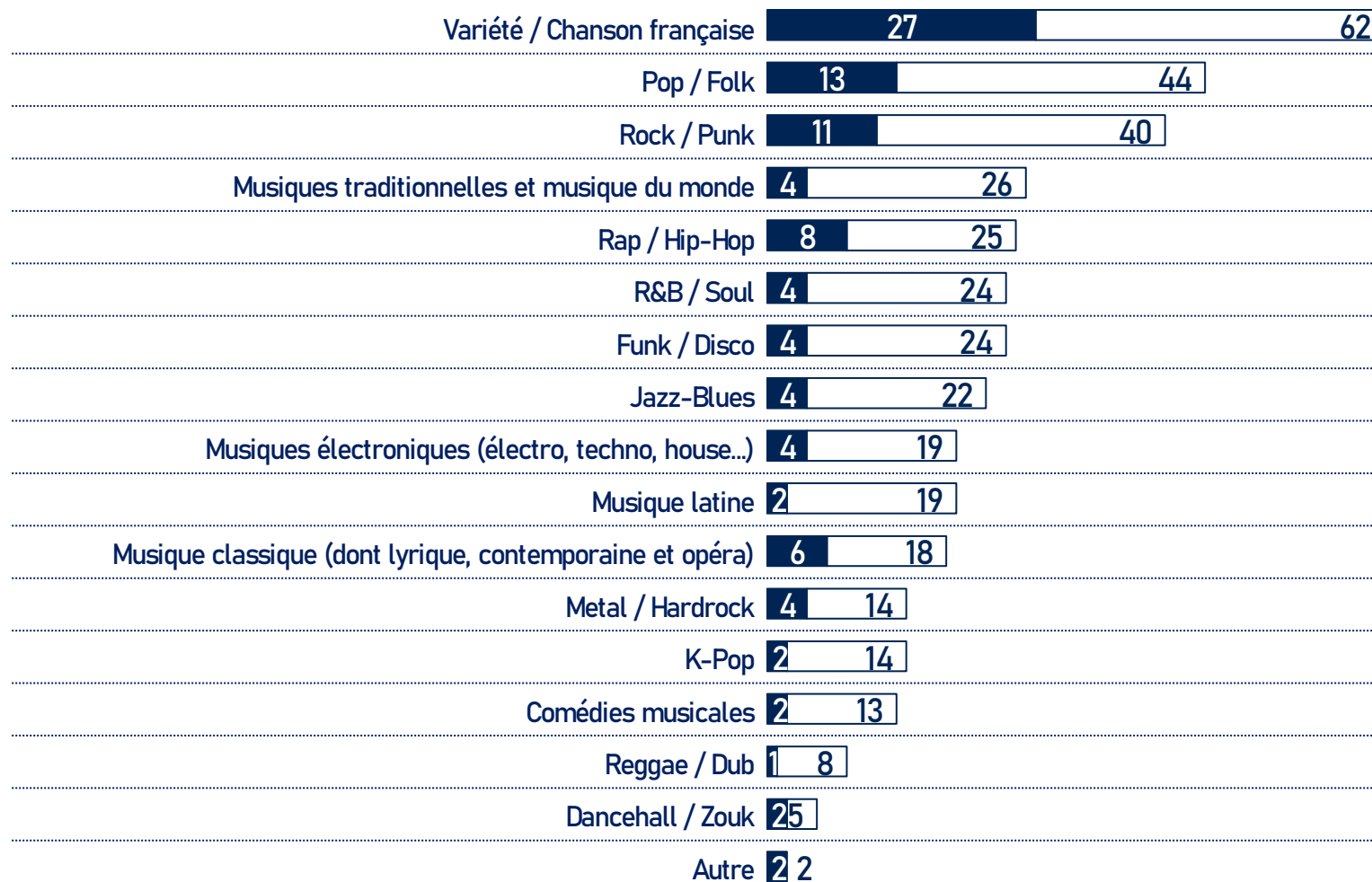
En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION					SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE				SELON LE TYPE D'ÉVÉNEMENTS VU			
		Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	Concerts	... dont au moins 4 fois par an	Festivals	... dont au moins 4 fois par an
ÉVÉNEMENTS MUSICAUX LIVE PHYSIQUES	62	63	59	63	61	63	58	62	63	63	65	77	62	38	26	100	100	100	100
CONCERTS	61	62	58	62	59	62	55	60	62	62	64	75	61	36	26	100	100	95	98
CONCERTS GRATUITS	46	44	45	49	45	47	44	46	50	47	46	59	46	26	21	69	77	80	81
CONCERTS (HORS GRATUITS)	47	51	42	47	45	48	40	44	44	51	53	64	45	22	9	100	100	84	93
Concerts dans des bars/discothèques	29	32	24	29	28	29	25	26	25	32	34	44	26	10	9	62	81	64	82
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	31	23	26	22	24	20	22	23	28	32	39	23	8	2	54	80	58	82
Concerts dans des grandes salles	26	34	23	29	24	23	24	21	22	28	35	42	22	10	5	57	75	54	76
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	27	16	21	16	21	17	16	20	22	28	30	19	6	4	43	70	50	76
FESTIVALS	30	32	30	33	27	29	31	30	29	31	32	46	27	12	11	55	81	100	100
Micro-festivals	23	25	21	27	18	20	23	21	21	23	25	35	20	8	5	43	70	74	91
Petits et moyens festivals	20	22	17	22	18	19	19	19	18	19	23	32	17	5	11	37	65	65	83
Grands festivals	16	22	16	18	10	14	16	14	15	15	22	27	13	5	4	32	61	53	80

Les genres musicaux les plus écoutés en live (concerts et festivals)



Question : « De manière générale, quels sont les 5 genres musicaux que vous avez le plus écoutés en live (concerts et festivals) au cours des 12 derniers mois ? »
(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique live au moins une fois au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles



EN PREMIER

AU TOTAL

Récapitulatif de la consommation d'événements live – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des... »
 (base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS POUR LA MUSIQUE LIVE (TOP 5)

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS POUR LA MUSIQUE LIVE (TOP 5)								
		Variété / Chanson française	Pop / Folk	Musiques électroniques (électro, techno, house...)	Rock / Punk	Metal / Hardrock	Rap / Hip-Hop	Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	Musiques traditionnelles et musique du monde	Jazz-Blues
CONCERTS	61	98	98	97	98	99	97	97	98	97
CONCERTS GRATUITS	46	77	77	80	78	80	75	76	82	82
CONCERTS (HORS GRATUITS)	47	71	76	80	77	81	81	82	72	76
Concerts dans des bars/discothèques	29	40	47	62	48	60	53	46	46	52
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	36	41	47	41	49	45	54	41	46
Concerts dans des grandes salles	26	39	44	49	44	52	52	43	33	35
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	29	31	38	28	36	38	53	39	38
FESTIVALS	30	45	52	66	51	62	59	54	51	55
Micro-festivals	23	32	38	48	36	48	44	43	40	41
Petits et moyens festivals	20	27	32	44	32	43	41	38	34	36
Grands festivals	16	20	25	40	26	38	38	29	25	27

Note de lecture : Parmi celles et ceux qui écoutent de la Variété / Chanson française en live, 98 % vont à des concert et 45 % à des festivals.

Récapitulatif de la consommation d'événements live – selon le profil



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des... »
 (base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS POUR LA MUSIQUE LIVE (TOP 5)							
		R&B / Soul	Funk / Disco	Musique latine	K-Pop	Reggae / Dub	Dancehall / Zouk	Comédies musicales	Autre
CONCERTS	61	98	98	98	98	100	98	98	95
CONCERTS GRATUITS	46	77	81	81	84	80	73	74	54
CONCERTS (HORS GRATUITS)	47	78	72	77	79	79	89	77	74
Concerts dans des bars/discothèques	29	53	50	54	63	64	68	41	38
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	44	38	45	48	50	60	49	29
Concerts dans des grandes salles	26	48	43	38	45	55	66	54	33
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	35	31	37	39	46	58	42	24
FESTIVALS	30	55	49	53	60	63	70	50	31
Micro-festivals	23	41	39	43	50	55	61	37	13
Petits et moyens festivals	20	37	34	38	44	50	52	33	15
Grands festivals	16	33	25	31	32	38	52	31	18

Les genres musicaux les plus écoutés en live (concerts et festivals) – selon le profil



Question : « De manière générale, quels sont les 5 genres musicaux que vous avez le plus écoutés en live (concerts et festivals) au cours des 12 derniers mois ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique live au moins une fois au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

En %, Au total		SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	
	Variété / Chanson française	62	57	66	47	53	58	69	73	72	55	63	61	62	73
	Pop / Folk	44	47	42	49	41	46	49	49	28	51	50	45	46	36
	Rock / Punk	40	47	34	34	39	46	47	44	29	45	48	41	46	36
	Musiques traditionnelles et musique du monde	26	23	28	19	23	25	23	28	43	21	22	23	22	37
	Rap / Hip-Hop	25	26	24	50	41	27	16	6	5	24	24	38	25	5
	R&B / Soul	24	22	25	31	32	24	21	19	12	26	20	32	25	15
	Funk / Disco	24	25	22	19	19	19	35	26	19	22	23	27	31	22
	Jazz-Blues	22	23	21	15	12	17	21	36	41	22	19	13	15	38
	Musiques électroniques (électro, techno, house...)	19	21	16	24	28	22	17	11	6	20	21	22	25	7
	Musique latine	19	17	20	17	23	16	18	15	23	18	13	23	19	19
	Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	18	18	18	14	13	17	14	26	32	22	16	11	9	28
	Metal / Hardrock	14	19	9	13	14	18	17	12	5	16	18	11	18	7
	K-Pop	14	15	14	12	17	18	17	14	8	13	14	16	20	12
	Comédies musicales	13	12	15	12	11	12	11	13	22	13	13	10	10	18
	Reggae / Dub	8	8	8	13	12	9	6	3	4	7	7	10	11	5
	Dancehall / Zouk	5	5	5	12	7	5	3	2	1	7	4	4	5	1
	Autre	2	2	3	1	2	2	2	3	5	3	2	1	2	4

Les genres musicaux les plus écoutés en live (concerts et festivals) – selon le profil



Question : « De manière générale, quels sont les 5 genres musicaux que vous avez le plus écoutés en live (concerts et festivals) au cours des 12 derniers mois ? »
(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique live au moins une fois au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

En %, Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION					SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE				SELON LE TYPE D'ÉVÉNEMENTS VU	
		Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas importante du tout	Concerts au moins une fois par an	Festivals au moins une fois par an
Variété / Chanson française	62	51	68	62	63	64	65	67	63	61	51	56	65	67	48	59	57
Pop / Folk	44	41	46	46	45	44	43	47	43	46	41	46	44	41	32	45	47
Rock / Punk	40	35	39	46	42	40	42	41	41	42	35	42	40	37	19	42	42
Musiques traditionnelles et musique du monde	26	28	29	20	28	26	28	25	26	24	28	25	27	25	26	25	27
Rap / Hip-Hop	25	27	24	24	20	28	23	28	23	25	26	31	22	17	11	27	30
R&B / Soul	24	29	22	20	26	23	20	23	21	24	29	27	22	17	12	25	26
Funk / Disco	24	21	22	27	21	26	28	24	22	23	20	23	24	23	18	23	24
Jazz-Blues	22	25	25	17	25	21	23	18	24	21	26	21	23	23	20	22	25
Musiques électroniques (électro, techno, house...)	19	20	16	19	19	19	17	16	16	22	20	23	17	11	-	20	25
Musique latine	19	21	15	17	16	22	15	19	19	20	21	19	19	20	13	19	20
Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	18	24	19	15	21	15	17	15	14	19	25	19	18	17	6	20	20
Metal / Hardrock	14	13	11	20	13	11	17	13	13	13	13	17	12	9	11	15	17
K-Pop	14	13	13	15	19	15	18	14	15	14	12	16	13	13	6	15	18
Comédies musicales	13	16	15	11	8	13	13	11	12	13	16	12	14	14	5	14	13
Reggae / Dub	8	11	7	10	8	7	9	10	8	6	10	10	7	5	21	9	11
Dancehall / Zouk	5	9	4	5	3	4	4	5	4	5	9	6	5	2	0	6	7
Autre	2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	5	5	2	1

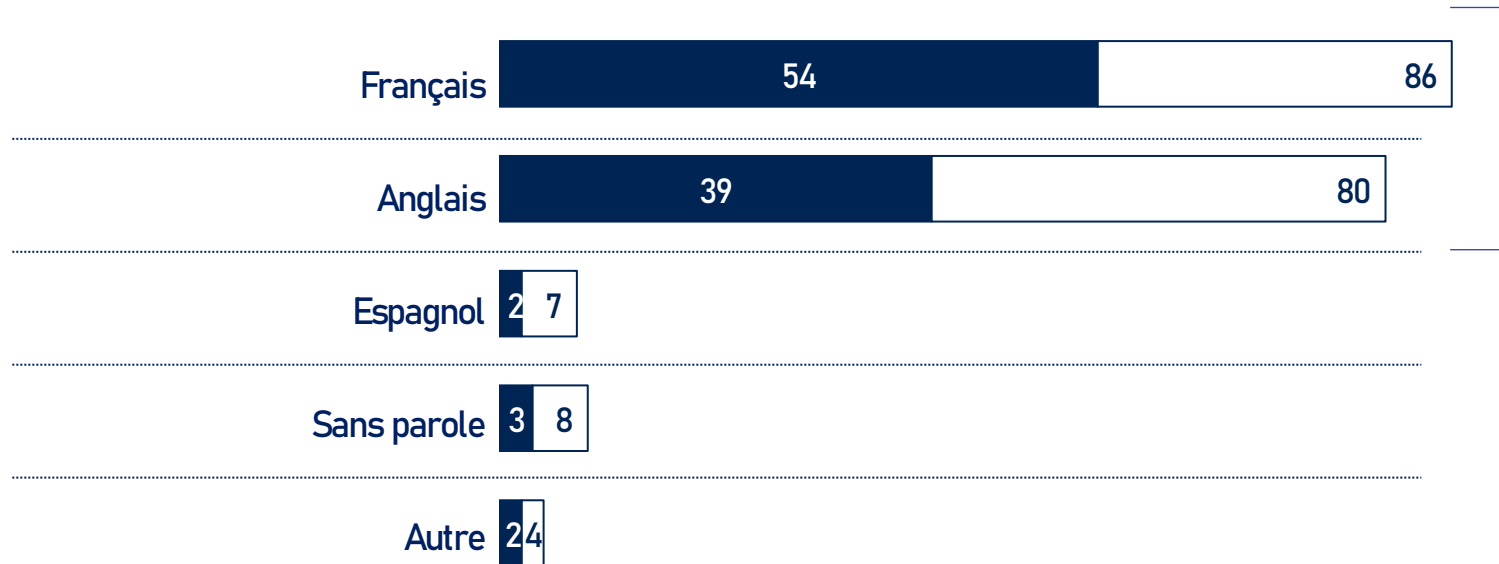
LES HABITUDES ET PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE D'ÉCOUTE DE MUSIQUE

Les langues les plus souvent chantées dans les musiques écoutées



Question : « De façon générale, la musique que vous écoutez est surtout chantée en...»

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



98 %
des répondants écoutent
de la musique chantée en
français ou en anglais

EN PREMIER

AU TOTAL

Les langues les plus souvent chantées dans les musiques écoutées – selon le profil



Question : « De façon générale, la musique que vous écoutez est surtout chantée en...»

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

En %, Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Français	86	84	87	80	83	85	85	90	92	82	85	83	88	91
Anglais	80	83	78	85	79	84	88	78	60	86	86	85	83	67
Espagnol	7	6	8	11	11	7	5	4	7	11	7	10	5	5
Sans parole	8	9	6	5	6	4	6	8	17	6	6	5	4	13
Autre	4	4	4	6	5	2	3	4	5	2	2	4	3	5

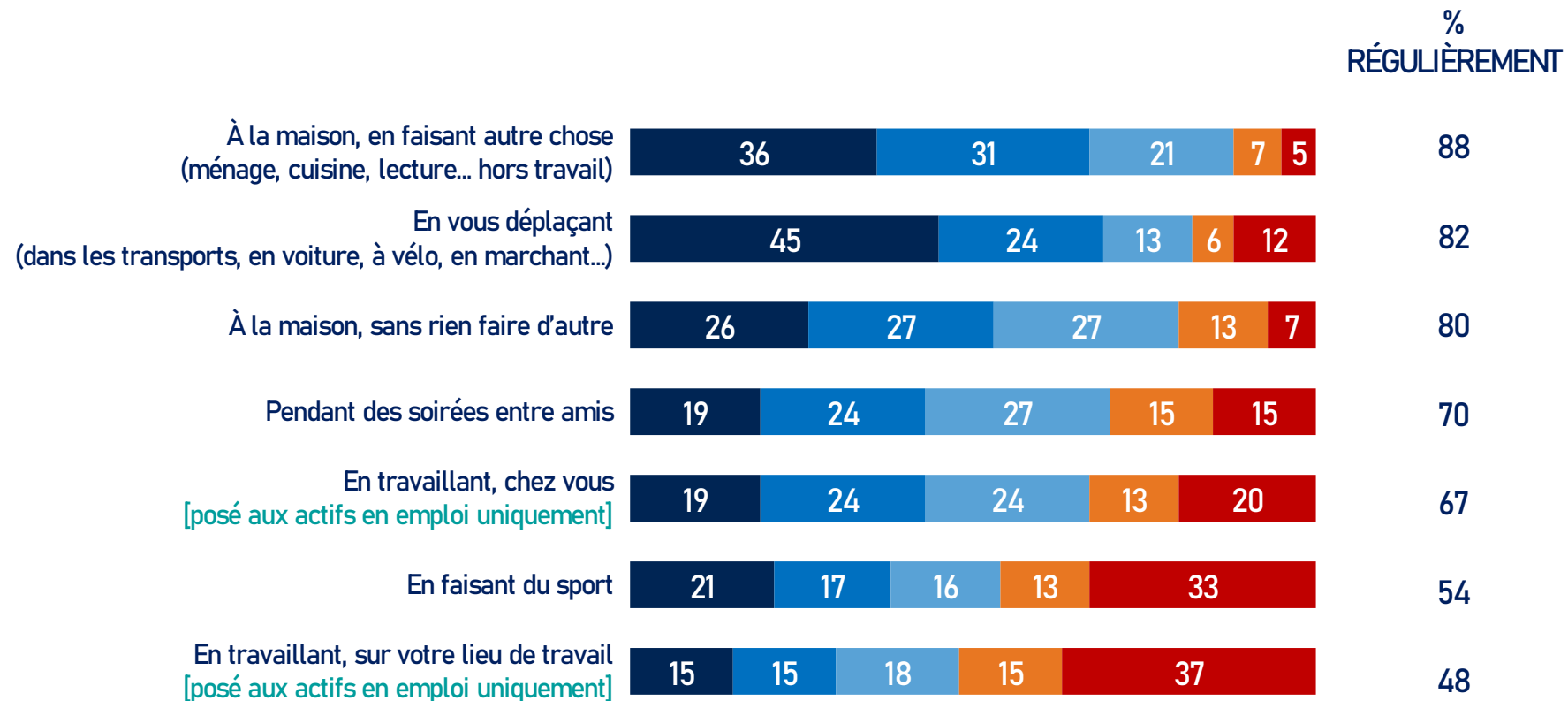
En %, Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE				SELON LES TYPES DE SUPPORTS D'ÉCOUTE (AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE POUR LA MUSIQUE ENREGISTRÉE ET QUATRE FOIS PAR AN POUR LE LIVE)								
		Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas du tout importante	Supports physiques	Bibliothèque personnelle	Plateformes de streaming	Réseaux sociaux et jeux vidéo	Radio et podcasts	Télévision	Événements musicaux live	...Concerts	...Festivals
Français	86	82	86	92	84	85	84	83	84	87	89	85	85	87
Anglais	80	85	80	74	54	77	83	85	82	81	79	75	75	71
Espagnol	7	8	7	5	5	10	9	8	10	7	10	13	13	16
Sans parole	8	8	7	7	10	10	7	6	6	7	5	7	7	7
Autre	4	5	3	3	4	4	5	4	5	3	3	4	4	3

Les lieux et contextes d'écoute de musique enregistrée



Question : « Dans chacune des situations suivantes, écoutez-vous de la musique, tous supports confondus (CD, vinyles, streaming, radio... hors concerts et festivals) ... ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)



Les lieux et contextes d'écoute de musique enregistrée – selon le profil



Question : « Dans chacune des situations suivantes, écoutez-vous de la musique, tous supports confondus (CD, vinyles, streaming, radio... hors concerts et festivals) ... ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)

En % Régulièrement	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
À la maison, en faisant autre chose	88	85	91	90	90	89	87	87	84	88	88	91	86	85
En vous déplaçant	82	83	82	88	89	90	85	74	65	87	87	89	86	70
À la maison, sans rien faire d'autre	80	82	78	86	83	76	79	78	78	82	77	81	79	78
Pendant des soirées entre amis	70	69	72	80	85	79	72	58	46	81	74	81	75	51
En travaillant, chez vous <small>[aux actifs en emploi]</small>	67	68	66	78	73	67	60	65	69	68	67	65	66	-
En faisant du sport	54	52	56	76	76	69	49	33	22	66	60	68	50	25
En travaillant, sur votre lieu de travail <small>[aux actifs en emploi]</small>	48	53	43	43	59	55	42	34	18	45	44	45	56	-

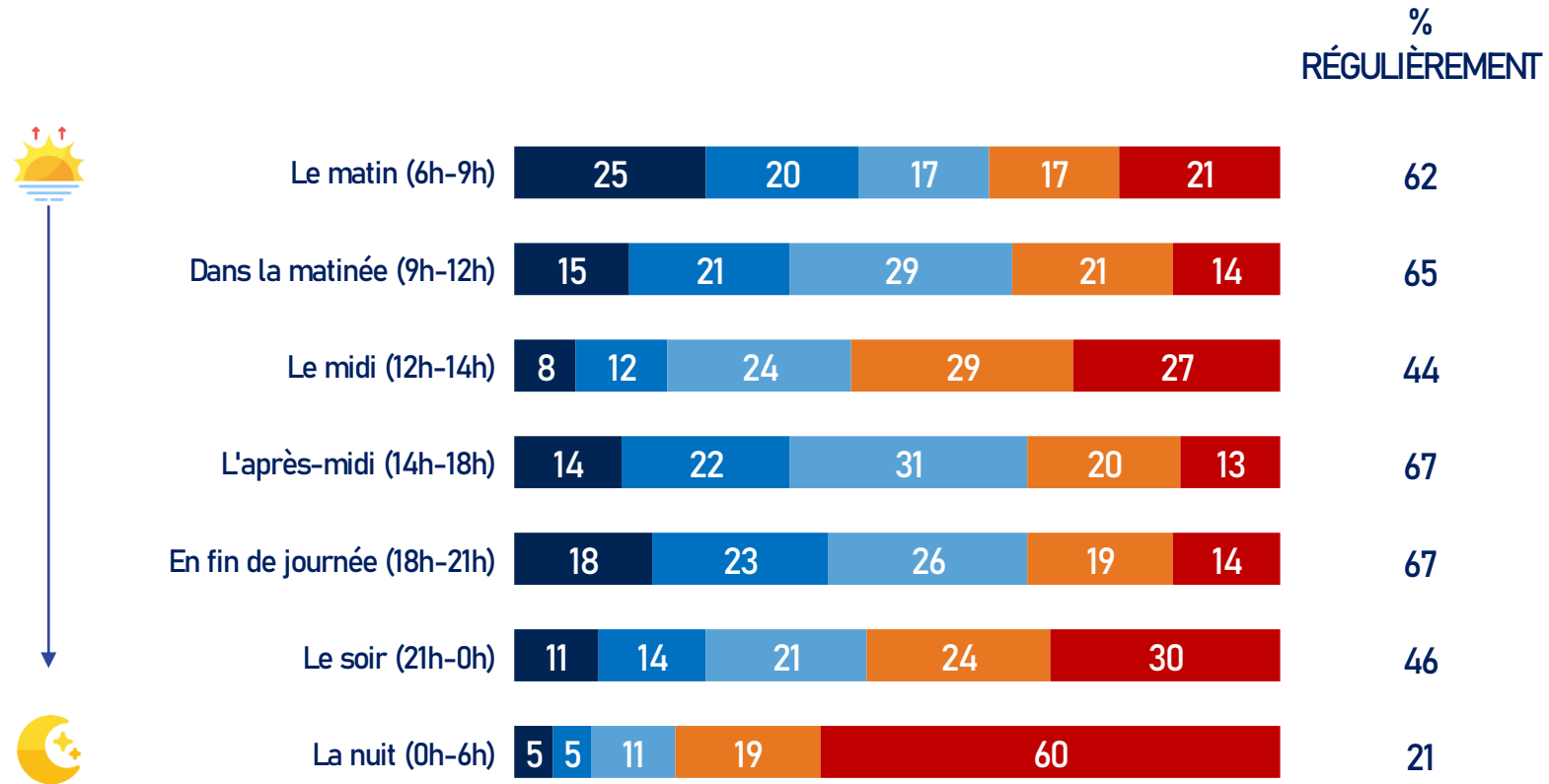
En % Régulièrement	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE				SELON LES TYPES DE SUPPORTS D'ÉCOUTE (AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE)					
		Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas du tout importante	Supports physiques	Bibliothèque personnelle	Plateformes de streaming	Réseaux sociaux et jeux vidéo	Radio et podcasts	Télévision
À la maison, en faisant autre chose	88	95	91	69	39	93	94	93	92	90	92
En vous déplaçant	82	90	82	72	60	82	90	88	89	85	86
À la maison, sans rien faire d'autre	80	93	84	51	33	91	90	88	88	82	87
Pendant des soirées entre amis	70	85	72	45	26	79	82	81	84	74	78
En travaillant, chez vous <small>[aux actifs en emploi]</small>	67	82	69	33	10	77	81	76	78	69	76
En faisant du sport	54	72	52	27	20	59	70	69	72	57	63
En travaillant, sur votre lieu de travail <small>[aux actifs en emploi]</small>	48	61	46	27	22	59	59	55	58	51	56

Les moments d'écoute de musique enregistrée dans la journée



Question : « A quelle fréquence écoutez-vous de la musique sur les créneaux suivants ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)



Les moments d'écoute de musique enregistrée dans la journée – selon le profil



Question : « A quelle fréquence écoutez-vous de la musique sur les créneaux suivants ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)

En % Régulièrement	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Le matin (6h-9h)	62	63	61	69	69	73	64	50	47	70	73	72	70	47
Dans la matinée (9h-12h)	65	62	68	58	65	61	64	70	74	57	58	61	63	74
Le midi (12h-14h)	44	46	42	57	52	51	41	33	31	50	44	49	47	31
L'après-midi (14h-18h)	67	67	67	72	72	71	66	63	58	64	64	70	67	62
En fin de journée (18h-21h)	67	69	66	86	76	75	63	53	53	80	73	73	67	51
Le soir (21h-0h)	46	49	43	73	59	49	38	31	31	55	47	53	41	30
La nuit (0h-6h)	21	24	18	35	29	23	17	12	9	24	19	23	24	10

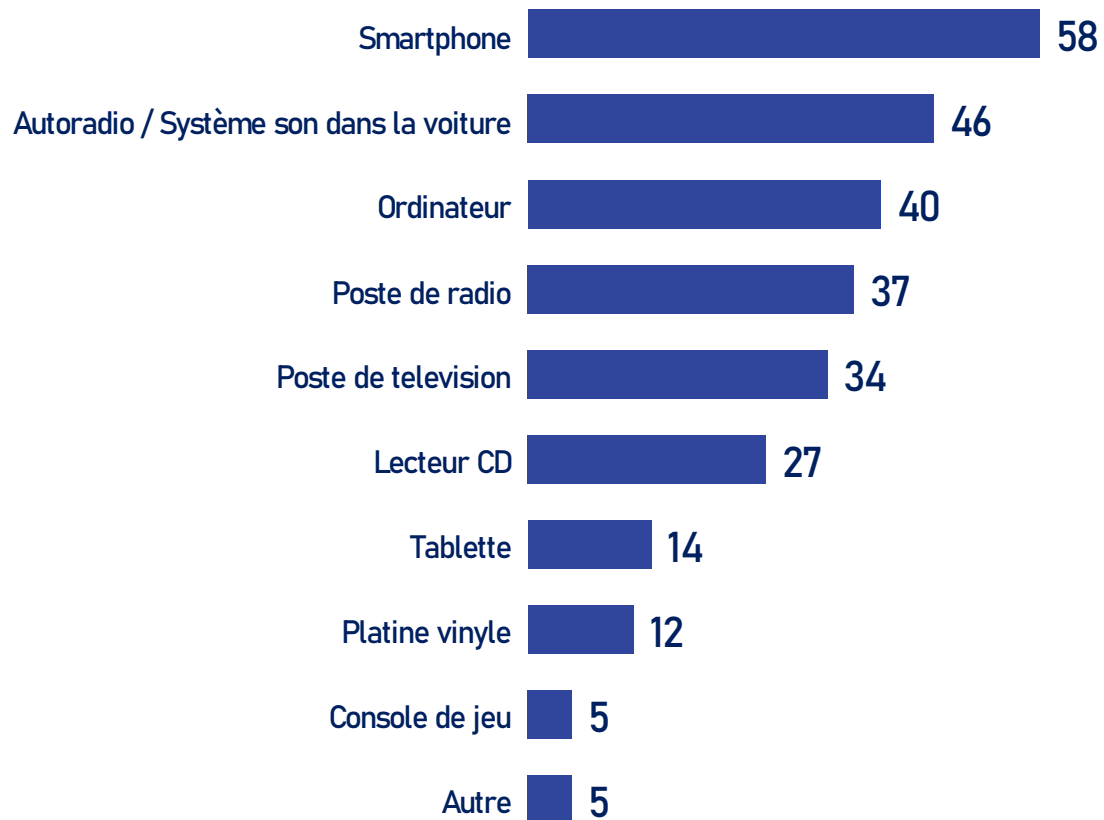
En % Régulièrement	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE				SELON LES TYPES DE SUPPORTS D'ÉCOUTE (AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE)					
		Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas du tout importante	Supports physiques	Bibliothèque personnelle	Plateformes de streaming	Réseaux sociaux et jeux vidéo	Radio et podcasts	Télévision
Le matin (6h-9h)	62	74	62	45	41	65	70	66	70	66	67
Dans la matinée (9h-12h)	65	77	65	47	36	71	72	67	67	67	70
Le midi (12h-14h)	44	62	41	22	20	49	58	49	53	45	49
L'après-midi (14h-18h)	67	80	68	45	29	72	77	72	72	68	71
En fin de journée (18h-21h)	67	83	67	43	29	72	79	75	78	68	72
Le soir (21h-0h)	46	65	43	22	13	52	64	55	60	46	51
La nuit (0h-6h)	21	32	17	9	14	27	33	25	31	21	24



Les appareils les plus souvent utilisés pour lire de la musique

Question : « Quel(s) appareil(s) utilisez-vous le plus souvent pour lire de la musique ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)



% Ordinateur,
Smartphone,
Tablette
75

% Poste de radio,
Autoradio, TV
71

% Platine vinyle,
Lecteur CD
30

Les appareils les plus souvent utilisés pour lire de la musique – selon le profil



Question : « Quel(s) appareil(s) utilisez-vous le plus souvent pour lire de la musique ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)

%	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE			
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas du tout importante
	Smartphone	58	58	85	82	70	54	34	24	66	67	73	59	28	74	57	35	22
	Autoradio / Système son dans la voiture	46	44	20	37	46	55	55	57	45	46	41	52	57	43	46	52	35
	Ordinateur	40	33	43	40	39	39	42	36	46	40	34	39	37	48	39	27	23
	Poste de radio	37	38	16	21	29	40	49	66	32	34	26	39	57	33	39	40	26
	Poste de télévision	34	37	18	32	29	38	43	44	30	31	33	37	42	34	36	32	12
	Lecteur CD	27	27	15	14	20	29	41	45	24	21	18	26	42	28	29	21	7
	Tablette	14	15	16	18	17	11	11	12	18	14	14	11	12	20	13	6	7
	Platine vinyle	12	11	10	8	10	11	17	20	13	9	8	11	18	17	12	7	6
	Console de jeu	5	3	12	10	5	2	-	-	7	3	7	5	-	8	4	1	-
	Autre	5	5	2	4	6	5	5	5	5	5	5	5	6	4	5	4	10

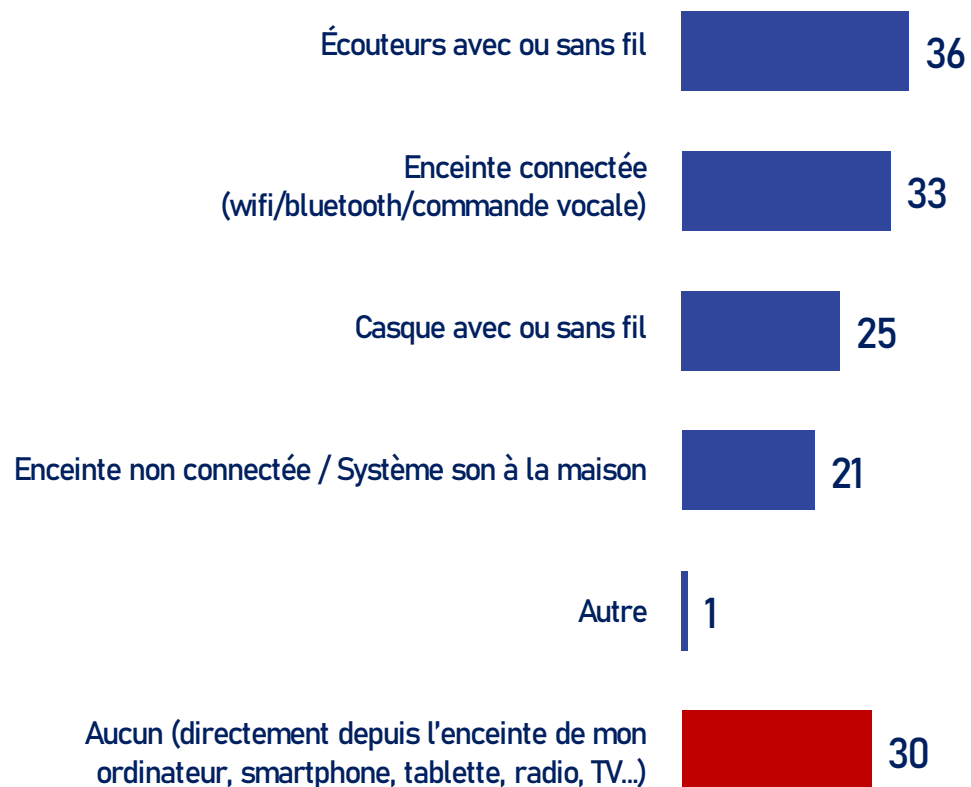
Le matériel le plus utilisé pour écouter de la musique



Question : « Quel(s) matériel(s) utilisez-vous le plus souvent pour écouter de la musique ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



% Écouteurs / Casque
49

% Enceinte
47

Le matériel le plus utilisé pour écouter de la musique – selon le profil



Question : « Quel(s) matériel(s) utilisez-vous le plus souvent pour écouter de la musique ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

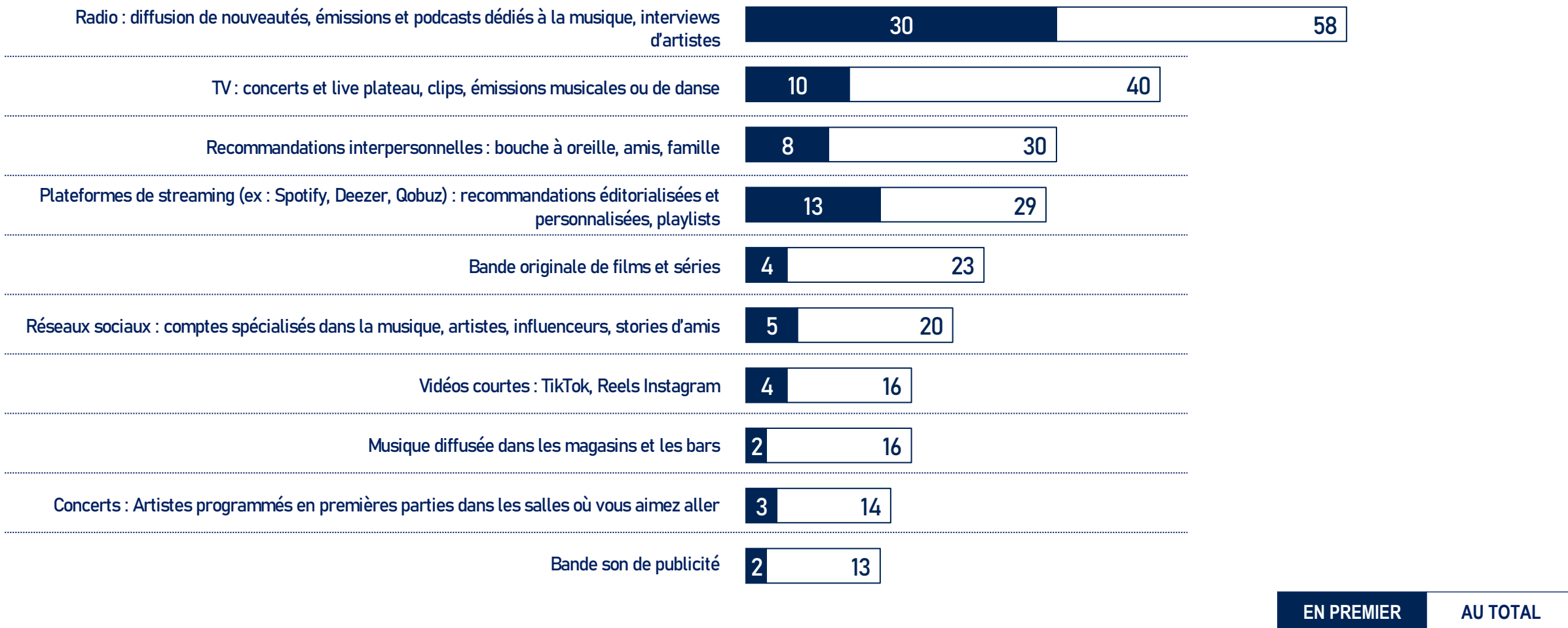
%	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas du tout importante	
	Écouteurs avec ou sans fil	36	37	34	63	51	41	28	20	14	45	40	45	34	16	49	33	20	17
	Enceinte connectée (wifi/bluetooth/commande vocale)	33	35	32	43	44	41	33	22	15	41	36	41	38	19	46	32	16	14
	Casque avec ou sans fil	25	30	21	39	34	28	23	16	11	34	27	28	25	13	38	22	11	13
	Enceinte non connectée / Système son à la maison	21	23	18	16	19	21	21	23	24	24	20	18	20	23	25	21	13	11
	Aucun (directement depuis l'enceinte de mon ordinateur, smartphone, tablette, radio, TV...)	30	26	34	9	16	23	33	45	53	18	26	24	29	49	14	32	53	51

Les principales sources de découverte de nouvelles musiques (1/2)



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrez le plus de nouvelles musiques ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles



Les principales sources de découverte de nouvelles musiques (2/2)



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrez le plus de nouvelle musique ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

Festivals : Artistes programmés **2** 12

Webradio (liée ou non à une station FM) **2** 10

Presse généraliste comprenant une rubrique musique **1** 9

Jeux vidéo : bandes sons, concerts virtuels, **2** 7

Plateformes de streaming audio collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud) **1** 6

Presse musicale spécialisée **1** 6

Podcasts **1** 5

Applications diverses : méditation, fitness **1** 5

Livestream : Concerts diffusés en direct sur internet **4**

Autre **1** 2

J'écoute uniquement de la musique que je connais **7**

EN PREMIER

AU TOTAL

Les principales sources de découverte de nouvelles musiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrez le plus de nouvelle musique ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

% « Au total »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE				
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas du tout importante	
	Radio : diffusion de nouveautés, émissions et podcasts dédiés à la musique, interviews d'artistes	58	55	61	33	49	61	68	68	65	59	62	56	64	67	51	62	65	46
	TV : concerts et live plateau, clips, émissions musicales ou de danse	40	39	41	27	30	36	45	47	53	34	37	37	40	51	36	43	41	26
	Recommandations interpersonnelles : bouche à oreille, amis, famille	30	28	32	33	30	23	31	34	30	34	32	28	26	31	31	31	28	8
	Plateformes de streaming (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) : Recommandations éditorialisées et personnalisées, playlists	29	32	27	49	41	35	25	16	10	40	31	37	27	12	40	28	14	4
	Bande originale de films et séries	23	23	24	22	23	25	25	22	21	25	23	23	21	21	23	24	24	11
	Réseaux sociaux : comptes spécialisés dans la musique, artistes, influenceurs, stories d'amis	20	18	22	38	32	20	15	10	6	18	21	26	19	8	29	18	10	7
	Vidéos courtes : TikTok, Reels Instagram	16	15	17	41	23	15	9	8	4	13	12	25	12	5	22	14	9	9
	Musique diffusée dans les magasins et les bars	16	16	16	16	20	17	16	13	12	15	17	19	17	12	19	15	13	9
	Concerts : Artistes programmés en premières parties dans les salles où vous aimez aller	14	14	14	18	12	14	14	15	12	18	14	13	17	13	19	14	6	3
	Bande son de publicité	13	13	13	13	13	14	14	11	11	14	14	11	13	11	12	14	13	8

Les principales sources de découverte de nouvelles musiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrirez le plus de nouvelle musique ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

% « Au total »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE						SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA PLACE OCCUPÉE PAR LA MUSIQUE DANS SA VIE			
		Hommes	Femmes	Moins de 25 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60-69 ans	70 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très importante	Assez importante	Peu importante	Pas du tout importante
Festivals : Artistes programmés	12	12	11	13	15	11	12	9	9	14	13	12	14	9	17	10	6	8
Webradio (liée ou non à une station FM)	10	12	8	10	9	12	13	8	6	13	9	11	15	7	13	9	6	8
Presse généraliste comprenant une rubrique musique	9	9	8	6	6	8	7	12	13	11	9	7	6	12	8	10	7	5
Jeux vidéo : bandes sons, concerts virtuels,	7	10	4	19	13	8	3	1	1	9	8	8	7	1	10	6	5	9
Plateformes de streaming audio collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud)	6	8	4	11	11	8	5	3	1	10	6	8	6	2	10	5	2	0
Presse musicale spécialisée	6	7	4	6	5	7	5	5	5	6	7	6	5	5	10	5	1	4
Podcasts	5	5	4	7	9	6	3	3	1	8	5	6	4	2	7	4	1	2
Applications diverses : méditation, fitness	5	5	5	8	8	4	4	4	3	6	6	6	3	4	7	5	4	6
Livestream : Concerts diffusés en direct sur internet	4	5	3	8	7	3	4	2	1	5	3	5	4	1	6	3	2	3
Autre	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	1	1	2	3	1	2	6
J'écoute uniquement de la musique que je connais	7	7	7	3	3	4	7	10	13	5	5	4	6	12	3	6	13	30

Les principales sources de découverte de nouvelles musiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrirez le plus de nouvelle musique ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

% « Au total »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS (TOP 5)							
		Variété / Chanson française	Pop / Folk	Musiques électroniques (électro, techno, house...)	Rock / Punk	Metal / Hardrock	Rap / Hip-Hop	Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	Musiques traditionnelles et musique du monde
Radio : diffusion de nouveautés, émissions et podcasts dédiés à la musique, interviews d'artistes	58	66	62	54	62	50	51	57	58
TV : concerts et live plateau, clips, émissions musicales ou de danse	40	45	41	35	39	34	33	43	45
Recommandations interpersonnelles : bouche à oreille, amis, famille	30	31	31	31	32	34	30	35	32
Plateformes de streaming (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) : Recommandations éditorialisées et personnalisées, playlists	29	26	34	40	32	34	44	23	24
Bande originale de films et séries	23	24	26	27	26	27	21	30	27
Réseaux sociaux : comptes spécialisés dans la musique, artistes, influenceurs, stories d'amis	20	18	19	26	17	18	35	15	20
Vidéos courtes : TikTok, Reels Instagram	16	13	16	22	13	14	30	10	16
Musique diffusée dans les magasins et les bars	16	15	17	19	17	17	17	13	16
Concerts : Artistes programmés en premières parties dans les salles où vous aimez aller	14	14	14	15	16	19	13	18	17
Bande son de publicité	13	13	13	14	14	13	15	14	13

Les principales sources de découverte de nouvelles musiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrez le plus de nouvelle musique ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

% « Au total »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS (TOP 5)							
		Variété / Chanson française	Pop / Folk	Musiques électroniques (électro, techno, house...)	Rock / Punk	Metal / Hardrock	Rap / Hip-Hop	Musique classique (dont lyrique, contemporaine et opéra)	Musiques traditionnelles et musique du monde
Festivals : Artistes programmés	12	11	12	15	15	17	11	13	12
Webradio (liée ou non à une station FM)	10	9	10	12	11	11	11	8	11
Presse généraliste comprenant une rubrique musique	9	9	9	7	10	9	7	13	11
Jeux vidéo : bandes sons, concerts virtuels,	7	4	6	12	7	13	13	6	6
Plateformes de streaming audio collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud)	6	4	6	9	5	9	10	5	7
Presse musicale spécialisée	6	5	5	7	6	9	5	8	7
Podcasts	5	3	4	7	4	5	6	5	4
Applications diverses : méditation, fitness	5	4	4	7	4	6	6	5	6
Livestream : Concerts diffusés en direct sur internet	4	3	4	6	4	6	5	4	4
Autre	2	2	2	2	2	2	2	3	2
J'écoute uniquement de la musique que je connais	7	7	5	4	6	6	3	8	7

Les principales sources de découverte de nouvelles musiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrez le plus de nouvelle musique ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

% « Au total »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS POUR LA MUSIQUE ENREGISTRÉE (TOP 5)								
		Jazz-Blues	R&B / Soul	Funk / Disco	Musique latine	K-Pop	Reggae / Dub	Dancehall / Zouk	Comédies musicales	Autre
Radio : diffusion de nouveautés, émissions et podcasts dédiés à la musique, interviews d'artistes	58	64	59	64	63	34	54	55	63	36
TV : concerts et live plateau, clips, émissions musicales ou de danse	40	41	42	49	43	37	41	43	50	22
Recommandations interpersonnelles : bouche à oreille, amis, famille	30	37	32	30	32	32	34	30	31	30
Plateformes de streaming (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) : Recommandations éditorialisées et personnalisées, playlists	29	23	37	27	29	40	30	34	22	32
Bande originale de films et séries	23	25	25	25	22	24	21	20	32	29
Réseaux sociaux : comptes spécialisés dans la musique, artistes, influenceurs, stories d'amis	20	14	27	20	24	35	23	30	16	22
Vidéos courtes : TikTok, Reels Instagram	16	9	21	16	22	30	17	23	13	20
Musique diffusée dans les magasins et les bars	16	14	16	20	20	17	21	19	19	18
Concerts : Artistes programmés en premières parties dans les salles où vous aimez aller	14	17	13	13	14	18	17	14	17	8
Bande son de publicité	13	12	15	15	14	18	13	16	15	13

Les principales sources de découverte de nouvelles musiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales sources par lesquelles vous découvrirez le plus de nouvelle musique ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique enregistrée au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois ou qui ont écouté un concert live au cours des 12 derniers mois, soit 94 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car cinq réponses possibles

% « Au total »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LES GENRES MUSICAUX LES PLUS ÉCOUTÉS POUR LA MUSIQUE ENREGISTRÉE (TOP 5)								
		Jazz-Blues	R&B/ Soul	Funk / Disco	Musique latine	K-Pop	Reggae / Dub	Dancehall / Zouk	Comédies musicales	Autre
Festivals : Artistes programmés	12	15	10	12	12	12	16	8	11	12
Webradio (liée ou non à une station FM)	10	10	11	10	10	11	13	17	7	12
Presse généraliste comprenant une rubrique musique	9	13	7	8	8	9	9	7	12	7
Jeux vidéo : bandes sons, concerts virtuels,	7	5	8	5	6	18	7	6	5	13
Plateformes de streaming audio collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud)	6	5	7	6	7	12	7	12	5	3
Presse musicale spécialisée	6	8	5	5	6	10	8	8	7	3
Podcasts	5	5	5	5	5	9	5	7	4	5
Applications diverses : méditation, fitness	5	6	6	6	6	11	7	10	6	6
Livestream : Concerts diffusés en direct sur internet	4	4	5	3	4	10	4	6	3	3
Autre	2	2	2	2	2	2	1	2	2	9
J'écoute uniquement de la musique que je connais	7	7	4	6	5	3	6	5	7	13

















Liens entre les différents modes d'écoute de musique



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)

% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS (ENREGISTRÉ) / % AU MOINS UNE FOIS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS (LIVE)

Les personnes qui écoutent → écoutent aussi ↓	 Supports physiques	 Bib. numérique personnelle	 Plateformes de streaming	 Réseaux soc., jeux vidéo	 Radio et podcasts	 Télévision	 Concerts	 Festivals
 Supports physiques	100	56	45	47	48	53	58	63
 Bib. numérique personnelle	54	100	53	57	45	51	57	63
 Plateformes de streaming	73	89	100	90	73	78	84	88
 Réseaux sociaux, jeux vidéo	50	63	59	100	49	56	62	69
 Radio et podcasts	91	89	86	88	100	91	90	93
 Télévision	73	73	66	73	66	100	74	80
 Concerts	60	61	54	60	49	55	100	84
 Festivals	43	44	37	44	33	39	55	100

Note de lecture : 88 % de celles et ceux qui sont allés en festival au cours des 12 derniers mois écoutent de la musique sur des plateformes de streaming au moins une fois par mois

PARTIE 3

FOCUS SUR LES ÉVÉNEMENTS MUSICAUX LIVE



GAME CHANGERS



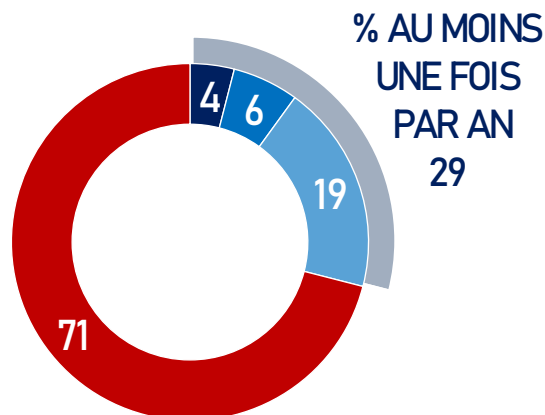
sopra  steria

La consommation de concerts des Français

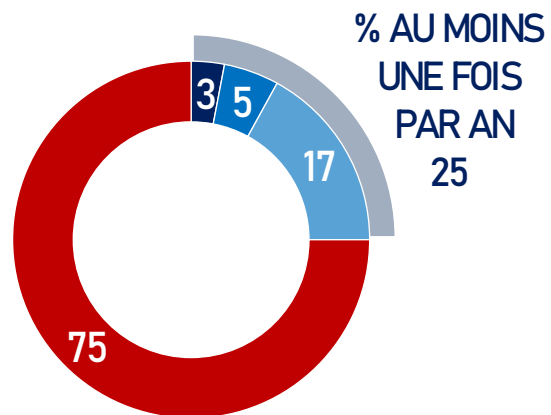
Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des... »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94% de l'échantillon)



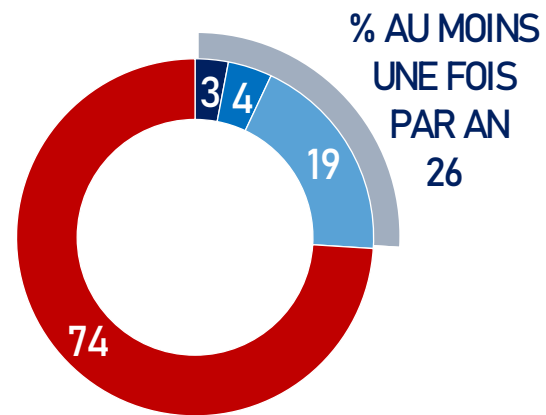
Concerts dans des bars/discothèques



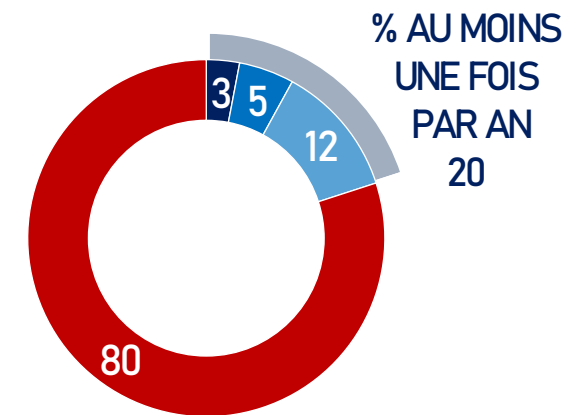
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne (200-900 places)



Concerts dans des grandes salles (Zénith, Arena, stade...)



Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC



47 % ont assisté à au moins un concert au cours des 12 derniers mois

OUI, 1 FOIS PAR MOIS OU PLUS SOUVENT

OUI, 4 À 11 FOIS PAR AN

OUI, 1 À 3 FOIS PAR AN

NON, PAS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

Les adeptes de concerts : des profils légèrement plus mélomanes, plus jeunes et plus diplômés que la moyenne des Français



Parmi celles et ceux qui ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (soit 47 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés



La musique occupe une place très importante pour **45 %** d'entre eux (vs 31 % de l'ensemble des Français)



Ils et elles écoutent en moyenne **2h42** de musique chaque jour (vs 2h11 pour l'ensemble des Français)



Ils et elles écoutent en moyenne **8 supports** chaque mois (vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)



49 % jouent d'un instrument ou pratiquent actuellement le chant (vs 34 % de l'ensemble des Français)



55 % ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)

Les profils sociodémographiques surreprésentés



39 % ont moins de 35 ans (vs 29 % de l'ensemble)



60 % ont un diplôme supérieur au bac (vs 52 %)



66 % sont actifs (vs 57 %)



37 % sont CSP+ (vs 29 %)

Pratiques détaillées des adeptes de concerts : des pratiques d'écoute légèrement supérieures à celles de l'ensemble des Français écoutant de la musique, et des pratiques « live » environ deux fois plus fréquentes

 Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les adeptes de concerts au moins une fois par an (soit 47 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **1,8** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **1,7** fois plus tendance à écouter des cassettes audios



...ont **1,7** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux

Pratiques détaillées des adeptes de concerts : des pratiques d'écoute légèrement supérieures à celles de l'ensemble des Français écoutant de la musique, et des pratiques « live » environ deux fois plus fréquentes

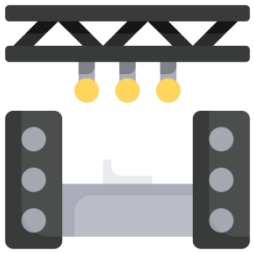
En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	ADEPTES DE CONCERTS	RATIO*
CD	41	52	1,3
Vinyles	17	27	1,6
Cassettes audio	9	15	1,7
Musique téléchargée	44	57	1,3
Plateformes de streaming audio	48	63	1,3
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	23	1,8
Plateformes de streaming vidéo	60	71	1,2
Réseaux sociaux	36	50	1,4
Applications de vidéos courtes	33	47	1,4
Jeux vidéo	23	34	1,5
Radio généraliste	58	66	1,1
Radio musicale	68	75	1,1
Webradio	19	30	1,6
Podcasts musicaux	21	35	1,7
Émissions musicales	43	53	1,2
Captations ou retransmissions de concerts	24	39	1,6
Clips TV	41	52	1,3

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	ADEPTES DE CONCERTS	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	62	2,1
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	54	2,2
Concerts dans des grandes salles	26	57	2,2
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	43	2,2
Micro-festivals	23	43	1,9
Petits et moyens festivals	20	37	1,9
Grands festivals	16	32	2,0

**Note de lecture pour chaque ligne : les adeptes de concerts ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français qui écoutent de la musique*

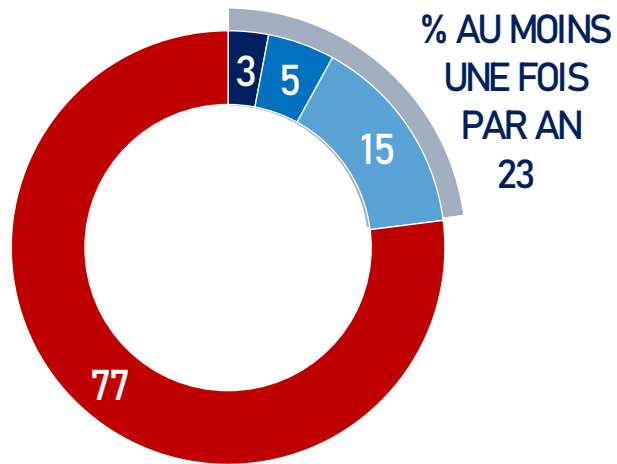
La consommation de festivals des Français

Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous assisté à des... »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)



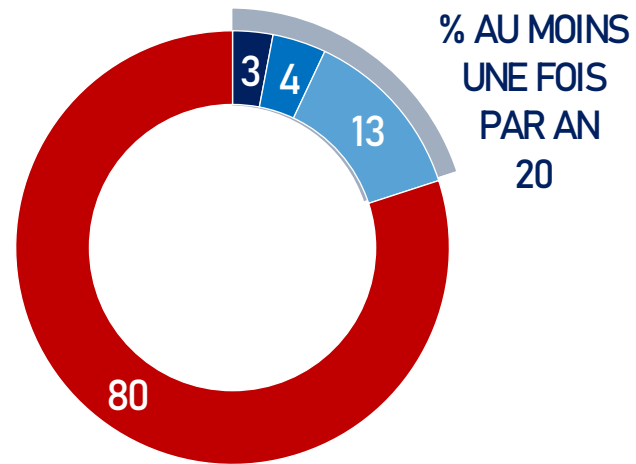
Micro-festivals

(événement axé autour de valeurs sociales et écologiques fortes. Souvent à taille humaine, une programmation locale, en zone rurale)



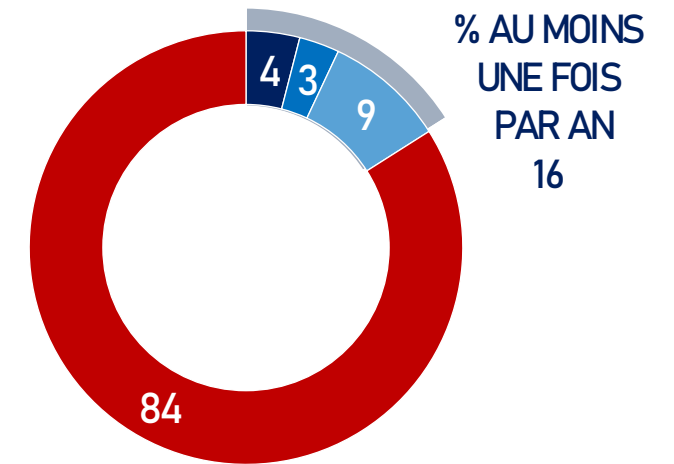
Petits et moyens festivals

(à l'échelle d'une commune, ex : La Route du Rock à Saint-Malo, Jazz sous les Pommiers à Coutances, Pause Guitare à Albi, Peacock Society à Choisy-le-Roi...)



Grands festivals

(ex : We Love Green, Hellfest, Vieilles Charrues, La Folle Journée de Nantes)



30 % ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois

OUI, 1 FOIS PAR MOIS OU PLUS SOUVENT

OUI, 4 À 11 FOIS PAR AN

OUI, 1 À 3 FOIS PAR AN

NON, PAS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS

Les adeptes de festivals : des profils beaucoup plus mélomanes que la moyenne des Français, mais aussi plus jeunes, plus diplômés, et plus actifs



Parmi celles et ceux qui ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (soit 30 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés



La musique occupe une place très importante pour **49 %** d'entre eux (*vs 31 % de l'ensemble des Français*)



Écoutent en moyenne **2h57** de musique chaque jour (*vs 2h11 pour l'ensemble des Français*)



Écoutent en moyenne **9 supports** chaque mois (*vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)



84 % ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (*vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)



57 % jouent d'un **instrument** ou pratiquent actuellement le **chant** (*vs 34 % de l'ensemble des Français*)

Les profils sociodémographiques surreprésentés



43 % ont moins de 35 ans (*vs 29 % de l'ensemble*)



60 % ont un diplôme supérieur au bac (*vs 52 %*)



67 % sont actifs (*vs 57 %*)



37 % sont CSP+ (*vs 29 %*)

Pratiques musicales détaillées des adeptes de festivals : des pratiques d'écoute comme des pratiques « live » bien supérieures à celles de la moyenne des Français qui écoutent de la musique



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les adeptes de festivals au moins une fois par an (soit 30 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **2,4** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **2,3** fois plus tendance à écouter des cassettes audios



...ont **2,1** fois plus tendance à écouter des captations ou retransmissions de concerts



...ont **2,1** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont **2,1** fois plus tendance à écouter des webradios



...ont **2,5** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

...ont **2,3** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne

...ont **2,2** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des bars/discothèques

...ont **2,1** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des grandes salles

Pratiques musicales détaillées des adeptes de festivals : des pratiques d'écoute comme des pratiques « live » bien supérieures à celles de la moyenne des Français qui écoutent de la musique

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	ADEPTES DE FESTIVALS	RATIO*
CD	41	57	1,4
Vinyles	17	34	2,0
Cassettes audio	9	21	2,3
Musique téléchargée	44	63	1,4
Plateformes de streaming audio	48	69	1,4
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	31	2,4
Plateformes de streaming video	60	77	1,3
Réseaux sociaux	36	58	1,6
Applications de vidéos courtes	33	54	1,6
Jeux vidéo	23	42	1,8
Radio généraliste	58	73	1,3
Radio musicale	68	78	1,1
Webradio	19	39	2,1
Podcasts musicaux	21	45	2,1
Émissions musicales	43	61	1,4
Captations ou retransmissions de concerts	24	51	2,1
Clips TV	41	60	1,5

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	ADEPTES DE FESTIVALS	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	64	2,2
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	58	2,3
Concerts dans des grandes salles	26	54	2,1
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	50	2,5
Micro-festivals	23	74	3,2
Petits et moyens festivals	20	65	3,3
Grands festivals	16	53	3,3

**Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de festivals ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

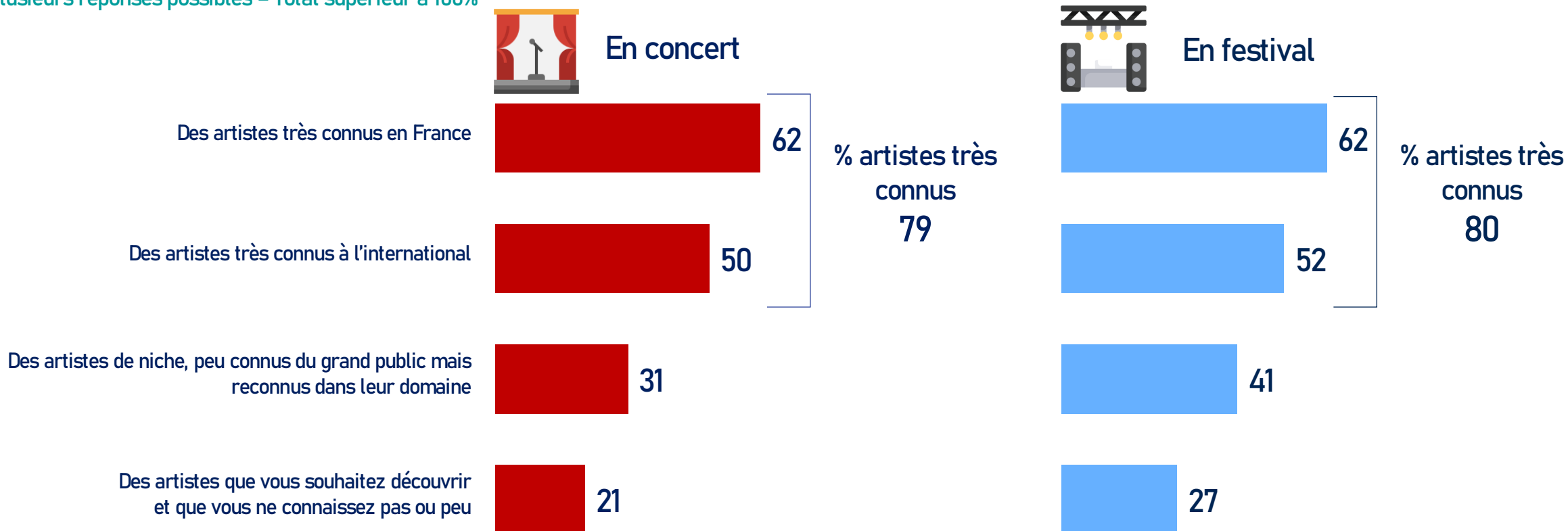
Les types d'artistes vus en concert et en festival



Questions :

« Quel(s) type(s) d'artistes allez-vous voir en concerts ? (hors festival) » (base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un concert, y compris gratuit, au cours des 12 derniers mois, soit 57 % de l'échantillon) / « Quel(s) type(s) d'artistes allez-vous voir en festival ? » (base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon)

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



Les types d'artistes vus en concert - selon le profil



Question : « Quel(s) type(s) d'artistes allez-vous voir en concerts (hors festival) »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un concert, y compris gratuit, au cours des 12 derniers mois, soit 57 % de l'échantillon)



En concert

	En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
			Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. Intellectuell. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
% artistes très connus		79	79	79	81	83	79	78	77	80	80	79	77	77
Des artistes très connus en France		62	60	63	59	61	62	60	64	60	63	64	63	64
Des artistes très connus à l'international		50	51	48	56	60	51	51	37	56	53	52	50	37
% artistes peu connus		42	43	42	39	42	46	41	44	44	47	41	44	41
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans leur domaine		31	32	30	31	32	38	30	27	35	37	30	31	25
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu		21	21	21	16	16	21	23	27	21	18	20	28	26

	En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
% artistes très connus		79	81	78	80	75	81	79	75	75	83	81
Des artistes très connus en France		62	55	66	61	60	64	63	62	61	64	55
Des artistes très connus à l'international		50	55	42	52	49	49	49	41	45	52	57
% artistes peu connus		42	44	43	40	45	42	44	43	43	40	44
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans leur domaine		31	33	30	29	35	31	33	29	28	31	34
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu		21	20	24	20	22	20	22	21	24	21	20

Les types d'artistes vus en concert - selon le profil



Question : « Quel(s) type(s) d'artistes allez-vous voir en concerts (hors festival) »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un concert, y compris gratuit, au cours des 12 derniers mois, soit 57 % de l'échantillon)



En concert

	En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE D'ÉVÉNEMENTS VU (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)				SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN CONCERTS		
			Concerts dans des bars/discothèques	Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	Concerts dans des grandes salles	Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
% artistes très connus	79		81	83	90	82	84	83	80
Des artistes très connus en France	62		61	64	70	63	63	66	62
Des artistes très connus à l'international	50		54	54	60	52	57	53	51
% artistes peu connus	42		49	51	38	50	50	47	38
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans leur domaine	31		37	42	31	40	42	37	24
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu	21		24	22	16	24	21	23	22

Les types d'artistes vus en festival - selon le profil



Question : « Quel(s) type(s) d'artistes allez-vous voir en festival »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon)



En festival

	En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
			Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. Intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
% artistes très connus		80	82	77	81	82	83	75	77	80	86	81	79	75
Des artistes très connus en France		62	63	62	60	62	65	61	64	62	69	65	62	65
Des artistes très connus à l'international		52	54	51	55	56	60	47	44	55	55	59	52	42
% artistes peu connus		53	51	55	46	53	52	58	58	56	53	51	61	55
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans leur domaine		41	40	42	34	45	44	42	41	45	42	40	53	37
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu		27	25	29	22	18	24	38	36	26	27	26	32	34

	En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
% artistes très connus		80	80	81	79	73	81	79	75	82	81	81
Des artistes très connus en France		62	57	69	64	58	61	62	64	69	63	57
Des artistes très connus à l'international		52	55	51	53	50	52	53	42	53	55	58
% artistes peu connus		53	53	54	50	58	53	54	51	51	55	53
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans leur domaine		41	40	40	41	47	40	40	39	40	43	40
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu		27	25	31	24	32	26	30	26	27	27	26

Les types d'artistes vus en festival - selon le profil



Question : « Quel(s) type(s) d'artistes allez-vous voir en festival »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon)



En festival

	En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE D'ÉVÉNEMENTS VU (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)			SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN FESTIVALS		
			Micro-festivals	Petits et moyens festivals	Grands festivals	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
% artistes très connus		80	80	80	85	83	80	77
Des artistes très connus en France		62	62	61	65	58	66	62
Des artistes très connus à l'international		52	52	52	60	53	55	50
% artistes peu connus		53	53	55	49	48	58	52
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans leur domaine		41	42	44	39	41	45	37
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu		27	26	26	23	18	30	31

Les critères pour assister à un concert



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un concert (hors festival) ? »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un concert, y compris gratuit, au cours des 12 derniers mois, soit 57 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les critères pour assister à un concert – selon le profil



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un concert (hors festival) ? »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un concert, y compris gratuit, au cours des 12 derniers mois, soit 57 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



	% Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
			Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. Intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
L'artiste / les artistes / la programmation	66		62	70	56	63	61	69	76	65	66	61	64	77
Le prix	55		52	57	49	54	53	57	58	51	55	52	56	58
Votre proximité géographique avec l'événement	54		50	58	44	50	49	55	65	47	53	49	55	67
Passer du bon temps / faire la fête avec ses proches	44		40	47	49	43	49	47	34	40	48	46	50	34
La qualité de la prestation scénique (effets de lumière, danse...)	27		29	25	25	26	28	31	25	31	32	25	28	23
Le confort proposé (vestiaire, possibilité de s'asseoir...)	16		18	15	18	16	13	16	18	15	17	17	15	18
Un lieu particulier (bâtiment historique ou atypique, acoustique de haute qualité...)	16		16	16	13	19	15	16	17	19	16	18	13	16
Le temps d'attente raisonnable (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	11		13	9	15	15	11	8	8	15	9	12	10	7
La prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux	9		10	8	13	13	11	5	5	10	7	11	10	6

Les critères pour assister à un concert – selon le profil



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un concert (hors festival) ? »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un concert, y compris gratuit, au cours des 12 derniers mois, soit 57 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

	% Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
L'artiste / les artistes / la programmation	66	66	59	73	61	72	67	68	68	68	67	60
Le prix	55	55	49	56	58	58	53	58	57	55	54	47
Votre proximité géographique avec l'événement	54	54	44	58	54	56	57	60	55	56	54	44
Passer du bon temps / faire la fête avec ses proches	44	44	45	43	46	42	43	42	44	46	43	45
La qualité de la prestation scénique (effets de lumière, danse...)	27	27	33	24	23	24	29	26	27	23	25	34
Le confort proposé (vestiaire, possibilité de s'asseoir...)	16	16	18	18	15	15	15	15	17	14	17	18
Un lieu particulier (bâtiment historique ou atypique, acoustique de haute qualité...)	16	16	19	15	14	20	14	18	15	13	15	19
Le temps d'attente raisonnable (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	11	11	13	9	11	10	10	9	10	12	11	13
La prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux	9	9	10	7	9	7	10	7	9	8	10	10

Les critères pour assister à un concert – selon le profil



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un concert (hors festival) ? »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un concert, y compris gratuit, au cours des 12 derniers mois, soit 57 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



	% Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE CONCERTS (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)				SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN CONCERTS		
			Concerts dans des bars/discothèques	Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	Concerts dans des grandes salles	Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
L'artiste / les artistes / la programmation	66	66	60	62	66	56	46	76	77
Le prix	55	55	51	50	47	48	42	55	61
Votre proximité géographique avec l'événement	54	54	48	50	46	47	35	59	63
Passer du bon temps / faire la fête avec ses proches	44	44	46	41	42	40	36	50	47
La qualité de la prestation scénique (effets de lumière, danse...)	27	27	28	29	32	28	29	30	28
Le confort proposé (vestiaire, possibilité de s'asseoir...)	16	16	18	18	18	20	23	14	15
Un lieu particulier (bâtiment historique ou atypique, acoustique de haute qualité...)	16	16	19	19	18	23	22	18	13
Le temps d'attente raisonnable (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	11	11	15	14	13	17	21	9	7
La prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux	9	9	14	14	14	17	24	6	4

Les critères pour assister à un festival



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un festival (hors concert dans une salle) ? »
(base: À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les critères pour assister à un festival – selon le profil



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un festival (hors concert dans une salle) ? »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



	% Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
			Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. Intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
La programmation de l'événement, les artistes	47	47	42	52	46	43	45	49	53	47	55	45	49	53
Le prix	47	47	42	51	41	45	48	51	49	40	50	50	45	52
Passer du bon temps / faire la fête avec ses proches	42	42	38	47	42	42	43	45	40	41	38	47	55	41
Votre proximité géographique avec l'événement	41	41	38	45	36	29	36	49	59	29	43	36	36	60
L'expérience festivalière	28	28	30	26	27	27	31	28	25	29	25	29	36	20
La qualité des prestations scéniques (effets de lumière, danse...)	24	24	25	23	25	20	26	23	27	31	25	20	21	24
Le confort proposé (possibilité de s'asseoir, safe zone, restauration, camping...)	19	19	19	20	17	19	16	21	23	19	15	18	19	24
Un lieu particulier (bâtiment historique ou atypique, acoustique de haute qualité...)	18	18	20	16	19	17	14	20	20	25	14	18	18	19
Le temps d'attente raisonnable (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	14	14	15	13	17	22	12	8	10	16	15	16	6	10
La prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux	13	13	16	9	14	18	14	10	7	16	17	10	11	6
Les activités annexes aux concerts (ateliers, conférences, jeux...)	11	11	13	10	10	19	15	8	5	13	10	16	12	6

Les critères pour assister à un festival – selon le profil



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un festival (hors concert dans une salle) ? »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



	% Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
La programmation de l'événement, les artistes	47	47	43	54	41	47	50	50	44	47	49	43
Le prix	47	47	38	51	51	54	42	48	50	50	47	38
Passer du bon temps / faire la fête avec ses proches	42	42	43	40	41	38	47	45	45	41	39	43
Votre proximité géographique avec l'événement	41	41	30	45	42	48	43	49	44	41	43	27
L'expérience festivalière	28	28	27	29	29	26	26	24	26	32	28	29
La qualité des prestations scéniques (effets de lumière, danse...)	24	24	20	23	21	24	31	23	30	25	23	19
Le confort proposé (possibilité de s'asseoir, safe zone, restauration, camping...)	19	19	20	21	19	21	17	19	22	19	19	19
Un lieu particulier (bâtiment historique ou atypique, acoustique de haute qualité...)	18	18	20	17	16	19	19	19	15	16	18	22
Le temps d'attente raisonnable (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	14	14	21	14	11	12	12	10	14	13	14	21
La prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux	13	13	21	8	13	12	10	12	10	10	10	22
Les activités annexes aux concerts (ateliers, conférences, jeux...)	11	11	14	7	13	12	12	12	7	10	13	13

Les critères pour assister à un festival – selon le profil



Question : « Parmi les critères suivants, quels sont les quatre plus importants pour vous pour assister à un festival (hors concert dans une salle) ? »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



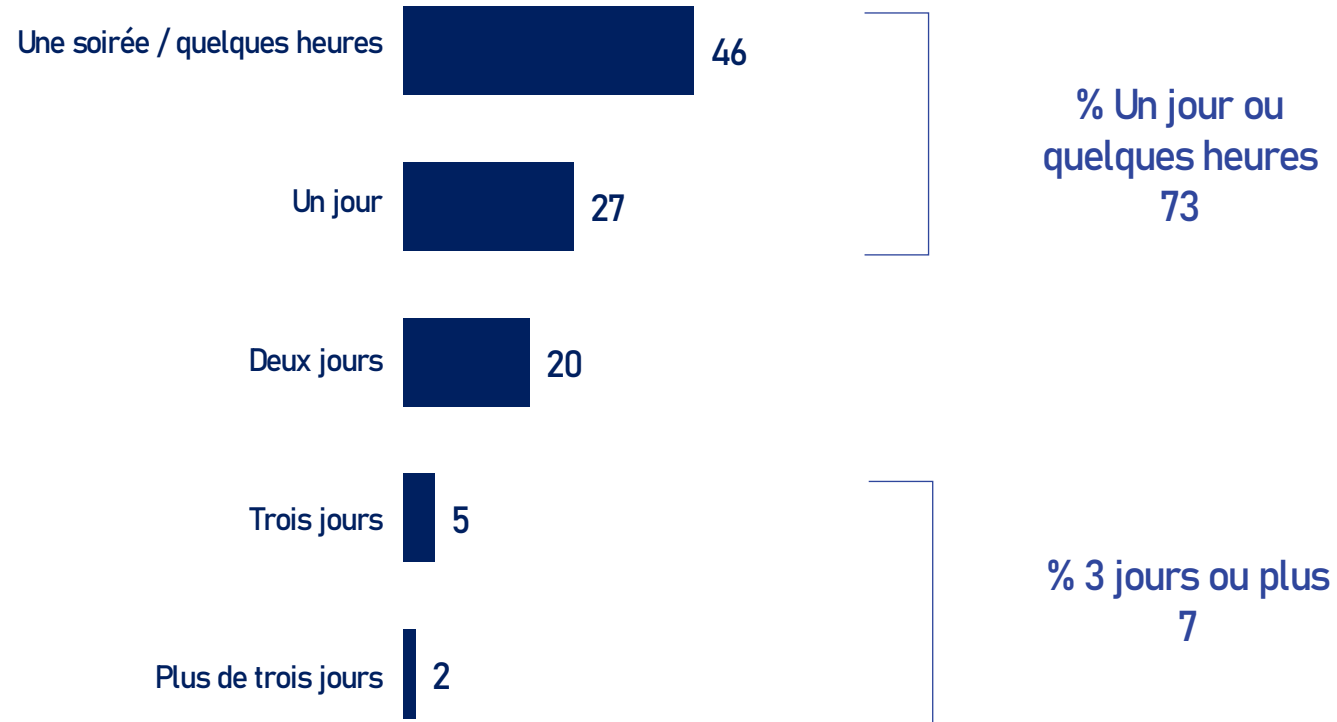
	% Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE FESTIVALS (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)			SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN FESTIVALS		
			Micro-festivals	Petits et moyens festivals	Grands festivals	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
La programmation de l'événement, les artistes	47	47	44	44	40	26	56	56
Le prix	47	47	44	43	40	30	50	57
Passer du bon temps / faire la fête avec ses proches	42	42	38	40	38	27	47	49
Votre proximité géographique avec l'événement	41	41	40	37	30	24	44	53
L'expérience festivalière	28	28	28	27	28	26	31	25
La qualité des prestations scéniques (effets de lumière, danse...)	24	24	23	25	27	28	22	22
Le confort proposé (possibilité de s'asseoir, safe zone, restauration, camping...)	19	19	20	19	19	22	17	20
Un lieu particulier (bâtiment historique ou atypique, acoustique de haute qualité...)	18	18	19	19	20	21	18	15
Le temps d'attente raisonnable (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	14	14	15	15	17	22	9	12
La prise en compte des enjeux environnementaux et sociaux	13	13	15	15	17	22	12	7
Les activités annexes aux concerts (ateliers, conférences, jeux...)	11	11	13	14	14	21	9	6

La durée habituelle du temps passé sur un festival



Question : « De façon générale, combien de temps restez-vous sur les festivals ? »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon)



La durée habituelle du temps passé sur un festival - selon le profil



Question : « De façon générale, combien de temps restez-vous sur les festivals ? »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon)

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. Intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
% UN JOUR OU QUELQUES HEURES	73	72	75	69	69	70	74	86	59	80	73	63	90
...Une soirée / quelques heures	46	43	50	40	35	41	49	68	40	48	43	37	70
...Un jour	27	29	25	29	34	29	25	18	19	32	30	26	20
Deux jours	20	19	19	21	25	26	16	9	32	14	20	25	6
% 3 JOURS OU PLUS	7	9	6	10	6	4	10	5	9	6	7	12	4
...Trois jours	5	6	5	8	3	3	8	3	6	4	5	9	2
...Plus de trois jours	2	3	1	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2

En %, Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
		Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
% UN JOUR OU QUELQUES HEURES	73	67	74	78	74	73	76	76	69	74	68
...Une soirée / quelques heures	46	38	48	46	54	50	53	51	41	46	38
...Un jour	27	29	26	32	20	23	23	25	28	28	30
Deux jours	20	25	17	16	16	22	16	17	23	19	24
% 3 JOURS OU PLUS	7	8	9	6	10	5	8	7	8	7	8
...Trois jours	5	5	7	3	8	4	6	3	5	5	6
...Plus de trois jours	2	3	2	3	2	1	2	4	3	2	2

La durée habituelle du temps passé sur un festival - selon le profil



Question : « De façon générale, combien de temps restez-vous sur les festivals ? »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à au moins un festival au cours des 12 derniers mois, soit 28 % de l'échantillon)

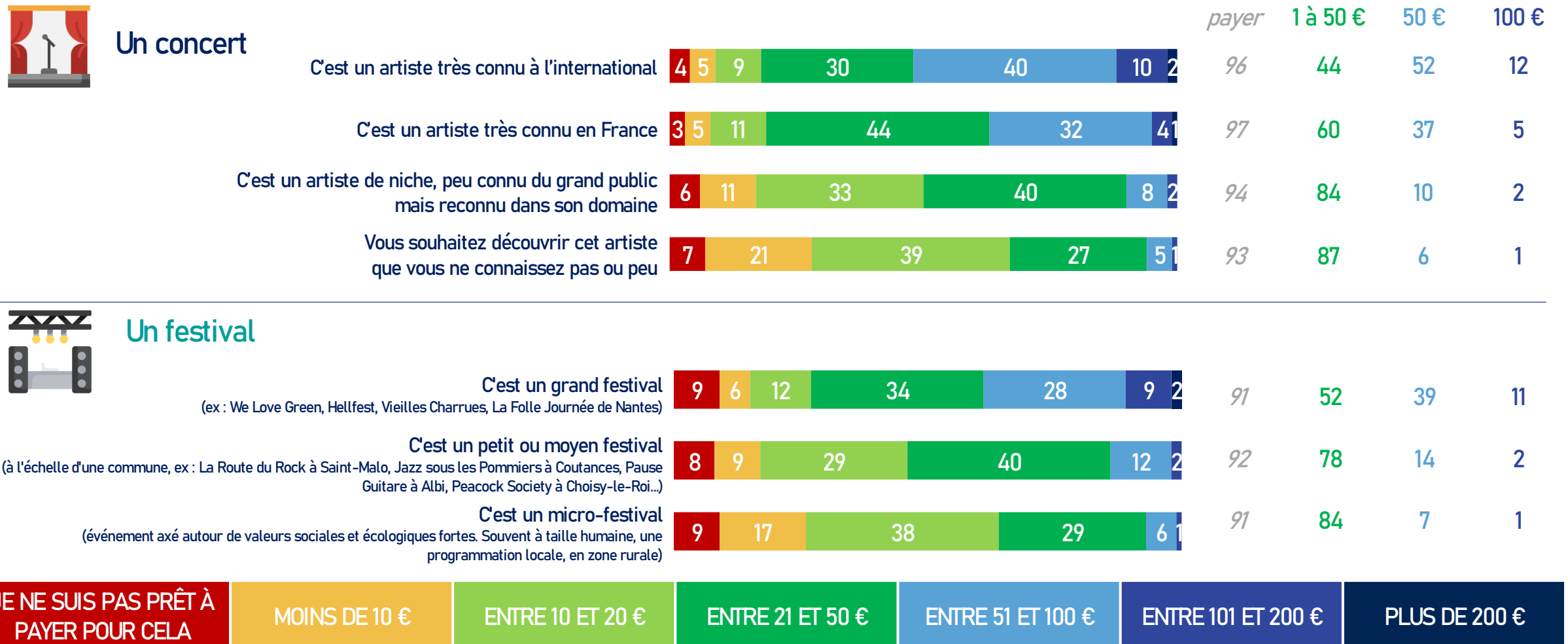
	% Au total	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE FESTIVALS (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)			SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN FESTIVALS		
			Micro-festivals	Petits et moyens festivals	Grands festivals	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
% UN JOUR OU QUELQUES HEURES	73		72	71	63	62	72	82
...Une soirée / quelques heures	46		44	42	34	32	45	58
...Un jour	27		28	29	29	30	27	24
Deux jours	20		22	21	26	28	20	13
% 3 JOURS OU PLUS	7		6	8	11	10	8	5
...Trois jours	5		4	5	8	7	6	4
...Plus de trois jours	2		2	3	3	3	2	1

Le montant maximum pour assister à des concerts et festivals selon le type d'événement



Questions : « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un concert si ... » / « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un festival si ... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)



Le montant maximum pour assister à des concerts et festivals selon le type d'événement



Questions : « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un concert si ... » / « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un festival si ... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)

A total, parmi celles et ceux qui ont assisté à au moins un événement musical en live au cours des 12 derniers mois ...



▶ **58%** sont prêts à payer plus de 50 € pour au moins un type de concert

15% sont prêts à payer plus de 100 € pour au moins un type de concert

2% sont prêts à payer plus de 200 € pour au moins un type de concert



▶ **42%** sont prêts à payer plus de 50 € pour au moins un type de festival

12% sont prêts à payer plus de 100 € pour au moins un type de festival

3% sont prêts à payer plus de 200 € pour au moins un type de festival

Le montant maximum pour assister à des concerts selon le type d'événement



Questions : « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un concert si ... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)



	% Plus de 50 €	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
			Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. Intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
C'est un artiste très connu à l'international	52		50	53	55	58	55	57	39	61	58	57	53	38
C'est un artiste très connu en France	37		35	38	35	40	41	37	31	44	38	36	38	29
C'est un artiste de niche, peu connu du grand public mais reconnu dans son domaine	10		10	9	13	13	13	9	6	13	10	8	12	5
Vous souhaitez découvrir cet artiste que vous ne connaissez pas ou peu	6		7	6	6	10	9	6	3	8	7	6	10	2

	% Plus de 50 €	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
C'est un artiste très connu à l'international	52		54	50	49	56	53	52	44	49	55	56
C'est un artiste très connu en France	37		40	36	34	34	36	38	34	31	36	39
C'est un artiste de niche, peu connu du grand public mais reconnu dans son domaine	10		17	9	9	9	9	10	6	7	9	17
Vous souhaitez découvrir cet artiste que vous ne connaissez pas ou peu	6		11	5	7	5	5	6	5	5	6	12

Le montant maximum pour assister à des concerts selon le type d'événement



Questions : « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un concert si ... »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)



	% Plus de 50 €	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE CONCERTS (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)				SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN CONCERTS		
			Concerts dans des bars/discothèques	Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	Concerts dans des grandes salles	Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
C'est un artiste très connu à l'international	52	52	52	51	61	45	48	59	57
C'est un artiste très connu en France	37	37	36	37	44	34	37	40	38
C'est un artiste de niche, peu connu du grand public mais reconnu dans son domaine	10	10	13	14	16	16	21	9	6
Vous souhaitez découvrir cet artiste que vous ne connaissez pas ou peu	6	6	10	11	12	13	18	5	3

Le montant maximum pour assister à des festivals selon le type d'événement



Questions : « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un festival si ... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)



	% Plus de 50 €	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
			Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
C'est un grand festival (ex : We Love Green, Hellfest, Vieilles Charrues, La Folle Journée de Nantes)	39		41	37	46	47	43	36	29	47	42	42	39	28
C'est un petit ou moyen festival (à l'échelle d'une commune, ex : La Route du Rock à Saint-Malo, Jazz sous les Pommiers à Coutances, Pause Guitare à Albi, Peacock Society à Choisy-le-Roi...)	14		14	13	14	19	16	13	9	18	16	13	16	7
C'est un micro-festival (événement axé autour de valeurs sociales et écologiques fortes. Souvent à taille humaine, une programmation locale, en zone rurale)	7		8	6	9	11	8	7	5	12	5	9	8	4

	% Plus de 50 €	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
C'est un grand festival (ex : We Love Green, Hellfest, Vieilles Charrues, La Folle Journée de Nantes)	39		44	39	39	41	37	39	37	35	40	43
C'est un petit ou moyen festival (à l'échelle d'une commune, ex : La Route du Rock à Saint-Malo, Jazz sous les Pommiers à Coutances, Pause Guitare à Albi, Peacock Society à Choisy-le-Roi...)	14		15	11	13	16	14	11	12	13	15	16
C'est un micro-festival (événement axé autour de valeurs sociales et écologiques fortes. Souvent à taille humaine, une programmation locale, en zone rurale)	7		10	6	9	6	6	6	7	7	7	11

Le montant maximum pour assister à des festivals selon le type d'événement



Questions : « En moyenne, combien êtes-vous prêt à mettre dans un billet pour assister à un festival si ... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)



	% Plus de 50 €	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE FESTIVALS (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)			SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN FESTIVALS		
			Micro-festivals	Petits et moyens festivals	Grands festivals	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
C'est un grand festival (ex : We Love Green, Hellfest, Vieilles Charrues, La Folle Journée de Nantes)		39	45	47	51	47	47	43
C'est un petit ou moyen festival (à l'échelle d'une commune, ex : La Route du Rock à Saint-Malo, Jazz sous les Pommiers à Coutances, Pause Guitare à Albi, Peacock Society à Choisy-le-Roi...)		14	18	20	23	24	19	15
C'est un micro-festival (événement axé autour de valeurs sociales et écologiques fortes. Souvent à taille humaine, une programmation locale, en zone rurale)		7	12	12	15	18	10	7

L'anticipation de la réservation des places



Question : « De manière générale, vous achetez vos places de concerts/festivals pour aller voir... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois et vont voir ce type d'artistes)



LONGTEMPS AVANT L'ÉVÉNEMENT, JE M'EN OCCUPE DÈS L'OUVERTURE DE LA BILLETTERIE OU PEU DE TEMPS APRÈS

NI L'UN, NI L'AUTRE

PEU DE TEMPS AVANT L'ÉVÉNEMENT, JE M'EN OCCUPE AU DERNIER MOMENT


VOUS NE SAVEZ PAS

L'anticipation de la réservation des places – selon le profil



Question : « De manière générale, vous achetez vos places de concerts/festivals pour aller voir... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois et vont voir ce type d'artistes)



	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>	64	62	67	64	66	64	68	58	74	67	65	62	54
Des artistes très connus en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>	57	54	60	53	57	57	66	53	63	61	61	58	52
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>	28	30	26	31	30	29	28	24	23	30	33	28	25
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>	19	21	18	23	22	23	16	17	11	18	25	18	19

	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>	20	23	16	22	21	21	18	16	17	17	22	25	18
Des artistes très connus en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>	23	26	19	29	26	27	17	16	23	20	21	28	16
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>	47	47	47	46	48	48	45	46	57	44	46	49	42
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>	47	45	50	46	47	57	49	41	63	51	47	41	39

L'anticipation de la réservation des places – selon le profil



Question : « De manière générale, vous achetez vos places de concerts/festivals pour aller voir... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois et vont voir ce type d'artistes)



	% LONGTEMPS AVANT	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>	64	64	62	62	62	68	68	64	58	62	69	62
Des artistes très connu.e.es en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>	57	57	58	55	53	66	58	55	54	59	58	59
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>	28	28	34	28	27	23	28	28	25	29	27	34
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>	19	19	22	22	21	16	15	19	19	23	17	21

	% AU DERNIER MOMENT	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA RÉGION					SELON LA CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION				
			Île-de-France	Nord-Ouest	Nord-Est	Sud-Ouest	Sud-Est	Rural	2.000 à 19.999 hab.	20.000 à 99.999 hab.	100.000 hab. et plus	Agglo. de Paris
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>	20	20	24	20	23	14	15	19	24	20	15	24
Des artistes très connus en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>	23	23	27	22	27	15	19	21	25	21	21	26
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>	47	47	42	42	49	48	51	47	49	45	48	42
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>	47	47	45	44	38	48	60	42	51	36	55	47

L'anticipation de la réservation des places – selon le profil



Question : « De manière générale, vous achetez vos places de concerts/festivals pour aller voir... »

(base : À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois et vont voir ce type d'artistes)



	% LONGTEMPS AVANT	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE		SELON LE TYPE DE CONCERT (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)				SELON LE TYPE DE FESTIVAL (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)		
			Concerts	Festivals	Concerts dans des bars/discothèques	Concerts dans des salles intimistes ou moyennes	Concerts dans des grandes salles	Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	Micro-festivals	Petits et moyens festivals	Grands festivals
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>	64		64	63	61	64	69	60	64	64	63
Des artistes très connus en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>	57		58	53	55	54	62	53	57	57	53
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>	28		29	28	29	32	32	31	28	28	28
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>	19		21	20	21	26	26	24	19	20	20

	% AU DERNIER MOMENT	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE		SELON LE TYPE DE CONCERT (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)				SELON LE TYPE DE DE FESTIVAL (% AU MOINS UNE FOIS PAR AN)		
			Concerts	Festivals	Concerts dans des bars/discothèques	Concerts dans des salles intimistes ou moyennes	Concerts dans des grandes salles	Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	Micro-festivals	Petits et moyens festivals	Grands festivals
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>	20		20	25	24	23	20	27	20	20	25
Des artistes très connus en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>	23		23	28	28	28	24	30	23	23	28
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>	47		47	49	50	47	47	47	47	47	49
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>	47		47	53	49	48	47	47	47	48	53

L'anticipation de la réservation des places – selon le profil



Question : « De manière générale, vous achetez vos places de concerts/festivals pour aller voir... »

(base: À celles et ceux qui ont assisté à des événements musicaux en live au cours des 12 derniers mois et vont voir ce type d'artistes)



	% LONGTEMPS AVANT	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN CONCERTS			SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN FESTIVALS		
			Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>		64	60	70	61	60	61	69
Des artistes très connus en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>		57	49	65	57	50	54	57
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>		28	35	27	23	39	21	25
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>		19	30	18	16	34	16	17

	% AU DERNIER MOMENT	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN CONCERTS			SELON LA FRÉQUENCE DE VENUE EN FESTIVALS		
			Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
Des artistes très connus à l'international <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus à l'international)</i>		20	31	14	15	34	25	17
Des artistes très connus en France <i>(A ceux qui vont voir des artistes très connus en France)</i>		23	37	18	15	37	29	19
Des artistes de niche, peu connus du grand public mais reconnus dans son domaine <i>(A ceux qui vont voir des artistes de niche)</i>		47	47	51	42	44	54	49
Des artistes que vous souhaitez découvrir et que vous ne connaissez pas ou peu <i>(A ceux qui vont voir des artistes qu'ils souhaitent découvrir)</i>		47	44	55	39	43	55	55

Les raisons de ne pas assister régulièrement à des concerts

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'assistez pas ou peu à des concerts ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique mais n'ont pas assisté à un concert au cours des 12 derniers mois, soit 37 % de l'échantillon)

- Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons de ne pas assister régulièrement à des concerts - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'assistez pas ou peu à des concerts ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique mais n'ont pas assisté à un concert au cours des 12 derniers mois, soit 37 % de l'échantillon) –

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

	En % ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Je n'ai pas les moyens de mettre de l'argent dans des concerts	37	33	41	38	26	36	42	37	25	36	40	31	39
Les salles sont trop loin de chez moi	27	24	29	31	18	23	26	31	23	21	22	26	32
Je ne me sens pas à l'aise (trop de monde, sentiment d'insécurité...)	25	22	28	25	21	19	28	28	26	22	20	23	27
Je manque de temps	15	18	11	17	25	24	16	5	23	26	18	17	3
Je n'ai personne avec qui y aller	13	11	15	18	10	9	13	15	15	10	14	11	15
Je n'y pense pas	13	15	10	19	19	13	13	8	19	15	17	13	8
Je n'aime pas l'ambiance des concerts	13	15	12	20	15	9	13	13	16	11	11	17	12
Le son est trop fort et/ou de mauvaise qualité	12	11	13	7	8	12	10	17	11	12	9	9	16
Les lieux ne sont pas confortables (pas de possibilité de s'asseoir, pas de safe zone...)	10	9	11	6	7	11	10	12	9	10	10	8	10
J'ai des difficultés à me déplacer et les lieux ne sont pas adaptés	9	7	11	8	6	5	9	12	3	2	8	5	13
Le temps d'attente est trop long (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	8	8	7	7	5	9	7	9	4	8	5	8	9
Les artistes que j'apprécie ne donnent pas de concerts	8	9	6	6	6	7	9	8	7	7	9	9	9
Les places ne sont plus disponibles quand je veux les acheter	4	4	5	6	4	6	3	4	5	5	4	3	4
Les salles ne répondent pas aux enjeux environnementaux et sociaux selon moi	2	2	1	3	2	1	2	1	3	1	2	3	1
Autre	5	5	5	3	4	7	5	6	4	4	6	5	5

Les raisons de ne pas assister régulièrement à des festivals

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'assistez pas ou peu à des festivals ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique mais n'ont pas assisté à un festival au cours des 12 derniers mois, soit 66 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Note de lecture : les chiffres entourés correspondent aux pourcentages présentant les plus grands écarts pour un même item entre le contexte festival et le contexte concert.

Les raisons de ne pas assister régulièrement à des festivals - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'assistez pas ou peu à des festivals ? »

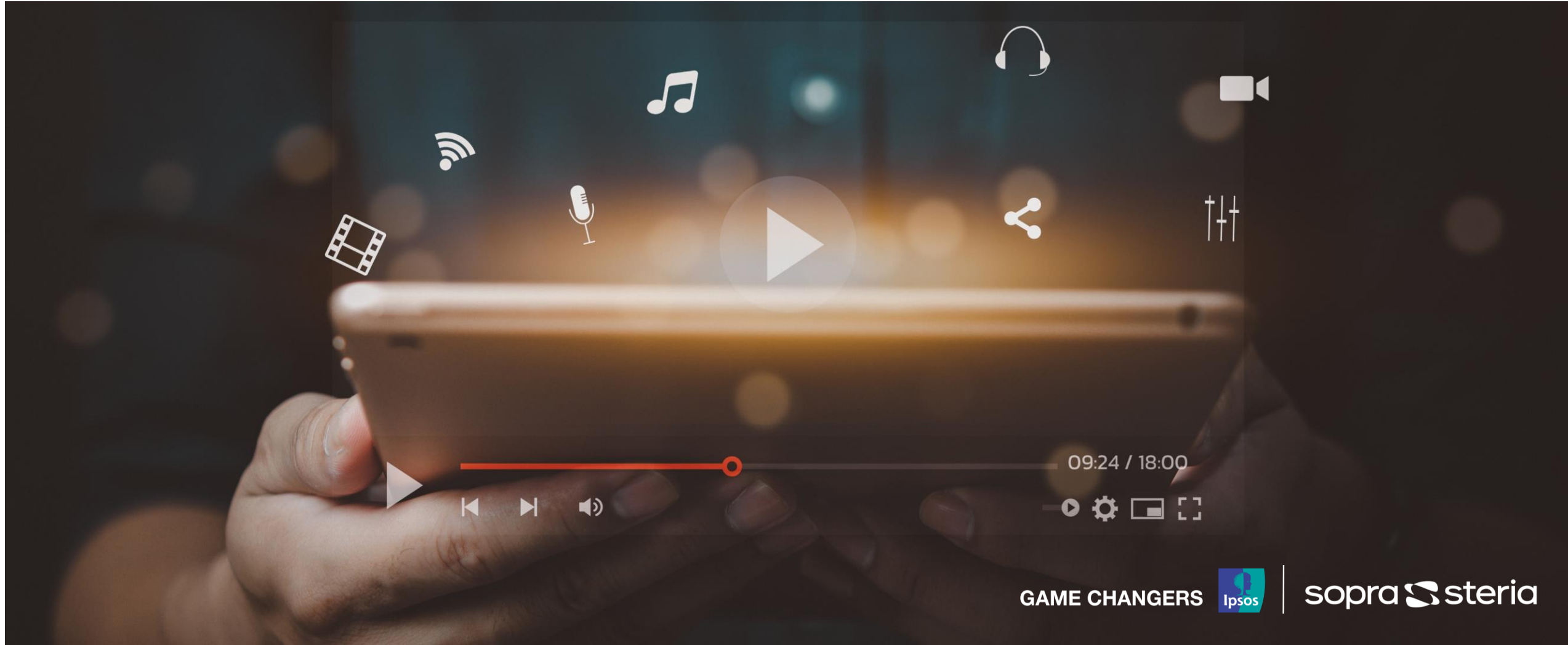
(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais n'ont pas assisté à un festival au cours des 12 derniers mois, soit 66 % de l'échantillon) -

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

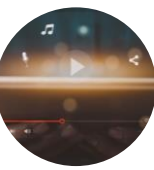
	En % ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO- PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Je ne me sens pas à l'aise (trop de monde, sentiment d'insécurité...)	29	26	31	27	27	21	27	34	24	27	24	24	33
Je n'ai pas les moyens de mettre de l'argent dans des festivals	28	27	29	35	23	21	28	31	20	26	27	32	30
Les lieux des festivals sont trop loin de chez moi	27	27	28	25	18	22	30	32	28	25	25	26	32
Je n'aime pas l'ambiance des festivals	17	18	16	17	18	17	16	18	17	17	14	15	19
Je manque de temps	16	19	14	15	29	25	19	6	24	25	23	22	4
Les lieux ne sont pas confortables (pas de possibilité de s'asseoir, pas de safe zone...)	16	16	17	10	12	11	16	23	18	12	14	13	22
Le son est trop fort et/ou de mauvaise qualité	14	13	14	9	8	12	11	21	11	12	9	10	21
Je n'ai personne avec qui y aller	13	11	14	18	12	11	11	13	13	11	13	13	13
Je n'y pense pas	13	15	11	17	15	15	14	8	18	12	16	18	8
Les artistes que j'apprécie ne se produisent pas en festival	10	9	11	12	10	8	9	11	11	9	9	8	12
J'ai des difficultés à me déplacer et les lieux ne sont pas adaptés	8	7	9	7	4	5	7	12	4	3	6	4	13
Le temps d'attente est trop long (à l'entrée, au bar, aux toilettes...)	7	8	7	8	7	7	8	8	8	4	8	9	8
Les places ne sont plus disponibles quand je veux les acheter	5	5	4	8	5	5	3	4	6	4	5	5	4
Les festivals ne répondent pas aux enjeux environnementaux et sociaux selon moi	4	3	4	3	3	3	3	5	4	2	3	3	5
Autre	3	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	2	3

PARTIE 4

FOCUS SUR LES PLATEFORMES DE STREAMING

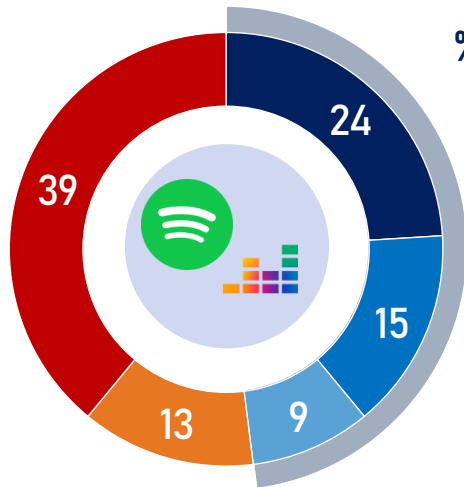


L'écoute de musique en streaming



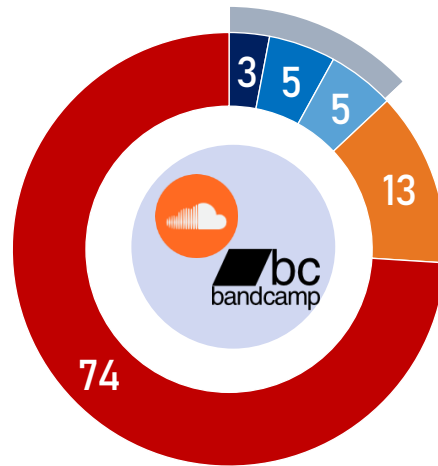
Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »
 (base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94% de l'échantillon)

Plateformes de streaming audio
 (ex : Deezer, Spotify, Qobuz)



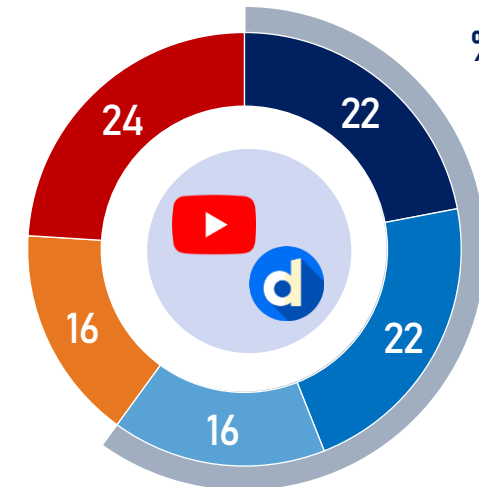
% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS
 48

Plateformes de streaming audio collaboratives
 (ex : Bandcamp, SoundCloud)



% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS
 13

Plateformes de streaming vidéo
 (ex : YouTube, DailyMotion*, Twitch)



% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS
 60

73% écoutent de la musique au moins une fois par mois
 sur au moins un type de plateforme de streaming

OUI, TOUS LES JOURS OU PRESQUE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR SEMAINE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR MOIS


MOINS SOUVENT

JAMAIS


*Enquête réalisée avant le repositionnement de DailyMotion

92 ©Ipsos pour le CNM – Le baromètre des usages de la musique en France - 2023

Auditeurs de streaming audio et vidéo (toutes plateformes confondues) : des profils plus jeunes que la moyenne des Français qui écoutent de la musique, mais relativement peu marqués socio-démographiquement et en termes de rapport à la musique


 Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique en streaming audio et vidéo (toutes plateformes confondues) au moins une fois par mois (soit 73 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...


Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés

 La musique occupe une place très importante pour 41 % d'entre eux (vs 31 % de l'ensemble des Français)

 Écoutent en moyenne 2h34 de musique chaque jour (vs 2h11 pour l'ensemble des Français)

 Écoutent en moyenne 7 supports chaque mois (vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)

 54 % ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)

 37 % ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)

Les profils sociodémographiques surreprésentés

 58 % ont moins de 45 ans (vs 45 % de l'ensemble)

 65 % sont actifs (vs 57 %)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de streaming (toutes plateformes confondues) : des pratiques d'écoute numériques et « live » très légèrement plus fréquentes que la moyenne



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de streaming (toutes plateformes confondues) au moins une fois par mois (soit 73 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter de la musique sur les réseaux sociaux



...ont **1,3** fois plus tendance à se rendre à des grands festivals



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter de la musique d'application de vidéos courtes



...ont **1,2** fois plus tendance à se rendre à tout autre type de concert ou festival



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter de la musique de jeux vidéo



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter des webradios



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de streaming (toutes plateformes confondues) : des pratiques d'écoute numériques et « live » très légèrement plus fréquentes que la moyenne

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE STREAMING	RATIO*
CD	41	41	1,0
Vinyles	17	19	1,1
Cassettes audio	9	10	1,1
Musique téléchargée	44	53	1,2
Plateformes de streaming audio	48	65	1,4
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	17	1,3
Plateformes de streaming vidéo	60	83	1,4
Réseaux sociaux	36	45	1,3
Applications de vidéos courtes	33	42	1,3
Jeux vidéo	23	30	1,3
Radio généraliste	58	58	1,0
Radio musicale	68	72	1,1
Webradio	19	24	1,3
Podcasts musicaux	21	28	1,3
Émissions musicales	43	44	1,0
Captations ou retransmissions de concerts	24	29	1,2
Clips TV	41	48	1,2

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE STREAMING	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	35	1,2
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	30	1,2
Concerts dans des grandes salles	26	32	1,2
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	24	1,2
Micro-festivals	23	27	1,2
Petits et moyens festivals	20	24	1,2
Grands festivals	16	21	1,3

*Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de streaming ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique

Auditeurs de streaming vidéo : des profils un peu plus jeunes que la moyenne mais assez peu marqués socio-démographiquement et en termes de rapport à la musique


 Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique en streaming vidéo (toutes plateformes confondues) au moins une fois par mois (soit 60% de celles et ceux qui écoutent de la musique)...


Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés

 La musique occupe une place très importante pour **44 %** d'entre eux (*vs 31% de l'ensemble des Français*)

 Écoutent en moyenne **2h39** de musique chaque jour (*vs 2h11 pour l'ensemble des Français*)

 Écoutent en moyenne **8 supports** chaque mois (*vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

 **55 %** ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (*vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

 **39 %** ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (*vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

Les profils sociodémographiques surreprésentés

 **58 %** ont moins de 45 ans (*vs 45 % de l'ensemble*)

 **66 %** sont actifs (*vs 57 %*)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de streaming vidéo : une écoute de musique en ligne, mais également en live légèrement plus importante que la moyenne



Par rapport à l'ensemble des Français.es écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de streaming vidéo au moins une fois par mois (soit 60 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont 1,5 fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont 1,5 fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming collaboratives



...ont 1,4 fois plus tendance à écouter de la musique de jeux vidéo



...ont 1,4 fois plus tendance à écouter des webradios



...ont 1,4 fois plus tendance à écouter de la musique sur des réseaux sociaux et des applications de vidéos courtes



...ont 1,4 fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont 1,4 fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de streaming vidéo : une écoute de musique en ligne, mais également en live légèrement plus importante que la moyenne

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE STREAMING VIDÉO	RATIO*
CD	41	43	1,0
Vinyles	17	20	1,2
Cassettes audios	9	12	1,3
Musique téléchargée	44	57	1,3
Plateformes de streaming audio	48	58	1,2
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	19	1,5
Réseaux sociaux	36	49	1,4
Applications de vidéos courtes	33	46	1,4
Jeux vidéo	23	33	1,4
Radio généraliste	58	59	1,0
Radio musicale	68	73	1,1
Webradio	19	26	1,4
Podcasts musicaux	21	31	1,5
Émissions musicales	43	46	1,1
Captations ou retransmissions de concerts	24	33	1,4
Clips TV	41	53	1,3







En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE STREAMING VIDÉO	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	37	1,3
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	32	1,3
Concerts dans des grandes salles	26	32	1,2
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	26	1,3
Micro-festivals	23	29	1,3
Petits et moyens festivals	20	27	1,4
Grands festivals	16	22	1,4

**Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de streaming vidéo ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*






Auditeurs de streaming audio sur des plateformes collaboratives : des profils plus masculins, jeunes, actifs, CSP+, franciliens... et très mélomanes

 Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique en streaming audio sur des plateformes collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud...) au moins une fois par mois (soit 13 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés

-  La musique occupe une place très importante pour **62 %** d'entre eux (*vs 31 % de l'ensemble des Français*)
-  Écoutent en moyenne **3h20** de musique chaque jour (*vs 2h11 pour l'ensemble des Français*)
-  Écoutent en moyenne **13 supports** chaque mois (*vs 6 pour l'ensemble de ceux qui écoutent de la musique*)
-  **84 %** ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (*vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)
-  **76 %** ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (*vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)
-  **71 %** jouent d'un instrument ou pratiquent actuellement le chant (*vs 34 % de l'ensemble des Français*)

Les profils sociodémographiques surreprésentés

-  **61 %** sont des hommes (*vs 48 % de l'ensemble*)
-  **81 %** ont moins de 45 ans (*vs 45 %*)
-  **78 %** sont actifs (*vs 57 %*)
-  **46 %** sont CSP+ (*vs 29 %*)
-  **31 %** habitent en région parisienne (*vs 19 %*)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de plateformes audio collaboratives : des pratiques (à la fois numériques, physiques et « live ») beaucoup plus fréquentes que la moyenne



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de streaming audio sur des plateformes collaboratives au moins une fois par mois (soit 13% de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont 4,6 fois plus tendance à écouter des cassettes audios



...ont 3,5 fois plus tendance à écouter des webradios



...ont 3,3 fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont 3,2 fois plus tendance à écouter de la musique de jeux vidéo



...ont 3,1 fois plus tendance à écouter des vinyles



...ont 3,9 fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont 3,3 fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals

...ont 2,9 fois plus tendance à se rendre à des micro-festivals



...ont 3,2 fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de plateformes audio collaboratives : des pratiques (à la fois numériques, physiques et « live ») beaucoup plus fréquentes que la moyenne

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE STREAMING SUR DES PLATEFORMES COLLABORATIVES	RATIO*
CD	41	64	1,6
Vinyles	17	52	3,1
Cassettes audio	9	41	4,6
Musique téléchargée	44	86	2,0
Plateformes de streaming audio	48	92	1,9
Plateformes de streaming vidéo	60	92	1,5
Réseaux sociaux	36	81	2,3
Applications de vidéos courtes	33	78	2,4
Jeux vidéo	23	73	3,2
Radio généraliste	58	79	1,4
Radio musicale	68	80	1,2
Webradio	19	66	3,5
Podcasts musicaux	21	70	3,3
Émissions musicales	43	73	1,7
Captations ou retransmissions de concerts	24	71	3,0
Clips TV	41	75	1,8

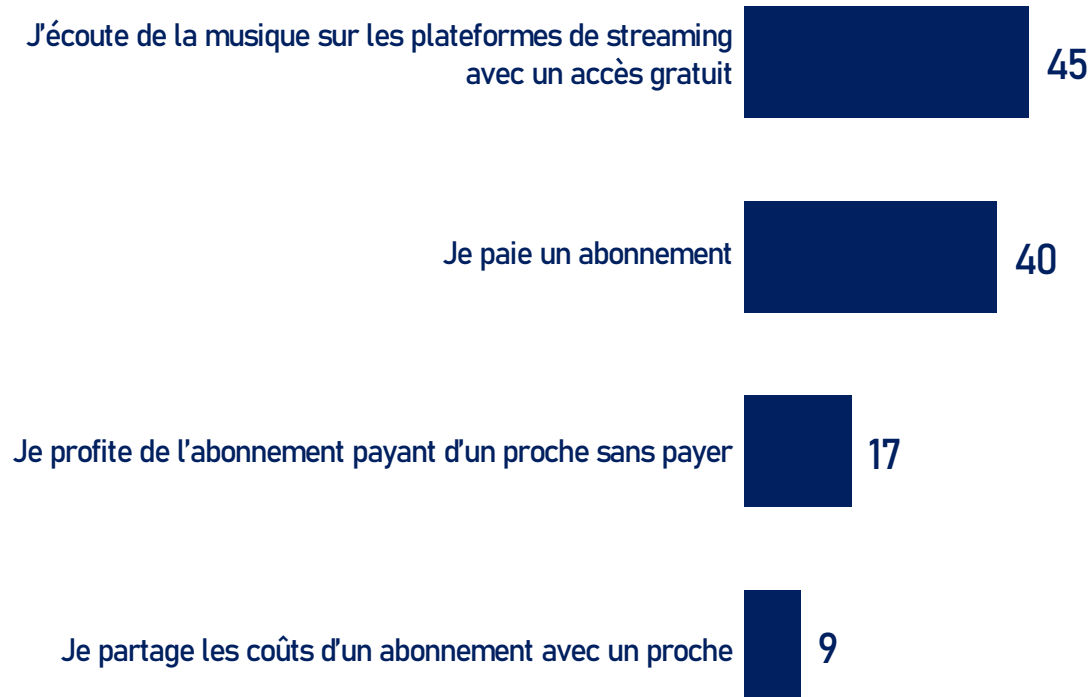
En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE STREAMING SUR DES PLATEFORMES COLLABORATIVES	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	74	2,6
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	67	2,7
Concerts dans des grandes salles	26	64	2,5
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	63	3,2
Micro-festivals	23	67	2,9
Petits et moyens festivals	20	65	3,3
Grands festivals	16	62	3,9

**Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de streaming sur des plateformes collaboratives ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

L'accès aux plateformes de streaming musical



Question : « A propos des plateformes de streaming audio que vous utilisez (ex : Spotify, Deezer, Qobuz), quelle(s) situation(s) vous correspond(ent) ? »
(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes audio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 44 % de l'échantillon)
- Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



**% Bénéficie d'un
abonnement payant
60**

*% dont paie un abonnement en
totalité ou en partie
47*

L'accès aux plateformes de streaming musical – selon le profil



Question : « A propos des plateformes de streaming audio que vous utilisez (ex : Spotify, Deezer, Qobuz), quelle(s) situation(s) vous correspond(ent) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes audio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 44 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR DES PLATEFORMES STREAMING AUDIO		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
Je paie un abonnement	40	43	37	39	52	45	33	25	48	40	47	32	23	56	27	15
Je profite de l'abonnement payant d'un proche sans payer	17	17	16	27	19	14	9	10	17	15	15	14	11	16	19	15
Je partage les coûts d'un abonnement avec un proche	9	10	7	11	11	7	6	7	13	10	7	9	5	6	14	9
% Bénéficie d'un abonnement	60	62	57	70	71	61	47	42	69	59	63	50	38	73	51	36
% dont paie un abonnement en totalité ou en partie	47	50	44	48	58	51	40	32	58	48	51	41	28	60	39	23
J'écoute de la musique sur les plateformes de streaming avec un accès gratuit	45	43	46	35	36	42	57	61	35	45	42	54	65	32	53	66

Le type d'abonnement payé



Question : « Plus précisément, pour quel(s) type(s) d'abonnement payez-vous ? »

(base: À ceux qui paient un abonnement sur une plateforme de streaming audio, soit 17 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



Abonnement personnel



67

Abonnement multi-comptes



33

Un abonnement à tarif étudiant



8

Je ne sais pas



	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR DES PLATEFORMES STREAMING AUDIO		
	Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. Intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
Abonnement personnel	68	65	54	69	73	65	80	62	70	69	79	79	65	69	75
Abonnement multi-comptes	34	31	30	37	33	36	20	36	36	35	30	19	32	35	30
Un abonnement à tarif étudiant	8	8	23	5	3	2	-	7	5	2	3	2	8	8	3
Je ne sais pas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Les raisons d'écouter de la musique en streaming avec un abonnement



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne via un abonnement payant aux plateformes (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes audio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois en bénéficiant d'un abonnement, qu'ils le paient eux-mêmes ou non, soit 26 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons d'écouter de la musique en streaming avec un abonnement – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne via un abonnement payant aux plateformes (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes audio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois en bénéficiant d'un abonnement, qu'ils le paient eux-mêmes ou non, soit 26 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR DES PLATEFORMES STREAMING AUDIO		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
La possibilité d'écouter de la musique sans publicité	53	51	56	50	54	51	61	53	51	56	53	52	55	61	41	40
Le catalogue de musique disponible	44	44	44	35	43	45	55	55	46	44	44	49	61	47	39	39
La possibilité d'écouter de la musique hors connexion	32	29	34	37	33	27	30	22	32	31	33	31	20	36	26	20
La possibilité de créer des playlists et de les partager	31	26	36	33	24	28	37	34	27	32	31	23	39	34	23	29
La qualité du son	31	35	26	33	31	26	31	36	26	30	30	32	42	34	26	24
Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	28	27	29	31	25	23	28	33	24	25	26	27	30	28	30	22
Les playlists thématiques (selon l'humeur, le style de musique, un artiste)	27	29	25	23	28	33	25	27	34	26	29	26	29	28	28	18
Les recommandations (ex : playlists personnalisées, flux de musique défini à partir d'un titre)	20	19	21	20	21	23	17	14	22	17	20	15	13	22	12	27
La richesse des informations associées aux titres et albums (dates de sortie, paroles des chansons, pochettes d'albums...)	16	16	16	16	18	17	13	13	16	13	15	17	15	13	21	18
La possibilité de suivre des artistes et d'être averti.e de leurs dernières sorties	16	17	15	16	20	16	12	13	12	16	19	16	16	16	19	12
L'ergonomie des plateformes	14	16	11	17	17	14	10	5	18	13	15	18	6	16	10	11
Autre	1	1	-	-	-	2	1	-	-	1	-	1	-	1	1	1

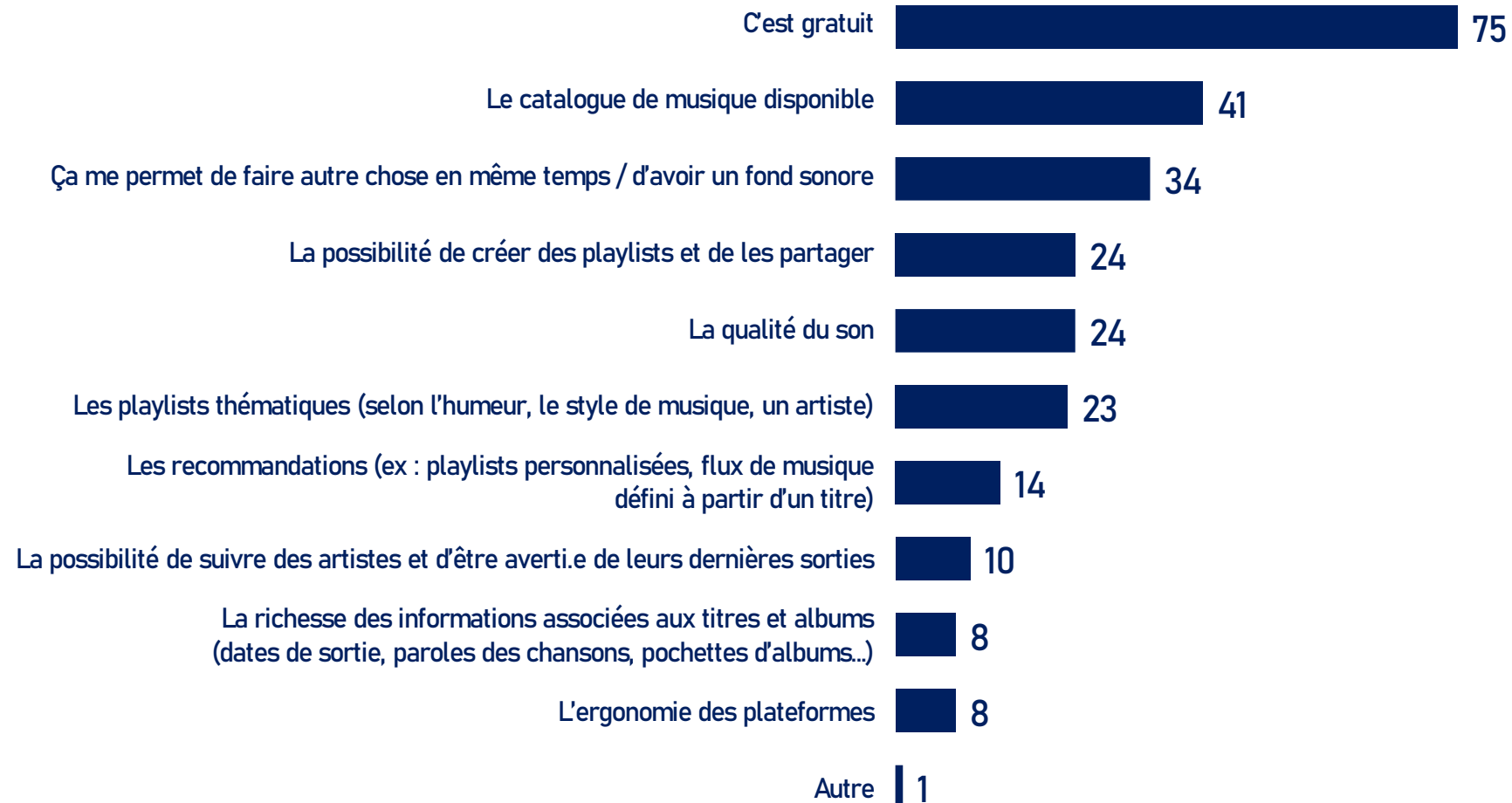
Les raisons d'écouter de la musique en streaming via un accès gratuit



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne via un accès gratuit aux plateformes (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes audio dans leur version gratuite, soit 20 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons d'écouter de la musique en streaming via un accès gratuit – selon le profil



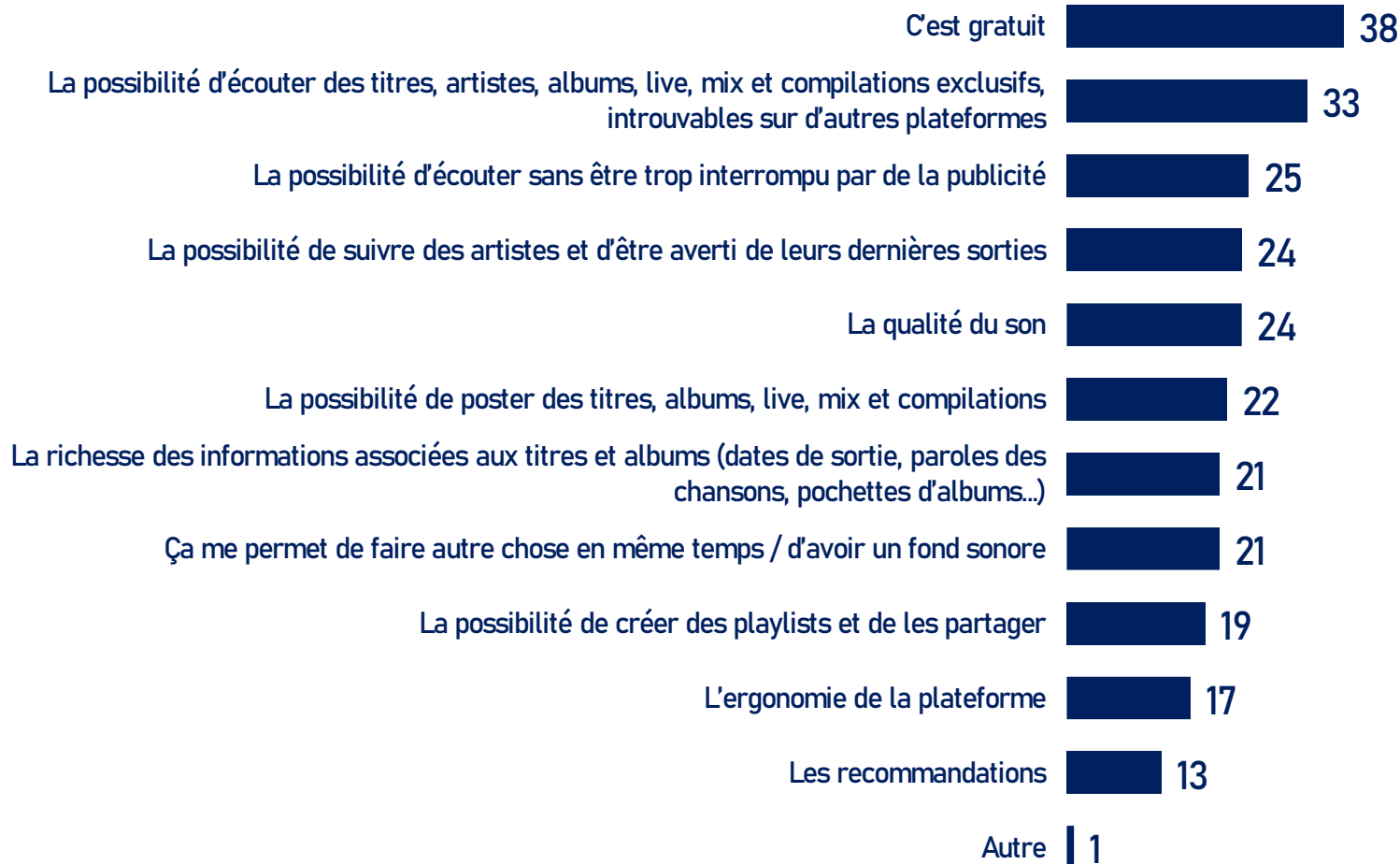
Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne via un accès gratuit aux plateformes (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) ? » (base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes audio dans leur version gratuite, soit 20 % de l'échantillon) supérieur à 100 car quatre réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR DES PLATEFORMES STREAMING AUDIO		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
C'est gratuit	75	73	76	71	75	70	77	79	65	73	77	74	79	70	78	76
Le catalogue de musique disponible	41	44	37	37	41	46	38	43	46	46	40	38	42	41	41	41
Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	34	34	34	36	31	30	34	40	39	27	32	38	40	39	31	33
La possibilité de créer des playlists et de les partager	24	22	26	20	26	22	29	23	28	24	24	27	26	26	25	21
La qualité du son	24	26	23	27	30	23	21	22	22	20	26	28	25	26	23	24
Les playlists thématiques (selon l'humeur, le style de musique, un artiste)	23	22	24	22	22	23	26	21	32	20	27	22	17	28	21	20
Les recommandations (ex : playlists personnalisées, flux de musique défini à partir d'un titre)	14	11	16	14	22	11	14	8	19	11	24	11	5	21	11	8
La possibilité de suivre des artistes et d'être averti de leurs dernières sorties	10	7	12	12	7	7	11	11	8	8	11	7	10	11	8	9
La richesse des informations associées aux titres et albums (dates de sortie, paroles des chansons, pochettes d'albums...)	8	8	9	9	6	9	8	9	5	9	4	10	8	10	9	6
L'ergonomie des plateformes	8	11	5	12	13	6	6	5	5	10	10	7	3	9	10	5
Autre	1	1	-	-	1	1	-	1	-	2	-	1	2	-	1	1

Les raisons d'écouter de la musique sur des plateformes audio collaboratives

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne via des plateformes audio collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes collaboratives au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 11 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons d'écouter de la musique sur des plateformes audio collaboratives - selon le profil

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne via des plateformes audio collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud) ? » (base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes collaboratives au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 11 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR DES PLATEFORMES STREAMING COLLABORATIVE			
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois	
	C'est gratuit	38	39	35	38	27	41	47	51	34	36	40	44	53	36	38	39
	La possibilité d'écouter des titres, artistes, albums, live, mix et compilations exclusifs, introuvables sur d'autres plateformes	33	34	31	36	34	29	33	25	32	34	31	39	27	34	32	33
	La possibilité d'écouter sans être trop interrompu par de la publicité	25	24	26	21	21	25	38	32	30	21	26	22	27	29	24	24
	La possibilité de suivre des artistes et d'être averti de leurs dernières sorties	24	27	19	22	27	20	31	18	28	18	22	19	26	31	27	16
	La qualité du son	24	27	19	24	22	21	36	23	18	26	27	27	18	28	30	17
	La possibilité de poster des titres, albums, live, mix et compilations	22	24	20	26	30	17	12	4	15	24	25	35	5	18	27	20
	La richesse des informations associées aux titres et albums (dates de sortie, paroles des chansons, ...)	21	22	20	19	21	28	15	22	29	20	15	21	28	28	25	13
	Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	21	22	20	18	25	18	29	11	25	26	15	23	17	25	21	19
	La possibilité de créer des playlists et de les partager	19	16	24	18	21	20	17	15	28	26	17	17	10	18	16	23
	L'ergonomie de la plateforme	17	18	17	23	14	14	13	24	15	23	18	15	19	21	19	13
	Les recommandations	13	13	14	13	17	13	8	17	16	7	13	16	18	14	12	15
	Autre	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-	3	-	-	1	1	-

Les raisons d'écouter de la musique sur des plateformes vidéo

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne sur une plateforme vidéo (ex : YouTube, DailyMotion, Twitch) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 56 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons d'écouter de la musique sur des plateformes vidéo - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique en ligne sur une plateforme vidéo (ex : YouTube, DailyMotion, Twitch) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 56 % de l'échantillon)

- Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

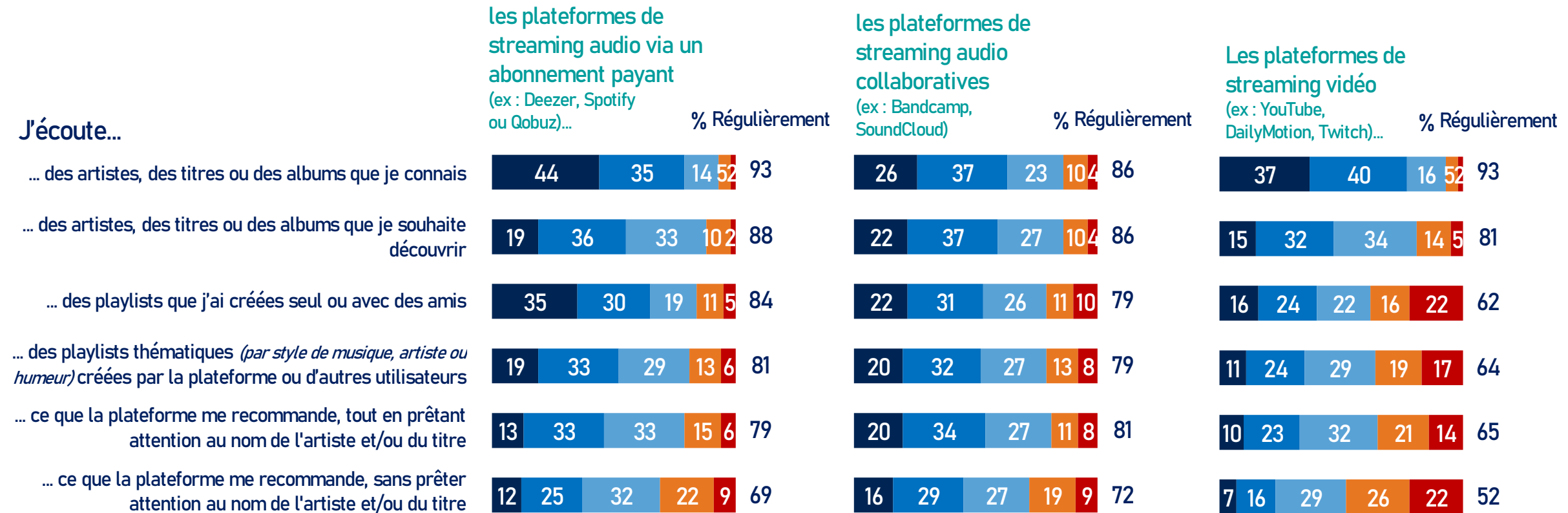
En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR DES PLATEFORMES STREAMING VIDÉO		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
C'est gratuit	62	62	63	60	56	59	68	69	55	61	62	63	70	64	61	63
Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	36	33	38	33	35	32	37	40	29	35	35	36	41	35	38	34
Pouvoir écouter et/ou regarder des titres, artistes, albums, live, mix et compilations exclusifs, introuvables sur d'autres plateformes	33	34	31	30	30	27	36	41	32	30	31	28	41	32	35	30
Les playlists	22	21	23	24	24	23	24	14	23	24	24	22	14	26	20	18
La qualité du son	18	19	17	18	16	16	20	20	16	18	18	18	21	22	17	14
La possibilité de suivre des artistes et d'être averti de leurs dernières sorties	17	17	17	20	19	16	15	19	17	16	16	18	20	22	16	13
La richesse des informations associées aux titres et albums (dates de sortie, paroles des chansons, pochettes d'albums...)	15	15	14	14	13	15	16	14	16	11	16	14	13	15	17	11
La possibilité de créer des playlists et de les partager	15	15	16	15	16	18	13	17	16	16	15	17	15	19	16	10
L'ergonomie des plateformes vidéo de musique	13	16	9	16	17	10	12	7	14	14	12	14	6	18	11	8
Les recommandations	12	13	11	17	16	12	10	6	16	11	14	10	7	16	12	8
Autre	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	2	1	3	2

Le type de contenu musical écouté sur les plateformes de streaming



Question : « Quand j'écoute de la musique sur... »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique de cette manière au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois)



Le type de contenu musical écouté sur les plateformes de streaming – selon le profil

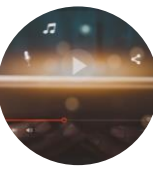


Question : « Quand j'écoute de la musique sur les plateformes de streaming audio via un abonnement payant (ex : Deezer, Spotify ou Qobuz)... » (base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes payantes en bénéficiant d'un abonnement, qu'ils paient eux-mêmes ou non, soit 26 % de l'échantillon)

J'écoute...

En %, Régulièrement	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE DES PLATEFORMES STREAMING AUDIO		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
... des artistes, des titres ou des albums que je connais	93	93	94	90	94	93	96	99	93	94	92	96	99	96	91	86
... des artistes, des titres ou des albums que je souhaite découvrir	88	88	88	86	88	87	89	90	89	85	87	91	87	91	86	74
... des playlists que j'ai créées seul ou avec des amis	84	82	86	85	83	86	87	76	84	84	83	91	76	87	81	75
... des playlists thématiques (par style de musique, artiste ou humeur) créées par la plateforme ou d'autres utilisateurs	81	82	80	78	85	84	83	74	86	85	85	86	72	84	79	72
... ce que la plateforme me recommande, tout en prêtant attention au nom de l'artiste et/ou du titre	79	79	80	80	80	81	78	75	81	77	86	82	72	82	78	68
... ce que la plateforme me recommande, sans prêter attention au nom de l'artiste et/ou du titre	69	70	68	70	69	75	64	59	71	69	74	77	54	69	69	69

Le type de contenu musical écouté sur les plateformes de streaming – selon le profil



Question : « Quand j'écoute de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives (ex : Bandcamp, SoundCloud) ... »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes collaboratives au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 11 % de l'échantillon)

J'écoute...

En %, Régulièrement	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE DES PLATEFORMES STREAMING COLLABORATIVE		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
... des artistes, des titres ou des albums que je connais	86	86	86	84	87	87	89	84	85	90	87	84	78	92	89	79
... des artistes, des titres ou des albums que je souhaite découvrir	86	85	87	84	85	88	91	85	85	95	84	90	70	89	87	84
... des playlists que j'ai créées seul ou avec des amis	79	75	84	79	86	77	68	74	74	84	78	80	68	88	81	70
... des playlists thématiques (par style de musique, artiste ou humeur) créées par la plateforme ou d'autres utilisateurs	79	78	80	79	83	80	77	61	77	83	83	85	59	84	81	74
... ce que la plateforme me recommande, tout en prêtant attention au nom de l'artiste et/ou du titre	81	78	85	78	84	84	83	63	85	87	82	85	53	84	85	75
... ce que la plateforme me recommande, sans prêter attention au nom de l'artiste et/ou du titre	72	70	74	77	72	69	72	54	74	77	82	72	63	81	76	61

Le type de contenu musical écouté sur les plateformes de streaming – selon le profil



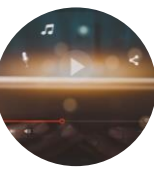
Question : « Quand j'écoute de la musique sur des plateformes de streaming vidéo (ex : YouTube, DailyMotion, Twitch)... »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 56 % de l'échantillon)

J'écoute...

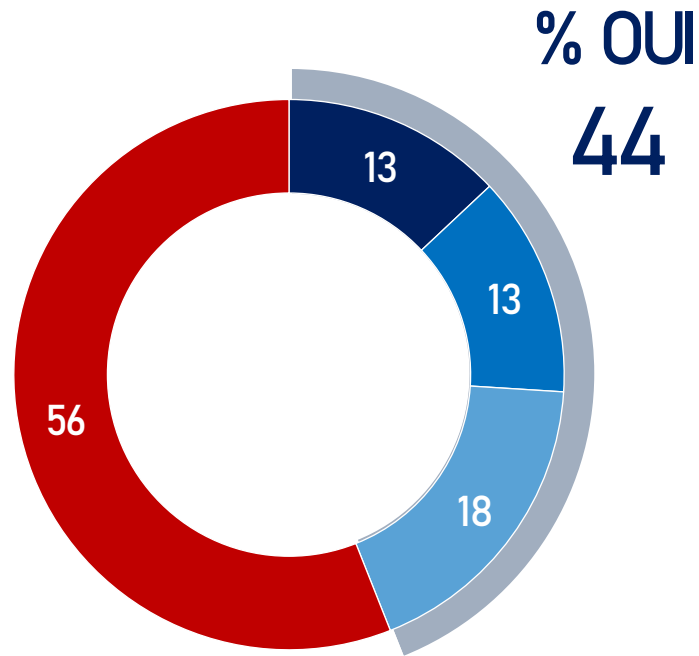
En %, Régulièrement	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE DES PLATEFORMES STREAMING VIDÉO		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Tous les jours ou presque	Une à 3 fois par semaine	Une à 3 fois par mois
... des artistes, des titres ou des albums que je connais	93	92	95	92	93	90	96	96	90	94	95	92	96	92	89	79
... des artistes, des titres ou des albums que je souhaite découvrir	81	81	82	82	79	80	81	84	80	80	82	80	85	89	87	84
... des playlists que j'ai créées seul ou avec des amis	62	61	62	74	67	63	57	47	61	60	68	64	47	88	81	70
... des playlists thématiques (par style de musique, artiste ou humeur) créées par la plateforme ou d'autres utilisateurs	64	64	65	70	66	67	63	54	66	61	70	65	55	84	81	74
... ce que la plateforme me recommande, tout en prêtant attention au nom de l'artiste et/ou du titre	65	64	65	74	73	69	58	49	68	62	70	66	49	84	85	75
... ce que la plateforme me recommande, sans prêter attention au nom de l'artiste et/ou du titre	52	54	50	65	61	56	45	34	55	51	61	54	32	81	76	61

Le visionnage de concerts via des plateformes de streaming



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté/regardé des concerts en direct via des plateformes de streaming audio (ex : Spotify, Deezer, Qobuz) et/ou vidéo (ex : YouTube, DailyMotion, Twitch, Arte Concert, Culturebox) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des plateformes audio ou vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 68 % de l'échantillon)



SEXE					% OUI
Hommes	13	15	16	56	44
Femmes	12	11	20	57	43
ÂGE					
15-24 ans	15	19	17	49	51
25-34 ans	13	15	16	56	44
35-44 ans	12	13	17	58	42
45-59 ans	11	11	19	59	41
60 ans et plus	11	9	20	60	40
CAT. SOCIOPROFESSIONNELLE					
Cadres	13	14	12	61	39
Prof. Intermédiaires	10	11	21	58	42
Employés	13	17	18	52	48
Ouvriers	13	9	18	60	40
Retraités	11	10	19	60	40
SELON LE TYPE DE PLATEFORME					
Audio	14	16	18	52	48
Audio collaborative	26	34	20	20	80
Vidéo	14	14	19	53	47
SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE					
Très fréquente	21	22	21	36	64
Plutôt fréquente	11	11	16	62	38
Modérée	6	8	17	69	31



Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique via les plateformes de streaming

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique en ligne via des plateformes de streaming ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté de la musique moins d'une fois par mois voire pas du tout sur des plateformes de streaming au cours des 12 derniers mois, soit 26 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
Hommes	Femmes	15-24 ans**	25-34 ans**	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	N'en écoute pas
35	35	24	29	32	30	39	31	34	28	35	38	31	38
26	29	25	29	26	31	26	35	28	30	22	26	34	24
30	24	29	29	30	26	26	29	26	21	25	27	32	23
11	19	17	27	4	14	20	6	15	14	13	19	11	19
13	9	8	11	16	15	6	6	21	14	18	7	13	9
11	8	15	0	7	7	11	12	4	6	8	12	8	10
7	5	5	6	5	4	7	6	5	5	5	7	9	5
5	4	-	-	6	2	6	3	2	1	5	6	3	5

PARTIE 5

FOCUS SUR LES SUPPORTS D'ÉCOUTE PHYSIQUES



GAME CHANGERS

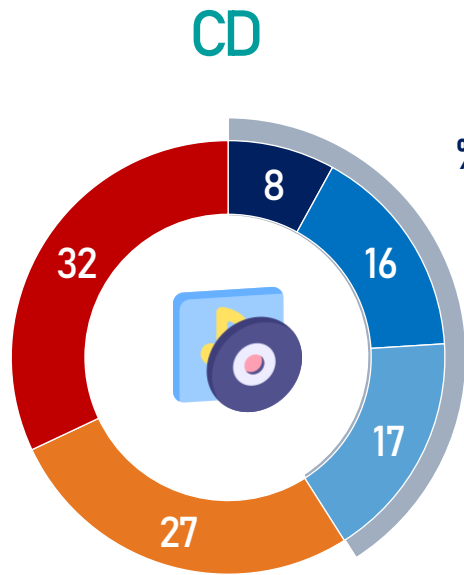


sopra  steria

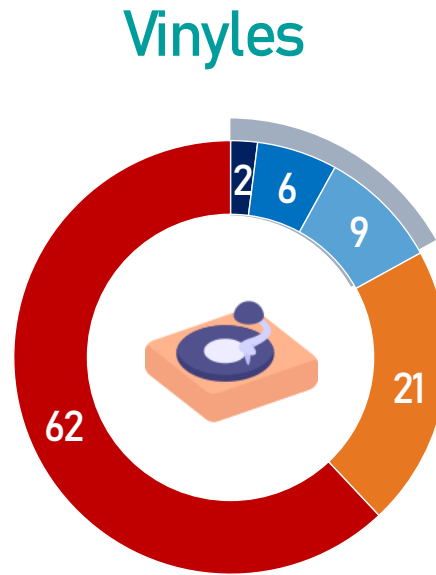
L'écoute de musique sur des supports physiques



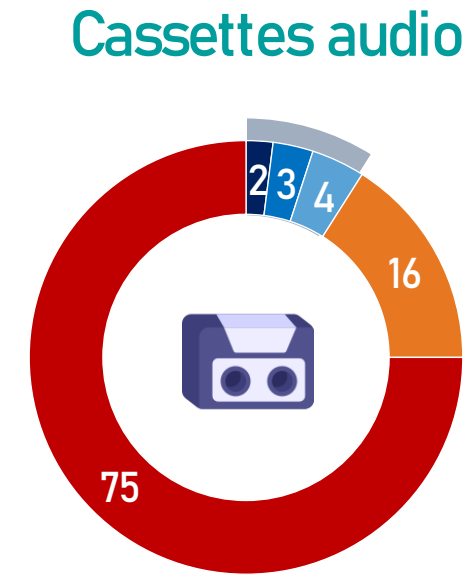
Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94 % de l'échantillon)



% AU MOINS UNE
FOIS PAR MOIS
41



% AU MOINS UNE
FOIS PAR MOIS
17



% AU MOINS UNE
FOIS PAR MOIS
9

45 % écoutent de la musique au moins une fois par mois sur au moins un type de support physique

OUI, TOUS LES JOURS OU PRESQUE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR SEMAINE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR MOIS

MOINS SOUVENT

JAMAIS

Auditeurs de musique sur des supports physiques : des profils relativement proches de ceux des Français écoutant de la musique dans leur ensemble

 Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique sur des supports physiques au moins une fois par mois (soit 45 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés

-  46% jouent d'un instrument ou pratiquent le chant actuellement (vs 34% de l'ensemble des Français)
-  Écoutent en moyenne **2h36** de musique chaque jour (vs 2h11 pour l'ensemble des Français)
-  Écoutent en moyenne **8 supports** chaque mois (vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)
-  60% ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (vs 47% de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)
-  43% ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (vs 30% de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)



Pas de profils sociodémographiques surreprésentés que ce soit en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de niveau de diplôme ou de région d'habitation.

En revanche, certaines différences concernant les genres musicaux les plus écoutés :

-  28% classent la musique classique dans le top 5 des genres de musique enregistrée qu'ils écoutent le plus (vs 22% de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée)
-  26% classent le Jazz-Blues dans le top 5 des genres de musique enregistrée qu'ils écoutent le plus (vs 21% de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique sur des supports physiques : des pratiques légèrement plus fréquentes que l'ensemble des auditeurs français sur le live et les supports de niche



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de musique sur des supports physiques au moins une fois par mois (soit 45% de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **1,5** fois plus tendance à écouter de la musique sur des webradios



...ont **1,5** fois plus tendance à écouter des captations / retransmission de concerts



...ont **1,5** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **1,4** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont **1,6** fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont **1,5** fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals



... ont **1,6** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

... ont **1,5** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique sur des supports physiques : des pratiques légèrement plus fréquentes que l'ensemble des auditeurs français sur le live et les supports de niche

En %, Au moins une fois par mois

	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE SUR DES SUPPORTS PHYSIQUES	RATIO*
CD	41	91	2,2
Vinyles	17	38	2,2
Cassettes audio	9	19	2,1
Musique téléchargée	44	54	1,2
Plateformes de streaming audio	48	48	1,0
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	20	1,5
Plateformes de streaming video	60	64	1,1
Réseaux sociaux	36	41	1,1
Applications de vidéos courtes	33	34	1,0
Jeux vidéo	23	28	1,2
Radio généraliste	58	70	1,2
Radio musicale	68	73	1,1
Webradio	19	28	1,5
Podcasts musicaux	21	30	1,4
Émissions musicales	43	54	1,3
Captations ou retransmissions de concerts	24	37	1,5
Clips TV	41	49	1,2

En %, Au moins une fois par an

	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE SUR DES SUPPORTS PHYSIQUES	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	39	1,3
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	38	1,5
Concerts dans des grandes salles	26	37	1,4
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	32	1,6
Micro-festivals	23	33	1,4
Petits et moyens festivals	20	30	1,5
Grands festivals	16	26	1,6

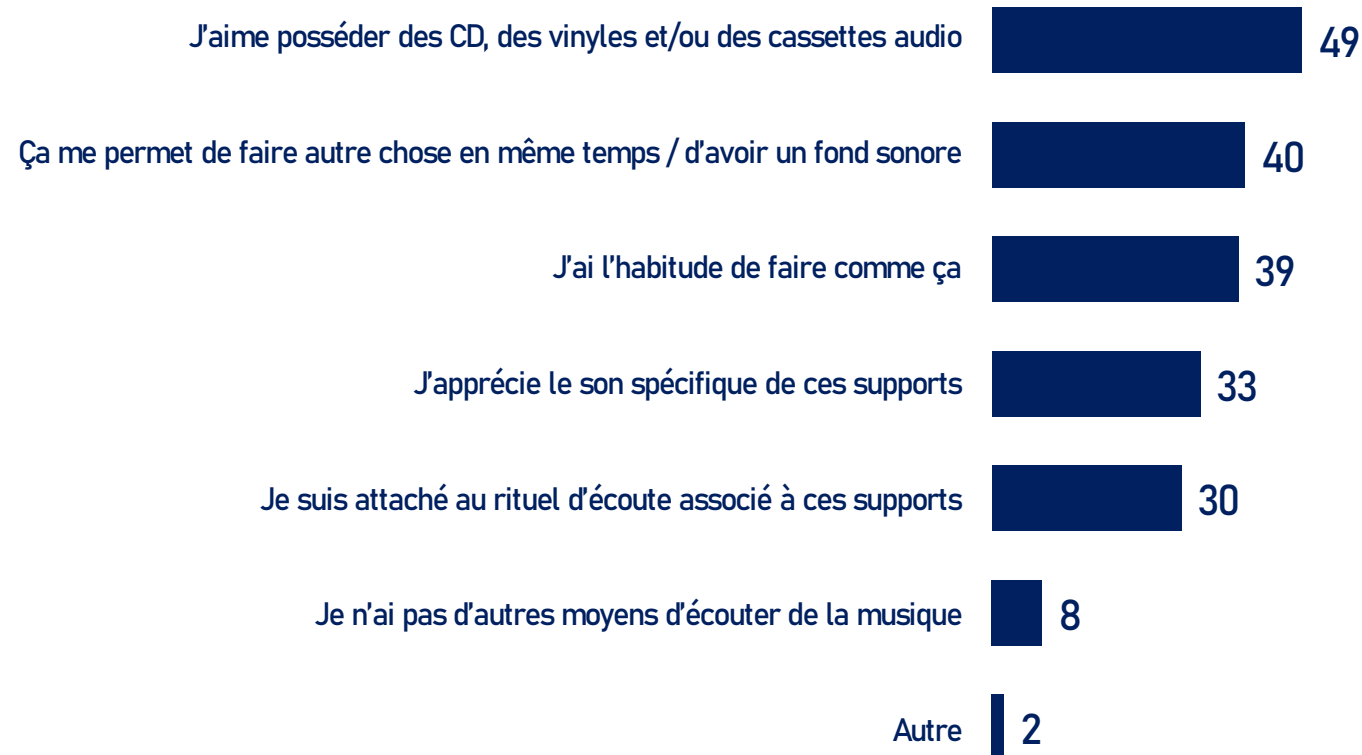
**Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de musique sur des supports physiques ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

Les raisons d'écouter de la musique sur des supports physiques



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique sur des supports physiques (CD, vinyles, cassettes audio...) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des supports physiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 42 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



Les raisons d'écouter de la musique sur des supports physiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique sur des supports physiques (CD, vinyles, cassettes audio...) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des supports physiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 42 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
J'aime posséder des CD, des vinyles et/ou des cassettes audio	49	51	47	43	39	51	53	51	45	48	49	52	49
Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	40	36	44	44	33	31	36	48	36	35	30	39	51
J'ai l'habitude de faire comme ça	39	40	38	28	33	33	39	48	37	32	36	38	48
J'apprécie le son spécifique de ces supports	33	35	31	29	32	35	31	35	31	36	32	31	34
Je suis attaché au rituel d'écoute associé à ces supports	30	32	28	31	28	32	33	27	36	36	31	32	26
Je n'ai pas d'autres moyens d'écouter de la musique	8	8	8	12	12	7	5	7	7	6	9	7	7
Autre	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	-	2

Les raisons d'écouter de la musique sur des supports physiques – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique sur des supports physiques (CD, vinyles, cassettes audio...) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des supports physiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 42 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

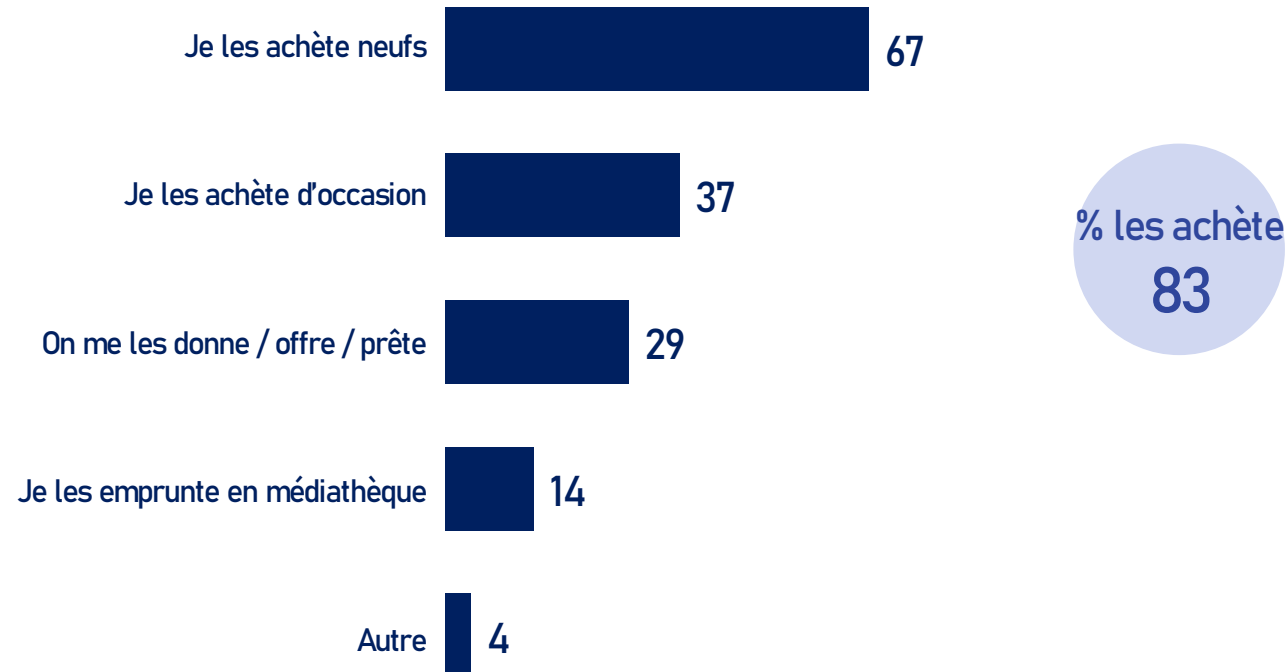
En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE SUPPORT			SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE VIA DES SUPPORTS PHYSIQUES		
		CD	Vinyle	Cassette	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
J'aime posséder des CD, des vinyles et/ou des cassettes audio	49	49	55	42	57	49	41
Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	40	41	35	38	39	39	43
J'ai l'habitude de faire comme ça	39	40	32	32	36	41	39
J'apprécie le son spécifique de ces supports	33	32	43	35	37	31	29
Je suis attaché au rituel d'écoute associé à ces supports	30	30	35	31	35	33	23
Je n'ai pas d'autres moyens d'écouter de la musique	8	8	8	18	11	7	6
Autre	2	2	-	1	1	1	4

Les manières de se procurer des CD, vinyles et/ou cassettes audio



Question : « Comment vous procurez-vous les CD, vinyles et/ou cassettes audio que vous écoutez ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des supports physiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 42 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



Les manières de se procurer des CD, vinyles et/ou cassettes audio - selon le profil



Question : « Comment vous procurez-vous les CD, vinyles et/ou cassettes audio que vous écoutez ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des supports physiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 42 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
% Je les achète	83	85	81	74	75	84	86	86	78	85	82	87	85
Je les achète neufs	67	69	66	55	54	67	71	75	59	63	65	73	73
Je les achète d'occasion	37	42	33	39	39	45	41	30	34	46	41	43	30
On me les donne / offre / prête	29	27	31	41	35	24	24	27	30	27	30	27	28
Je les emprunte en médiathèque	14	14	14	24	15	13	11	12	25	14	10	10	13
Autre	4	2	6	2	2	2	5	6	2	4	3	1	6

Les manières de se procurer des CD, vinyles et/ou cassettes audio - selon le profil



Question : « Comment vous procurez-vous les CD, vinyles et/ou cassettes audio que vous écoutez ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique sur des supports physiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 42 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE SUPPORT			SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE VIA DES SUPPORTS PHYSIQUES		
		CD	Vinyle	Cassette	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
% Je les achète	83	81	84	72	82	85	81
Je les achète neufs	67	61	68	50	64	72	67
Je les achète d'occasion	37	47	37	38	45	34	32
On me les donne / offre / prête	29	30	29	40	32	28	27
Je les emprunte en médiathèque	14	18	14	21	19	12	10
Autre	4	3	4	2	2	4	6

Les lieux d'achat de CD, vinyles et/ou cassettes audio



Question : « Comment achetez-vous vos CD, vinyles et/ou cassettes audio, qu'ils soient neufs ou d'occasion ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs et/ou d'occasion, soit 35 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles



% Chez le
Disquaire
34

% Dans des hypermarchés,
supermarché et grandes
surfaces culturelles
69

% En vide-greniers / brocantes ou
d'occasion chez un disquaire
43

Les lieux d'achat de CD, vinyles et/ou cassettes audio - selon le profil



Question : « Comment achetez-vous vos CD, vinyles et/ou cassettes audio, qu'ils soient neufs ou d'occasion ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs et/ou d'occasion, soit 35 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	
	Dans des grandes surfaces culturelles (Fnac, Espace Culturel Leclerc, Cultura...)	56	52	59	57	47	51	54	60	54	55	55	54	59
	Sur Internet via des sites de vente en ligne	41	44	37	39	41	51	47	33	46	43	44	48	32
	Dans des hypermarchés ou supermarchés	32	29	35	26	36	31	29	35	22	30	30	33	35
	En vide-greniers/brocantes	27	29	26	33	27	28	29	23	24	28	28	34	24
	Chez des disquaires qui vendent du neuf	22	26	19	28	26	24	20	20	29	22	26	19	20
	Chez des disquaires qui vendent de l'occasion	22	25	19	30	29	27	21	15	29	25	24	26	15
	Lors de manifestations musicales (concerts, festivals...)	13	13	14	16	14	15	11	13	15	12	14	13	14
	Autre	1	1	1	-	-	1	2	1	1	2	-	2	1
	% Chez le disquaire	34	39	28	45	45	39	30	27	46	33	37	36	27
	% Dans des hypermarchés, supermarché et grandes surfaces culturelles	69	64	73	64	67	63	66	76	62	64	68	64	75
	% En vide-greniers / brocantes ou d'occasion chez un disquaire	43	46	39	50	44	45	43	38	48	41	45	45	39

Les lieux d'achat de CD, vinyles et/ou cassettes audio - selon le profil



Question : « Comment achetez-vous vos CD, vinyles et/ou cassettes audio, qu'ils soient neufs ou d'occasion ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs et/ou d'occasion, soit 35 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE SUPPORT			SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE DE SUPPORTS PHYSIQUES		
		CD	Vinyle	Cassette	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
	Dans des grandes surfaces culturelles (Fnac, Espace Culturel Leclerc, Cultura...)	56	50	43	54	54	59
	Sur Internet via des sites de vente en ligne	41	40	35	44	38	39
	Dans des hypermarchés ou supermarchés	33	31	36	33	31	32
	En vide grenier/brocantes	27	35	30	30	29	23
	Chez des disquaires qui vendent du neuf	21	34	31	31	18	16
	Chez des disquaires qui vendent de l'occasion	22	35	35	32	17	16
	Lors de manifestations musicales (concerts, festivals...)	13	20	20	19	13	8
	Autre	1	1	-	1	1	1
	% Chez le disquaire	33	52	53	46	27	26
	% Dans des hypermarchés, supermarché et grandes surfaces culturelles	70	63	60	65	69	72
	% En vide-greniers / brocantes ou d'occasion chez un disquaire	42	58	52	51	42	34

Les raisons d'acheter des CD, vinyles et/ou cassettes audio sur Internet



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez vos CD, vinyles et/ou cassettes audios sur Internet ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs et/ou d'occasion sur Internet, soit 14 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



Les raisons d'acheter des CD, vinyles et/ou cassettes audio sur Internet - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez vos CD, vinyles et/ou cassettes audio sur Internet ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs ou d'occasion sur Internet, soit 14 % de l'échantillon) - Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
Il y a un très grand choix	54	51	57	48	46	41	64	58	48	51	61	50	62
C'est pratique	49	46	52	40	44	53	44	57	41	41	47	51	60
C'est rapide	31	29	34	39	30	31	26	34	26	26	37	32	39
C'est moins cher	30	34	25	25	48	33	27	25	30	33	27	36	23
La référence n'est pas disponible dans les magasins autour de chez moi	25	26	24	28	21	26	22	28	21	27	21	29	25
C'est plus facile pour trouver des exemplaires rares	24	29	19	28	19	23	29	22	25	27	16	27	22
C'est une habitude	20	24	15	38	24	21	19	11	26	31	20	16	10
Autre	1	-	1	-	-	-	2	1	-	-	1	-	1

Les raisons d'acheter des CD, vinyles et/ou cassettes audio sur Internet - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez vos CD, vinyles et/ou cassettes audio sur Internet ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs ou d'occasion sur Internet, soit 14 % de l'échantillon) - Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

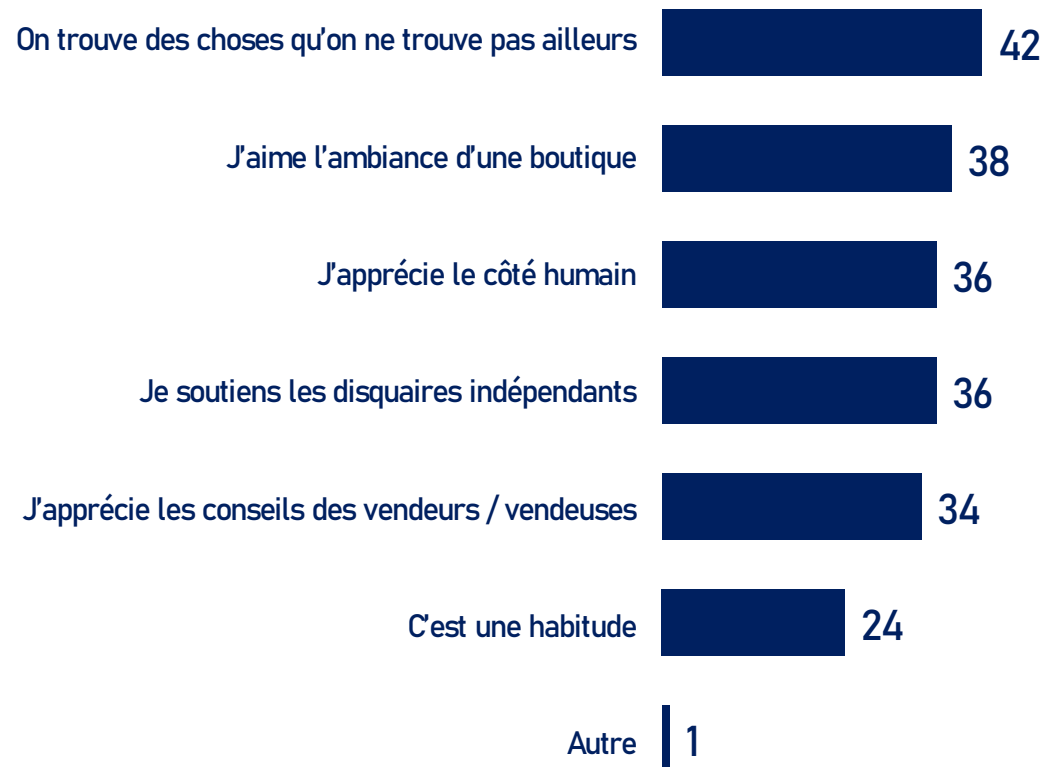
En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE SUPPORT			SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE VIA DES SUPPORTS PHYSIQUES		
		CD	Vinyle	Cassette	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
Il y a un très grand choix	54	54	54	48	56	61	45
C'est pratique	49	50	42	41	47	49	51
C'est rapide	31	32	31	30	31	30	32
C'est moins cher	30	30	37	33	36	27	24
La référence n'est pas disponible dans les magasins autour de chez moi	25	26	30	30	30	21	23
C'est plus facile pour trouver des exemplaires rares	24	24	33	32	31	23	18
C'est une habitude	20	19	20	38	21	20	18
Autre	1	1	-	-	-	1	2

Les raisons d'acheter des CD, vinyles et/ou cassettes audio chez un disquaire



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez vos CD, vinyles et/ou cassettes audio chez des disquaires ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs et/ou d'occasion chez des disquaires, soit 12 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



Les raisons d'acheter des CD, vinyles et/ou cassettes audio chez un disquaire selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez vos CD, vinyles et/ou cassettes audio chez des disquaires ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs et/ou d'occasion chez des disquaires, soit 12 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
On trouve des choses qu'on ne trouve pas ailleurs	42	42	41	36	34	44	38	50	38	29	42	49	51
J'aime l'ambiance d'une boutique	38	41	34	41	31	32	44	40	39	40	33	36	40
J'apprécie le côté humain	36	36	36	41	44	33	37	31	34	40	33	40	30
Je soutiens les disquaires indépendants	36	37	36	30	31	39	39	40	44	35	34	39	38
J'apprécie les conseils des vendeurs / vendeuses	34	34	35	47	37	39	19	35	44	32	38	21	34
C'est une habitude	24	25	22	29	24	17	29	21	29	17	30	22	22
Autre	1	1	1	-	4	-	-	1	-	2	-	-	1

Les raisons d'acheter des CD, vinyles et/ou cassettes audio chez un disquaire selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez vos CD, vinyles et/ou cassettes audio chez des disquaires ? »

(base: À celles et ceux qui achètent des supports physiques neufs et/ou d'occasion chez des disquaires, soit 12 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

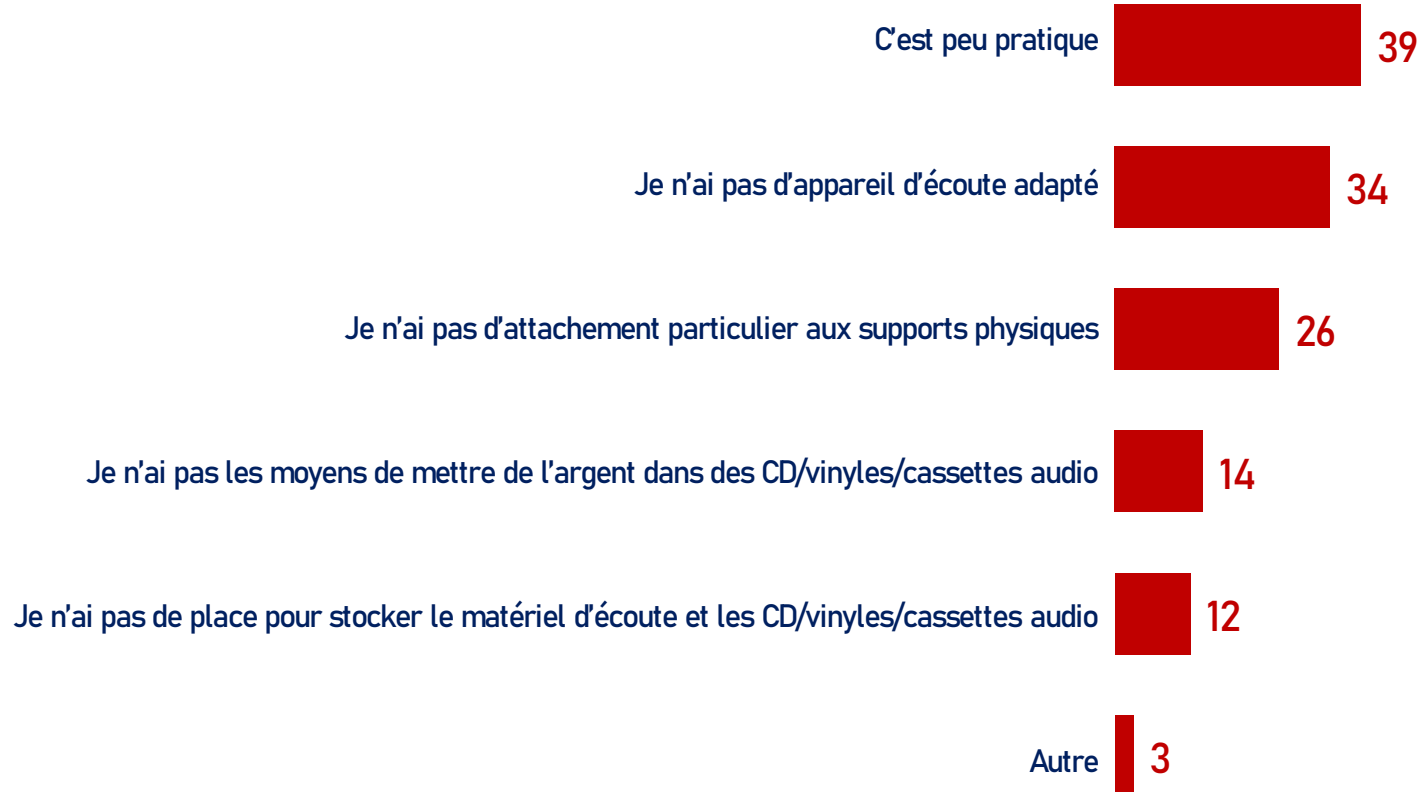
En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE DE SUPPORT			SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE VIA DES SUPPORTS PHYSIQUES		
		CD	Vinyle	Cassette	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
	On trouve des choses qu'on ne trouve pas ailleurs	43	41	41	46	41	34
	J'aime l'ambiance d'une boutique	39	40	35	39	36	39
	J'apprécie le côté humain	36	39	41	39	40	28
	Je soutiens les disquaires indépendants	36	39	33	38	30	40
	J'apprécie les conseils des vendeurs / vendeuses	35	40	47	42	29	23
	C'est une habitude	24	22	28	21	26	26
	Autre	1	1	-	-	-	2

Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique via des supports physiques



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique via des supports physiques (CD, vinyles et/ou cassettes audio) ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté de la musique moins d'une fois par mois voire pas du tout sur des supports physiques au cours des 12 derniers mois, soit 52 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique via des supports physiques selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique via des supports physiques (CD, vinyles et/ou cassettes audio) ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté de la musique moins d'une fois par mois voire pas du tout sur des supports physiques au cours des 12 derniers mois, soit 52 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	N'en écoute pas
C'est peu pratique	39	42	36	46	42	43	33	34	47	40	39	34	33	39	38
Je n'ai pas d'appareil d'écoute adapté	34	32	36	36	42	31	35	30	32	38	36	31	30	30	38
Je n'ai pas d'attachement particulier aux supports physiques	26	28	25	25	28	26	23	30	29	23	27	27	32	24	29
Je n'ai pas les moyens de mettre de l'argent dans des CD/vinyles/cassettes audio	14	13	15	15	13	13	15	14	8	13	13	18	14	15	13
Je n'ai pas de place pour stocker le matériel d'écoute et les CD/vinyles/cassettes audio	12	14	10	16	13	14	11	8	14	13	14	11	7	13	11
Autre	3	3	3	1	1	2	4	7	2	4	1	2	6	4	2

PARTIE 6

FOCUS SUR LA RADIO ET LES PODCASTS

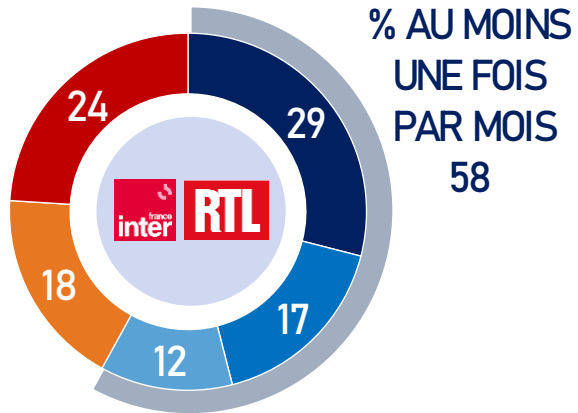


L'écoute de musique à la radio / webradio et via des podcasts

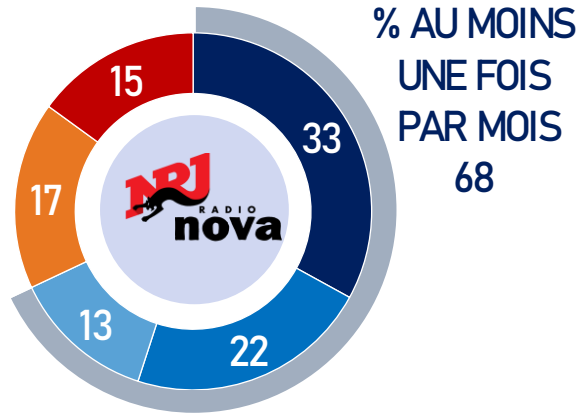


Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »
 (base: À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94% de l'échantillon)

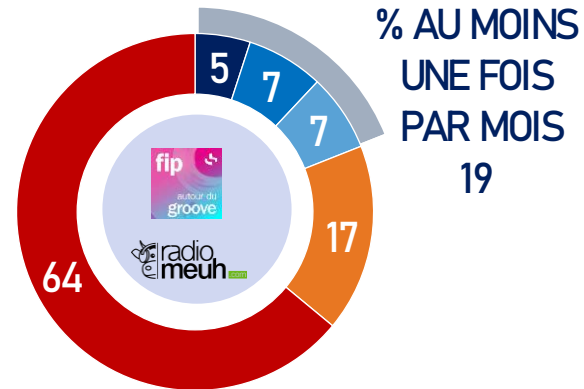
Radio généraliste (ex : France Inter, RTL)



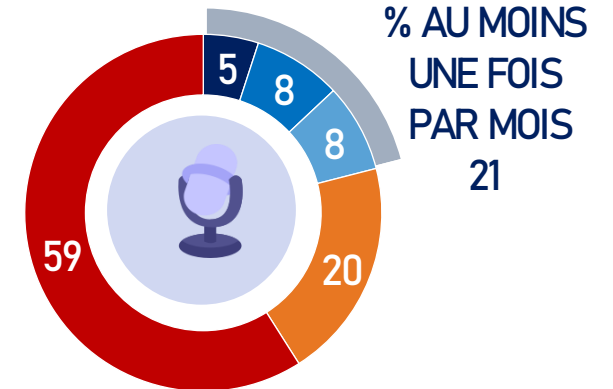
Radio musicale (ex : NRJ, Radio Nova)



Webradio (radios uniquement accessibles via internet comme Fip Groove, Radio Meuh)



Podcasts musicaux (émissions musicales en replay ou natives)



85 % écoutent de la musique au moins une fois par mois sur au moins un de ces supports

82 % spécifiquement sur une radio « traditionnelle » (généraliste ou musicale)

29 % sur une webradio ou via des podcasts musicaux



Auditeurs de musique sur des radios « traditionnelles » (musicales et généralistes) : des profils et des pratiques musicales très proches de celles de l'ensemble des auditeurs français



Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique sur une radio généraliste ou musicale au moins une fois par mois (soit 82 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés



Écoutent en moyenne **2h23** de musique chaque jour
(vs 2h11 pour l'ensemble des Français)



Écoutent en moyenne **7 supports** chaque mois
(vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)



Pas de profils sociodémographiques surreprésentés que ce soit en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de niveau de diplôme ou de région d'habitation.

En revanche, de légères différences concernant les genres musicaux les plus écoutés :



70 % classent la variété / chanson française dans le top 5 des genres de musique enregistrée qu'ils écoutent le plus
(vs 67 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée)



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de musique sur des radios musicales et généralistes au moins une fois par mois (soit 82 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **1,2** fois plus tendance à écouter de la musique sur des webradios



...ont **1,2** fois plus tendance à écouter des captations ou retransmissions de concerts

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique sur des radios généralistes et musicales : des pratiques très proches de celles de l'ensemble des auditeurs français

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE SUR DES RADIOS GÉNÉRALISTES ET MUSICALES	RATIO*
CD	41	44	1,1
Vinyles	17	18	1,1
Cassettes audio	9	10	1,1
Musique téléchargée	44	45	1,0
Plateformes de streaming audio	48	48	1,0
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	14	1,1
Plateformes de streaming vidéo	60	61	1,0
Réseaux sociaux	36	37	1,0
Applications de vidéos courtes	33	34	1,0
Jeux vidéo	23	24	1,0
Radio généraliste	58	70	1,2
Radio musicale	68	83	1,2
Webradio	19	22	1,2
Podcasts musicaux	21	23	1,1
Émissions musicales	43	47	1,1
Captations ou retransmissions de concerts	24	28	1,2
Clips TV	41	45	1,1

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE SUR DES RADIOS GÉNÉRALISTES ET MUSICALES	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	31	1,1
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	28	1,1
Concerts dans des grandes salles	26	29	1,1
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	22	1,1
Micro-festivals	23	25	1,1
Petits et moyens festivals	20	22	1,1
Grands festivals	16	18	1,1

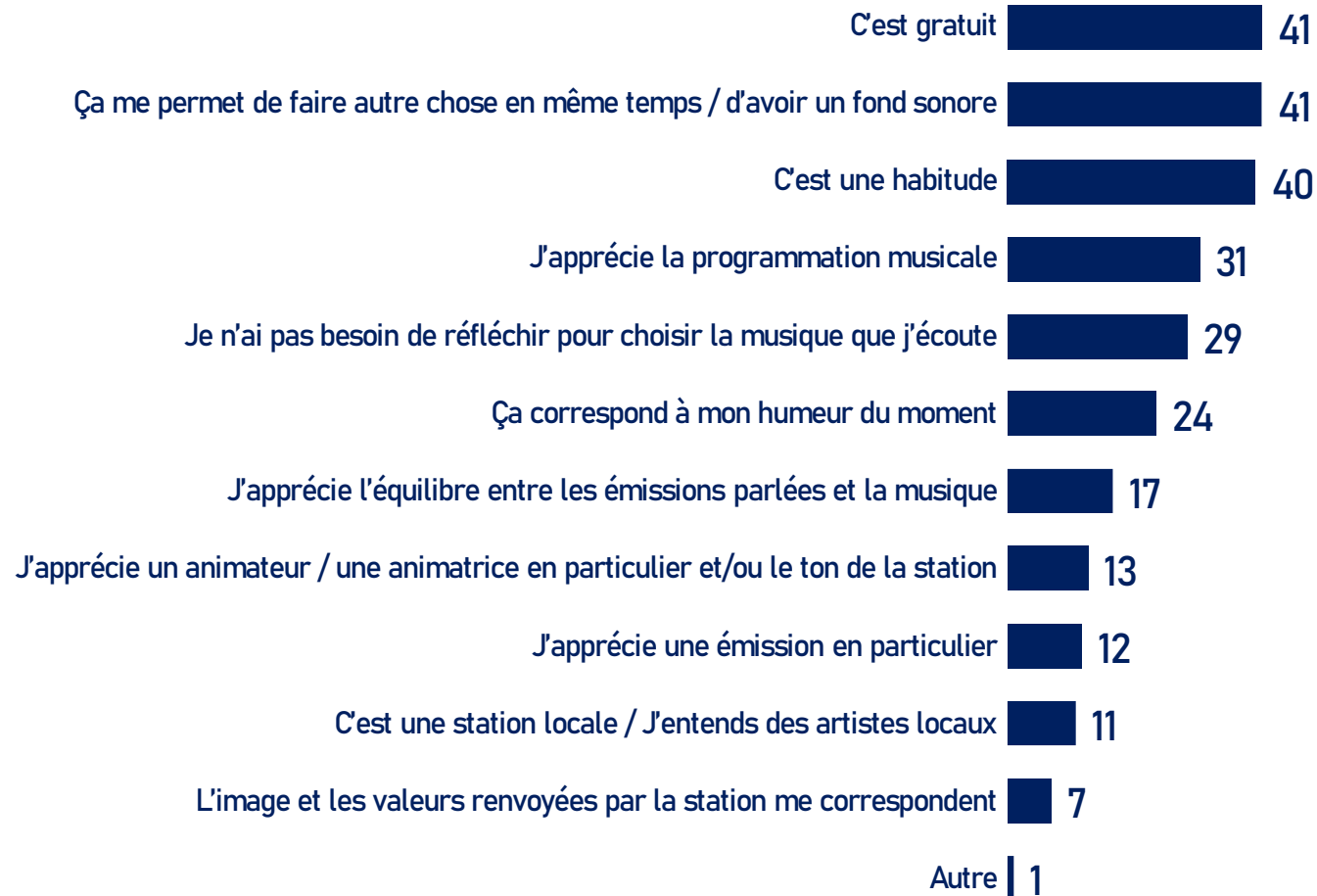
** Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de musique sur des radios généralistes et musicales ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

Les raisons d'écouter de la musique à la radio en direct



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique à la radio en direct (FM, DAB+ ou en ligne) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique à la radio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 78 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons d'écouter de la musique à la radio en direct – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique à la radio en direct (FM, DAB+ ou en ligne) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique à la radio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 78 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

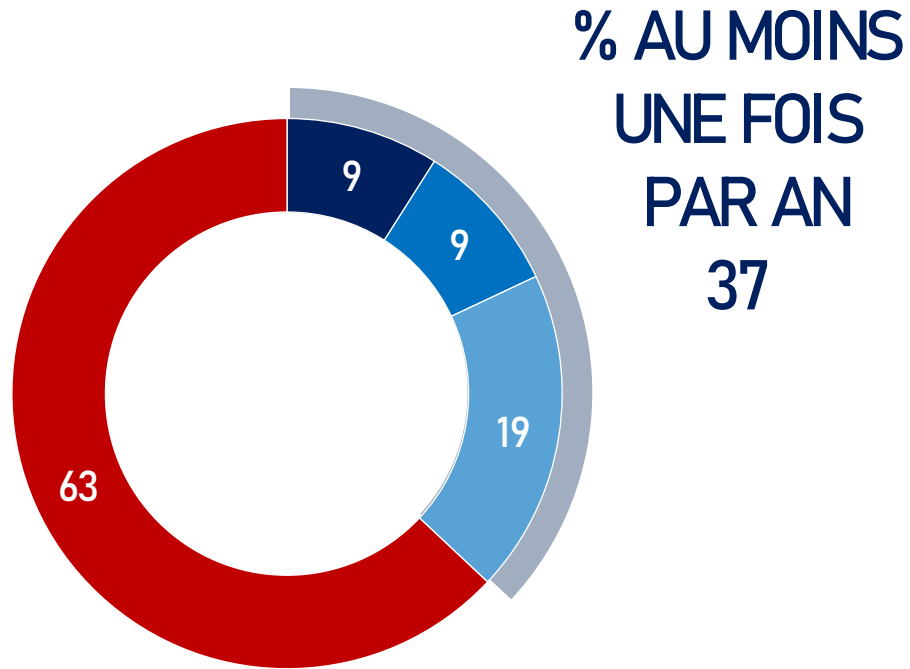
En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORT		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
C'est gratuit	41	44	38	40	41	42	41	41	38	40	39	47	41	40	42	40
Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	41	38	43	34	30	35	39	53	35	39	36	37	52	39	42	40
C'est une habitude	40	41	40	33	34	38	41	47	37	37	36	43	48	40	44	35
J'apprécie la programmation musicale	31	30	32	25	27	31	34	34	35	36	30	24	33	34	31	27
Je n'ai pas besoin de réfléchir pour choisir la musique que j'écoute	29	27	31	28	30	26	26	33	31	27	25	28	33	29	28	30
Ça correspond à mon humeur du moment	24	23	25	22	22	20	26	26	27	22	26	24	25	26	23	23
J'apprécie l'équilibre entre les émissions parlées et la musique	17	17	16	17	14	17	15	19	16	19	16	14	18	20	16	11
J'apprécie un animateur / une animatrice en particulier et/ou le ton de la station	13	10	15	13	16	15	11	11	13	12	15	13	11	15	13	8
J'apprécie une émission en particulier	12	12	13	14	16	15	10	10	14	12	14	13	10	16	11	7
C'est une station locale / J'entends des artistes locaux	11	11	10	11	10	10	8	13	10	10	9	10	12	13	10	6
L'image et les valeurs renvoyées par la station me correspondent	7	8	6	9	7	5	6	8	10	7	7	5	9	10	6	4
Autre	1	1	1	3	-	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2

L'écoute de concerts en direct à la radio



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté des concerts en direct à la radio (artiste invité à jouer quelques titres dans une émission, retransmission de concerts en direct...) ? »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique à la radio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 78 % de l'échantillon)



SEXE				% OUI	
Hommes	9	12	18	61	39
Femmes	8	8	19	65	35
ÂGE					% OUI
15-24 ans	13	19	22	46	54
25-34 ans	12	15	15	58	42
35-44 ans	10	11	18	61	39
45-59 ans	7	6	18	69	31
60 ans et plus	6	5	20	69	31
CAT. SOCIOPROFESSIONNELLE					% OUI
Cadres	10	15	19	56	44
Prof. Intermédiaires	8	9	19	64	36
Employés	11	10	19	60	40
Ouvriers	9	8	18	65	35
Retraités	6	6	20	68	32
SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE					% OUI
Très fréquente	14	17	24	45	55
Plutôt fréquente	6	6	17	71	29
Modérée	3	4	12	81	19

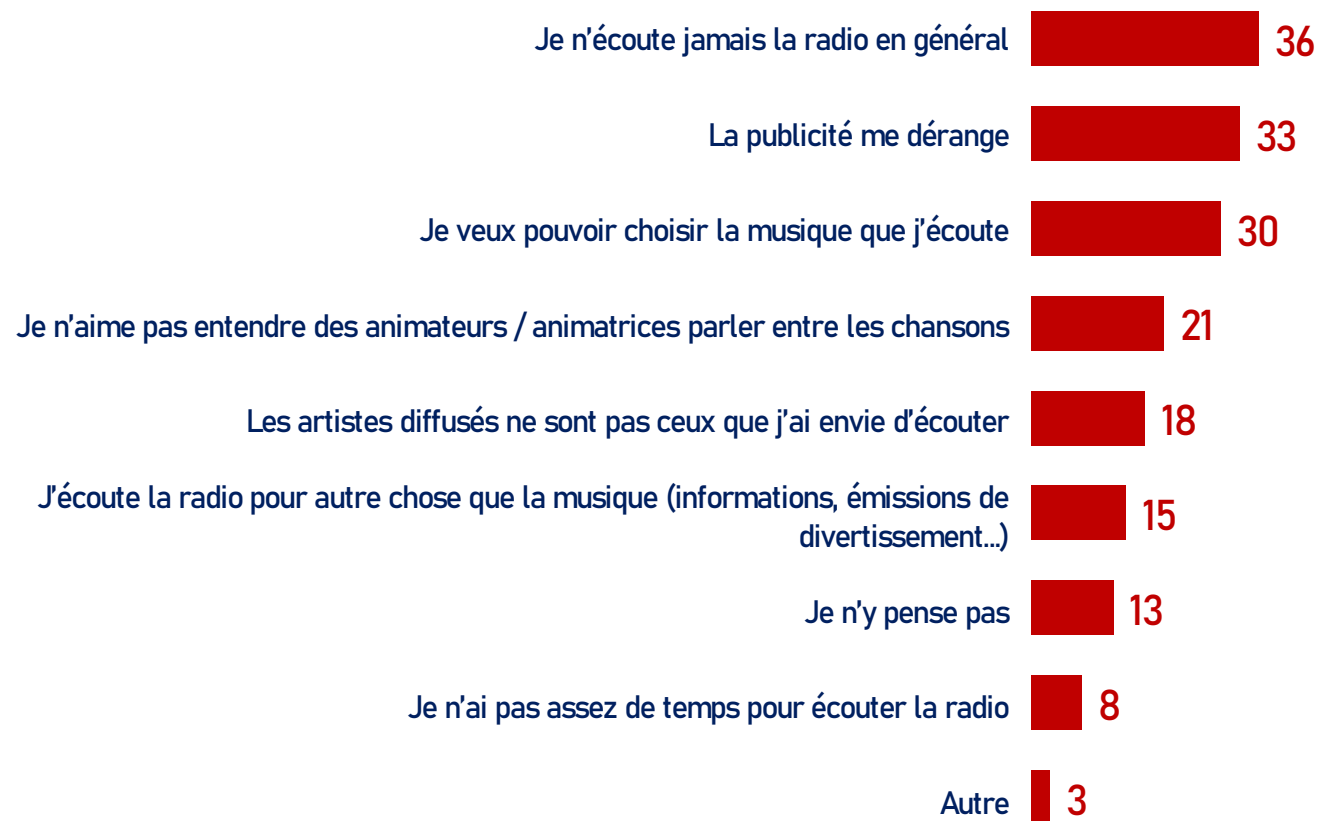


Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique à la radio



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique à la radio ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique moins d'une fois par mois voire pas du tout à la radio au cours des 12 derniers mois, soit 16 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique à la radio - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique à la radio ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique moins d'une fois par mois voire pas du tout à la radio au cours des 12 derniers mois, soit 16 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car trois réponses possibles






En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers*	Retraités	En écoute peu	N'en écoute pas
Je n'écoute jamais la radio en général	36	37	35	45	37	26	31	33	39	32	30	27	32	30	37
La publicité me dérange	33	29	38	31	44	32	36	28	36	32	34	44	28	36	33
Je veux pouvoir choisir la musique que j'écoute	30	31	29	33	28	29	25	31	24	29	31	34	30	30	29
Je n'aime pas entendre des animateurs / animatrices parler entre les chansons	21	18	24	22	24	18	26	16	27	23	25	18	19	21	19
Les artistes diffusés ne sont pas ceux que j'ai envie d'écouter	18	18	18	18	21	21	17	16	8	19	16	19	16	14	19
J'écoute la radio pour autre chose que la musique (informations, émissions de divertissement...)	15	19	11	7	12	14	16	25	18	16	13	7	25	20	14
Je n'y pense pas	13	10	16	11	17	13	11	15	9	13	16	9	15	16	13
Je n'ai pas assez de temps pour écouter la radio	8	9	6	11	6	8	7	5	8	9	10	6	5	9	6
Autre	3	3	3	2	-	4	4	5	-	2	2	4	5	4	3

*Effectifs faibles (=49)







Auditeurs de podcasts et webradios : des profils plus masculins, plus jeunes, plus CSP+ et plus diplômés que la moyenne des Français, mais aussi plus mélomanes

 Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique sur une webradio ou des podcasts musicaux au moins une fois par mois (soit 29 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés

-  La musique occupe une place très importante pour **51 %** d'entre eux (*vs 31 % de l'ensemble des Français*)
-  Écoutent en moyenne **3h06** de musique chaque jour (*vs 2h11 pour l'ensemble des Français*)
-  Écoutent en moyenne **10 supports** chaque mois (*vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)
-  **70 %** ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (*vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)
-  **56 %** ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (*vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

Les profils sociodémographiques surreprésentés

-  **53 %** sont des hommes (*vs 48% de l'ensemble*)
-  **43 %** ont moins de 35 ans (*vs 29 %*)
-  **58 %** ont un diplôme supérieur au bac (*vs 52 %*)
-  **70 %** sont actifs (*vs 57 %*)
-  **39 %** sont CSP+ (*vs 29 %*)
-  **24 %** habitent en région parisienne (*vs 19 %*)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de podcasts et webradios : quelles qu'elles soient, des pratiques plus fréquentes que l'ensemble des Français



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de webradio ou de podcasts musicaux au moins une fois par mois (soit 29% de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **2,6** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **2,3** fois plus tendance à écouter des cassettes audio



...ont **2,1** fois plus tendance à écouter des captations ou retransmissions de concerts



...ont **2** fois plus tendance à écouter de la musique de jeux vidéo



...ont **1,9** fois plus tendance à écouter des vinyles



...ont **2,3** fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont **2,2** fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals

...ont **2** fois plus tendance à se rendre à des micro-festivals



...ont **2,1** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de podcasts et webradios : quelles qu'elles soient, des pratiques plus fréquentes que l'ensemble des Français

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE PODCASTS ET WEBRADIO*	RATIO*
CD	41	53	1,3
Vinyles	17	32	1,9
Cassettes audio	9	21	2,3
Musique téléchargée	44	70	1,6
Plateformes de streaming audio	48	72	1,5
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	34	2,6
Plateformes de streaming vidéo	60	83	1,4
Réseaux sociaux	36	61	1,7
Applications de vidéos courtes	33	57	1,7
Jeux vidéo	23	47	2,0
Radio généraliste	58	72	1,2
Radio musicale	68	79	1,2
Webradio	19	66	3,5
Podcasts musicaux	21	73	3,5
Émissions musicales	43	58	1,3
Captations ou retransmissions de concerts	24	50	2,1
Clips TV	41	61	1,5






En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE PODCASTS ET WEBRADIO*	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	53	1,8
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	47	1,9
Concerts dans des grandes salles	26	46	1,8
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	42	2,1
Micro-festivals	23	46	2,0
Petits et moyens festivals	20	43	2,2
Grands festivals	16	37	2,3

** Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de podcasts et webradios ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*







Auditeurs de webradios : des profils plus masculins et plus CSP+ que la moyenne des Français, mais aussi plus mélomanes

 Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique sur une webradio ou des podcasts musicaux au moins une fois par mois (soit 19 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés

-  La musique occupe une place très importante pour **52 %** d'entre eux (*vs 31 % de l'ensemble des Français*)
-  Écoutent en moyenne **3h17** de musique chaque jour (*vs 2h11 pour l'ensemble des Français*)
-  Écoutent en moyenne **11 supports** chaque mois (*vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)
-  **73 %** ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (*vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)
-  **62 %** ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (*vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

Les profils sociodémographiques surreprésentés

-  **58 %** sont des hommes (*vs 48 % de l'ensemble*)
-  **41 %** ont moins de 35 ans (*vs 29 %*)
-  **59 %** ont un diplôme supérieur au bac (*vs 52 %*)
-  **74 %** sont actifs (*vs 57 %*)
-  **42 %** sont CSP+ (*vs 29 %*)
-  **26 %** habitent en région parisienne (*vs 19 %*)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de webradios : quelles qu'elles soient, des pratiques plus fréquentes que l'ensemble des Français



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de webradio au moins une fois par mois (soit 19 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **3,3** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **3,1** fois plus tendance à écouter des cassettes audios



...ont **2,8** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont **2,4** fois plus tendance à écouter des captations ou retransmissions de concerts



...ont **2,3** fois plus tendance à écouter de la musique de jeux vidéo



...ont **2,8** fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont **2,5** fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals

...ont **2,3** fois plus tendance à se rendre à des micro-festivals



...ont **2,5** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de webradios : quelles qu'elles soient, des pratiques plus fréquentes que l'ensemble des Français

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE WEBRADIO*	RATIO*
CD	41	59	1,4
Vinyles	17	39	2,3
Cassettes audio	9	28	3,1
Musique téléchargée	44	74	1,7
Plateformes de streaming audio	48	75	1,6
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	43	3,3
Plateformes de streaming video	60	83	1,4
Réseaux sociaux	36	63	1,8
Applications de vidéos courtes	33	59	1,8
Jeux vidéo	23	53	2,3
Radio généraliste	58	79	1,4
Radio musicale	68	83	1,2
Podcasts musicaux	21	59	2,8
Émissions musicales	43	63	1,5
Captations ou retransmissions de concerts	24	57	2,4
Clips TV	41	65	1,6

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE WEBRADIO*	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	59	2,0
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	52	2,1
Concerts dans des grandes salles	26	53	2,0
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	50	2,5
Micro-festivals	23	54	2,3
Petits et moyens festivals	20	50	2,5
Grands festivals	16	45	2,8

** Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de webradios ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

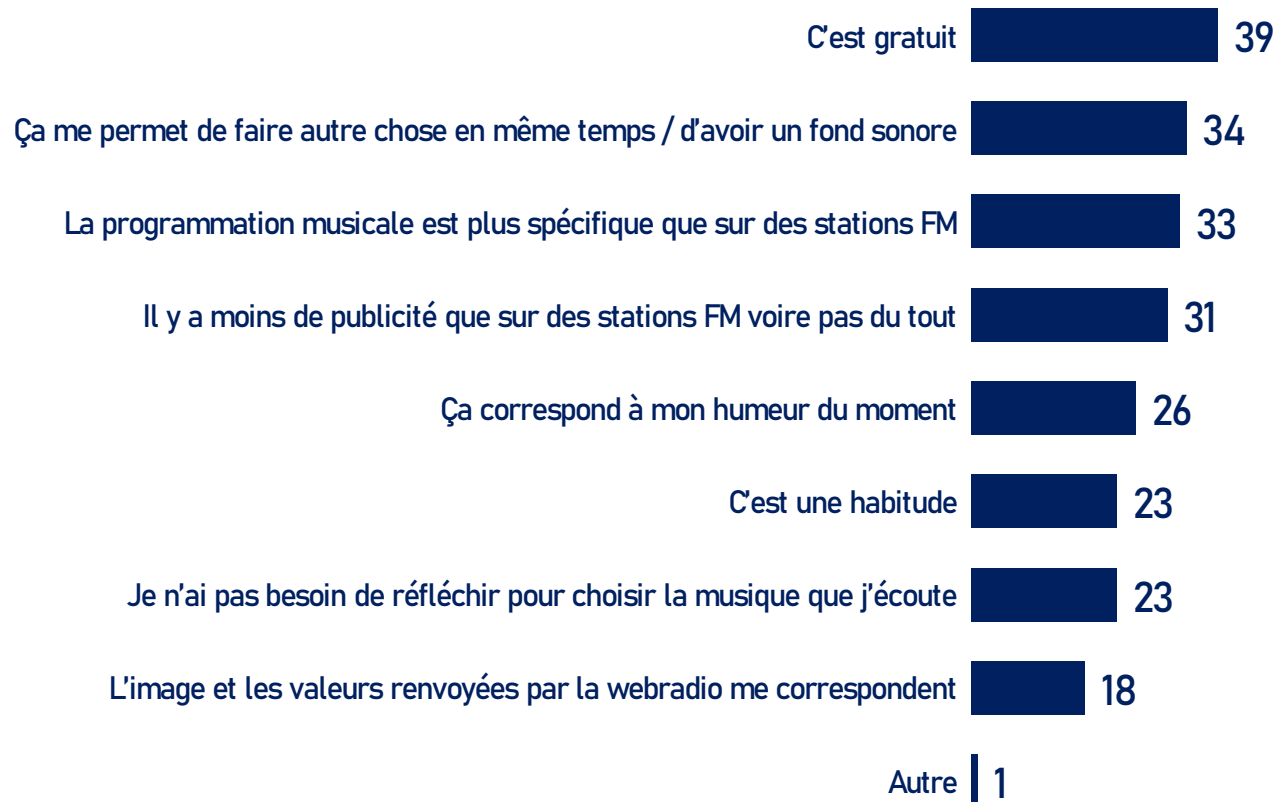
Les raisons d'écouter de la musique via des webradios



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique via une ou des webradio(s) (radios uniquement accessibles via Internet comme Fip Groove, Radio Meuh) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique via une webradio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 18 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons d'écouter de la musique via des webradios - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez de la musique via une ou des webradio(s) (radios uniquement accessibles via internet comme Fip Groove, Radio Meuh) ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique via une webradio au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 18 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORT		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée*
C'est gratuit	39	40	36	37	29	42	43	42	39	34	44	46	43	39	39	33
Ça me permet de faire autre chose en même temps / d'avoir un fond sonore	34	31	37	37	32	27	35	38	34	39	37	32	36	33	34	33
La programmation musicale est plus spécifique que sur des stations FM	33	37	29	22	35	35	38	39	41	32	34	34	40	34	32	47
Il y a moins de publicité que sur des stations FM voire pas du tout	31	35	26	30	33	29	29	37	24	24	30	41	38	33	31	27
Ça correspond à mon humeur du moment	26	25	28	24	31	23	31	22	31	36	24	25	18	17	29	22
C'est une habitude	23	23	25	26	23	22	23	22	21	27	26	23	23	21	25	9
Je n'ai pas besoin de réfléchir pour choisir la musique que j'écoute	23	20	27	23	25	22	20	28	20	24	23	11	31	20	23	34
L'image et les valeurs renvoyées par la webradio me correspondent	18	19	16	20	29	16	12	12	20	17	20	12	12	14	19	9
Autre	1	1	1	-	-	1	1	4	-	-	1	-	4	-	1	6

*Effectifs faibles (=39)

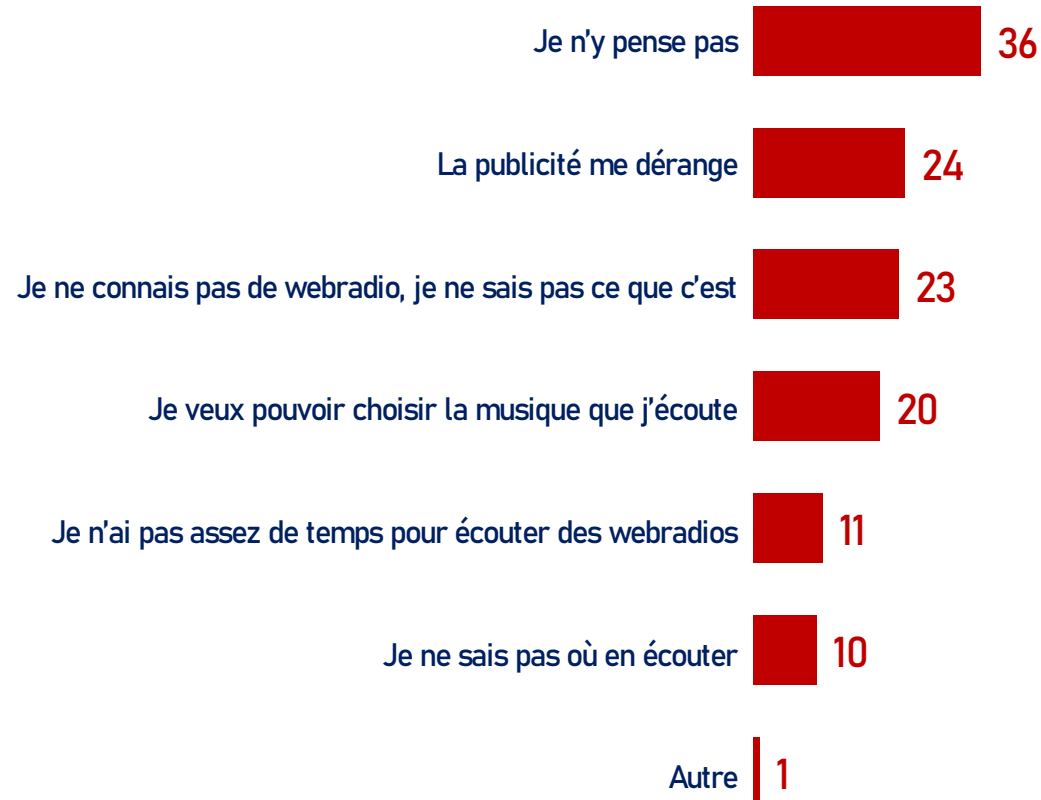
Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique via des webradios



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique via des webradios ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté de la musique moins d'une fois par mois voire pas du tout via une webradio au cours des 12 derniers mois, soit 76 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique via des webradios – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique via des webradios ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté de la musique moins d'une fois par mois voire pas du tout via une webradio au cours des 12 derniers mois, soit 76 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	Nen écoute pas
Je n'y pense pas	36	35	37	36	44	42	41	26	45	40	42	40	25	43	34
La publicité me dérange	24	26	22	24	28	20	23	25	26	23	22	22	25	29	22
Je ne connais pas de webradio, je ne sais pas ce que c'est	23	19	26	19	16	16	19	33	12	18	18	21	34	11	26
Je veux pouvoir choisir la musique que j'écoute	20	23	18	29	19	16	17	22	20	18	19	16	23	22	20
Je n'ai pas assez de temps pour écouter des webradios	11	14	9	14	11	11	12	9	10	14	12	13	9	12	11
Je ne sais pas où en écouter	10	9	11	13	8	13	9	9	13	10	9	11	9	10	10
Autre	1	1	1	1	-	2	1	2	1	1	-	1	2	1	1

Les raisons d'écouter des podcasts musicaux



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez des podcasts musicaux ? »
(base: À celles et ceux qui ont écouté des podcasts musicaux au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 20 % de l'échantillon)
Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



Les raisons d'écouter des podcasts musicaux - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous écoutez des podcasts musicaux ? »

(base: À celles et ceux qui ont écouté des podcasts musicaux au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 20 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORT			
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée	
	Je peux en écouter quand je veux	46	43	49	45	40	42	51	58	46	49	45	52	57	46	47	46
	C'est gratuit	36	37	35	37	35	29	42	36	29	38	40	35	36	34	42	34
	Ça correspond à mon humeur du moment	29	29	29	28	31	24	34	28	38	26	34	28	26	29	28	33
	Ça me permet d'avoir un fond sonore / de faire autre chose en même temps	28	26	31	27	28	26	27	38	27	27	26	26	36	27	31	33
	Il y a peu de publicité voire pas du tout	24	25	23	20	24	21	28	29	21	24	21	28	32	27	18	11
	C'est une habitude	24	27	21	24	31	29	17	18	23	26	31	20	17	27	20	15
	J'apprécie un podcast en particulier	23	23	22	25	24	25	25	11	22	30	30	18	9	25	17	19
	J'apprécie un animateur / une animatrice en particulier et/ou le ton du podcast	21	22	19	20	29	24	17	8	25	20	24	15	12	24	11	13
	Autre	1	1	1	1	1	1	1	2	1	-	1	1	1	1	-	3

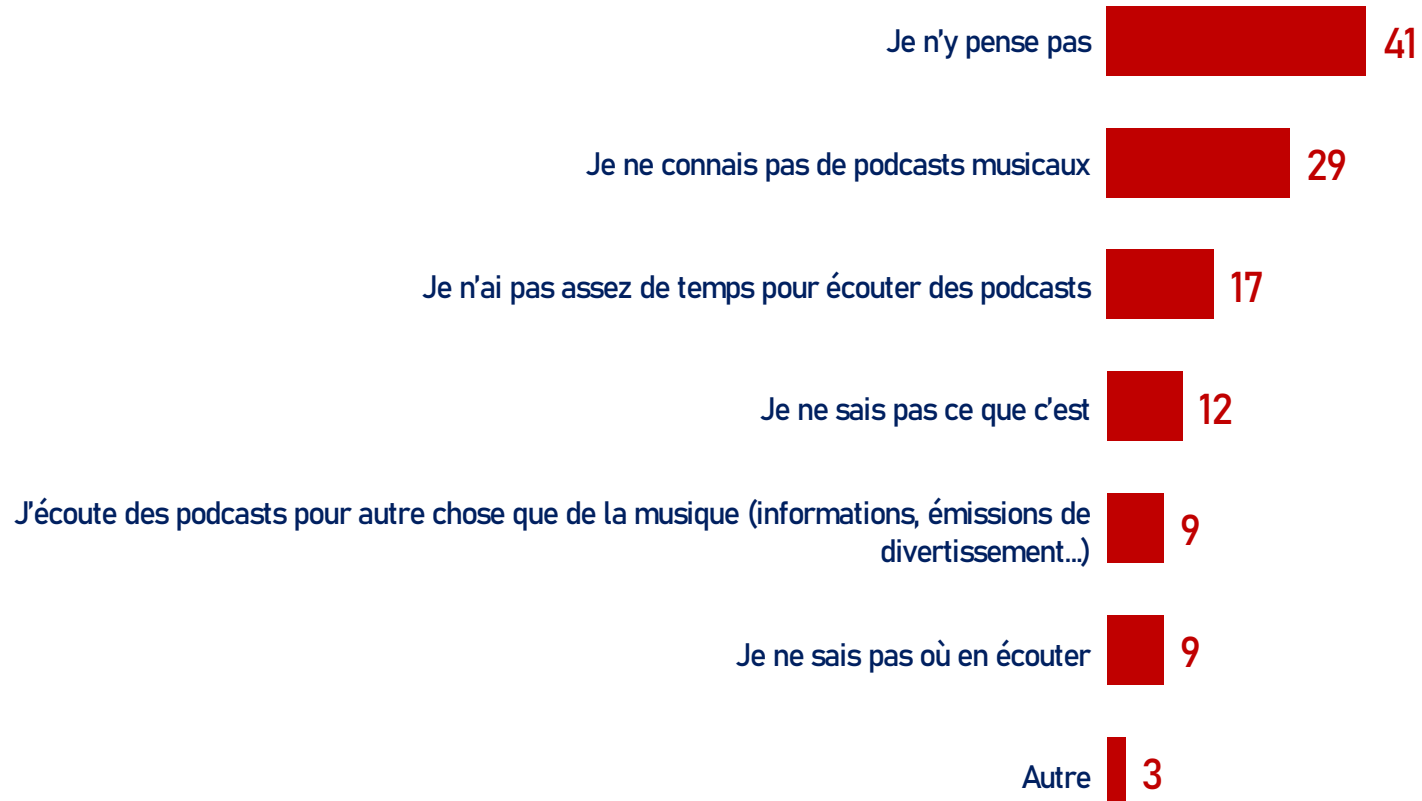
Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique via des podcasts musicaux



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de podcasts musicaux ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté moins d'une fois par mois voire pas du tout des podcasts musicaux au cours des 12 derniers mois, soit 74 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique via des podcasts musicaux - selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de podcasts musicaux ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté moins d'une fois par mois voire pas du tout des podcasts musicaux au cours des 12 derniers mois, soit 74 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car deux réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	Nen écoute pas
Je n'y pense pas	41	43	40	51	46	41	44	34	42	42	44	47	33	49	39
Je ne connais pas de podcasts musicaux	29	28	30	24	23	23	26	38	27	24	20	25	40	20	32
Je n'ai pas assez de temps pour écouter des podcasts	17	21	13	20	20	20	16	13	21	17	20	18	12	19	16
Je ne sais pas ce que c'est	12	10	13	9	9	10	11	15	6	13	10	10	15	8	13
J'écoute des podcasts pour autre chose que de la musique (informations, émissions de divertissement...)	9	8	10	12	11	10	8	7	12	10	9	6	7	15	7
Je ne sais pas où en écouter	9	9	9	10	7	9	8	10	7	9	9	10	11	10	9
Autre	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	1	3

PARTIE 7

FOCUS SUR LA TÉLÉVISION



GAME CHANGERS



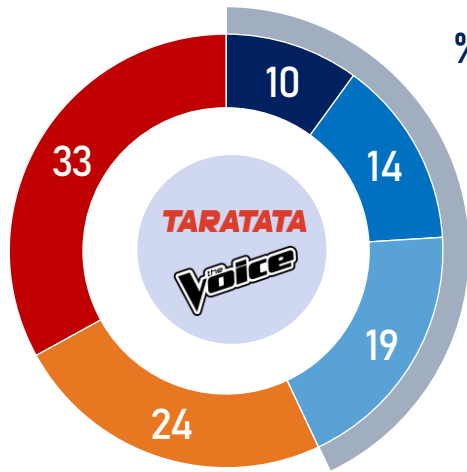
sopra  steria

L'écoute de musique à la télévision



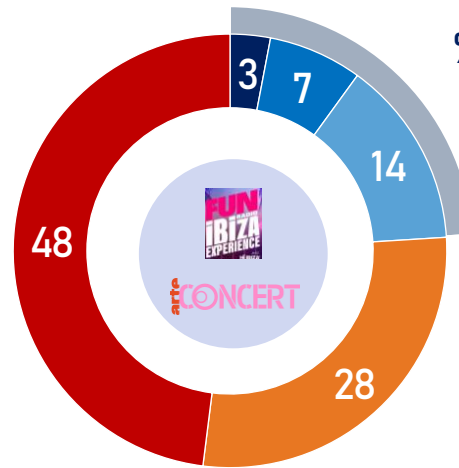
Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »
 (base: À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94% de l'échantillon)

Émissions musicales (ex : Taratata, The Voice, N'oubliez pas les paroles)



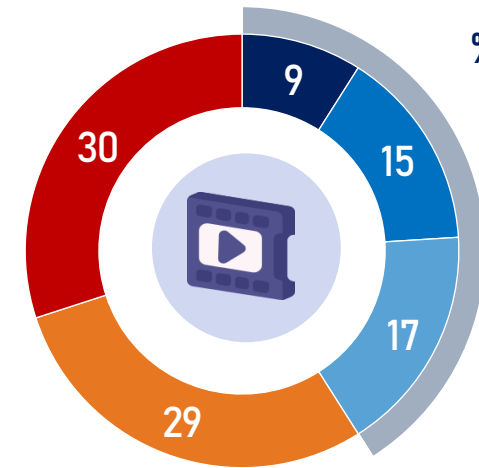
% AU MOINS UNE
 FOIS PAR MOIS
 43

Captations ou retransmissions de concerts (ex : Fun Radio Ibiza expérience, concerts diffusés sur Culturebox et ARTE)



% AU MOINS UNE
 FOIS PAR MOIS
 24

Clips TV



% AU MOINS UNE
 FOIS PAR MOIS
 41

62 % écoutent de la musique au moins une fois par mois à la télévision

OUI, TOUS LES JOURS OU PRESQUE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR SEMAINE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR MOIS

MOINS SOUVENT

JAMAIS

Auditeurs de musique à la télévision : des profils très peu marqués à la fois socio démographiquement et en termes de rapport à la musique



Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique à la télévision au moins une fois par mois (soit 62 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés



La musique occupe une place très importante pour **38 %** d'entre eux (*vs 31 % de l'ensemble des Français*)



Écoutent en moyenne **2h33** de musique chaque jour (*vs 2h11 pour l'ensemble des Français*)



Écoutent en moyenne **8 supports** chaque mois (*vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)



55 % ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (*vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)



39 % ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (*vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)



37 % ont des enfants (*vs 32 % de l'ensemble des Français*)



Pas d'autres profils sociodémographiques surreprésentés que ce soit en termes de sexe, d'âge, de niveau de diplôme ou de région d'habitation.

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique à la télévision : des pratiques d'écoute légèrement supérieures à celles de l'ensemble des Français écoutant de la musique



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de musique à la télévision au moins une fois par mois (soit 62 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **1,4** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **1,4** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter de la musique sur des cassettes audio et des vinyles



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter de la musique sur des webradios



...ont **1,3** fois plus tendance à écouter de la musique sur des réseaux sociaux et jeux vidéo



...ont **1,4** fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont **1,4** fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals



... ont **1,4** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique à la télévision : des pratiques d'écoute légèrement supérieures à celles de l'ensemble des Français.es écoutant de la musique

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE À LA TÉLÉVISION	RATIO*
CD	41	49	1,2
Vinyles	17	22	1,3
Cassettes audio	9	12	1,3
Musique téléchargée	44	51	1,2
Plateformes de streaming audio	48	53	1,1
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	18	1,4
Plateformes de streaming vidéo	60	68	1,1
Réseaux sociaux	36	45	1,3
Applications de vidéos courtes	33	41	1,2
Jeux vidéo	23	29	1,3
Radio généraliste	58	65	1,1
Radio musicale	68	76	1,1
Webradio	19	25	1,3
Podcasts musicaux	21	29	1,4
Émissions musicales	43	69	1,6
Captations ou retransmissions de concerts	24	39	1,6
Clips TV	41	66	1,6

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE À LA TÉLÉVISION	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	36	1,2
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	32	1,3
Concerts dans des grandes salles	26	33	1,3
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	28	1,4
Micro-festivals	23	31	1,3
Petits et moyens festivals	20	27	1,4
Grands festivals	16	23	1,4

**Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de musique à la télévision ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

Les raisons de regarder des émissions musicales, clips et concerts à la télévision



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous regardez des émissions musicales, des concerts ou des clips à la télévision ? »
(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique à la télévision au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)
Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles



% Animateur / émission en particulier
42

Les raisons d'écouter de la musique à la télévision – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous regardez des émissions musicales, des concerts ou des clips à la télévision ? »
 (base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique à la télévision au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)
 Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE				
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités
C'est gratuit	41	43	39	41	37	41	43	42	37	38	39	47	43
J'apprécie la programmation musicale	35	36	35	31	33	35	35	39	36	38	36	33	38
Ça me permet d'avoir un fond musical / de faire autre chose en même temps	35	31	38	38	34	36	36	32	33	36	37	36	30
J'apprécie une émission / un programme en particulier	34	33	35	27	28	29	32	46	29	32	29	28	46
Ça correspond à mon humeur du moment	32	32	33	28	34	28	36	34	35	31	32	30	33
C'est une habitude	21	21	21	23	15	20	23	22	21	18	19	27	22
Je n'ai pas besoin de réfléchir pour choisir ce que je regarde	19	19	19	20	22	17	19	17	20	17	18	23	17
J'apprécie un animateur / une animatrice en particulier	14	15	14	18	15	12	10	17	13	14	13	10	17
L'image renvoyée par la chaîne me correspond	10	11	8	15	10	9	5	10	11	9	11	6	10
Autre	1	1	1	1	-	1	1	2	1	1	1	1	2

Les raisons d'écouter de la musique à la télévision – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous regardez des émissions musicales, des concerts ou des clips à la télévision ? »
 (base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique à la télévision au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 58 % de l'échantillon)
 Total supérieur à 100 car quatre réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE TYPE D'ÉMISSION			SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORTS		
		Émissions musicales	Captations et/ou Retransmissions de concerts	Clips TV	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
C'est gratuit	41	39	36	43	37	43	43
J'apprécie la programmation musicale	35	36	43	35	40	36	30
Ça me permet d'avoir un fond musical / de faire autre chose en même temps	35	34	32	37	37	34	33
J'apprécie une émission / un programme en particulier	34	39	37	30	38	36	27
Ça correspond à mon humeur du moment	32	32	34	35	34	31	32
C'est une habitude	21	21	21	23	25	21	16
Je n'ai pas besoin de réfléchir pour choisir ce que je regarde	19	18	18	21	21	17	19
J'apprécie un animateur / une animatrice en particulier	14	18	18	15	21	13	9
L'image renvoyée par la chaîne me correspond	10	11	17	10	16	7	5
Autre	1	1	1	1	-	1	1

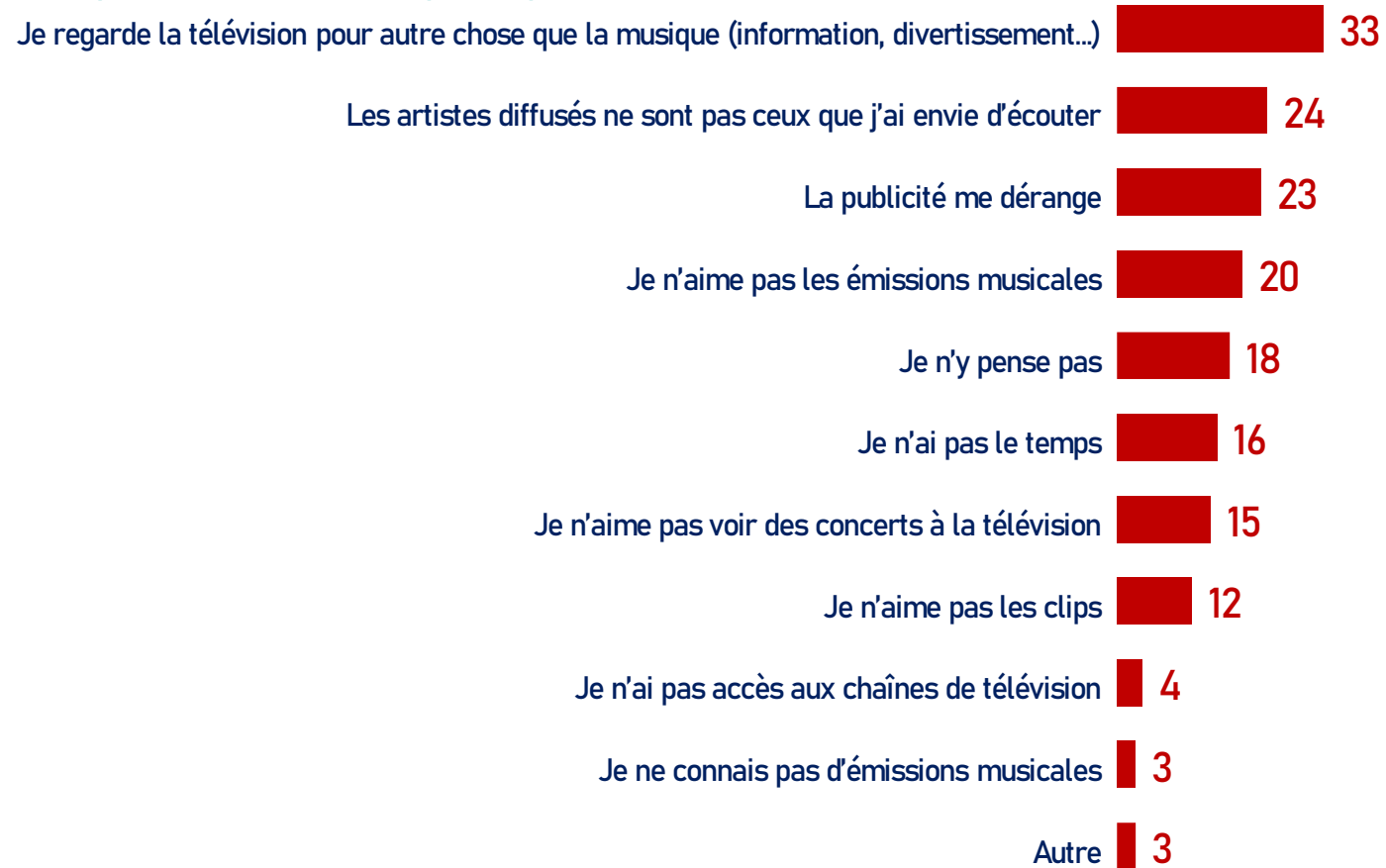
Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique à la télévision



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous ne regardez pas ou peu d'émissions musicales, de concerts et de clips à la télévision ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté moins d'une fois par mois voire pas du tout de la musique à la télévision au cours des 12 derniers mois, soit 36 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



Les raisons de ne pas écouter ou d'écouter peu de musique à la télévision – selon le profil



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous ne regardez pas ou peu d'émissions musicales, de concerts et de clips à la télévision ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté moins d'une fois par mois voire pas du tout de la musique à la télévision au cours des 12 derniers mois, soit 36 % de l'échantillon)

Total supérieur à 100 car trois réponses possibles

En %	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	N'en écoute pas
Je regarde la télévision pour autre chose que la musique (information, divertissement...)	33	33	32	21	25	25	33	46	30	28	22	29	44	36	28
Les artistes diffusés ne sont pas ceux que j'ai envie d'écouter	24	25	23	21	19	20	25	28	22	20	20	21	31	27	19
La publicité me dérange	23	25	21	18	26	20	20	28	23	22	22	18	29	26	18
Je n'aime pas les émissions musicales	20	22	17	30	26	17	18	14	19	18	24	24	13	17	24
Je n'y pense pas	18	17	20	17	21	16	20	17	21	17	17	19	17	21	14
Je n'ai pas le temps	16	19	14	18	19	22	22	7	24	20	24	18	7	17	14
Je n'aime pas voir des concerts à la télévision	15	14	16	23	13	19	13	12	21	16	14	15	12	13	17
Je n'aime pas les clips	12	11	12	12	11	10	8	16	8	11	9	9	16	10	14
Je n'ai pas accès aux chaînes de télévision	4	4	4	5	9	5	3	2	3	5	4	5	2	3	6
Je ne connais pas d'émissions musicales	3	3	3	5	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3
Autre	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	3	2	4

PARTIE 8

FOCUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET JEUX VIDÉO



GAME CHANGERS



sopra  steria

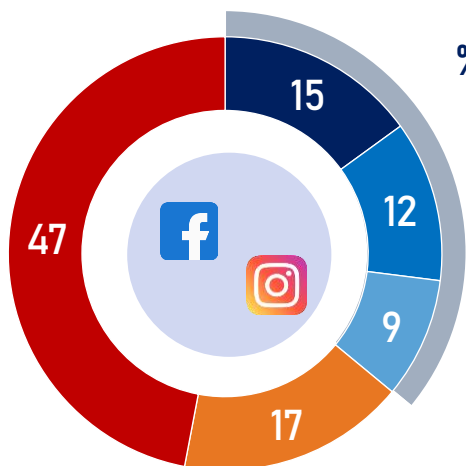


L'écoute de musique sur les réseaux sociaux, vidéos courtes et jeux vidéo

Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous écouté de la musique via les supports suivants ? »

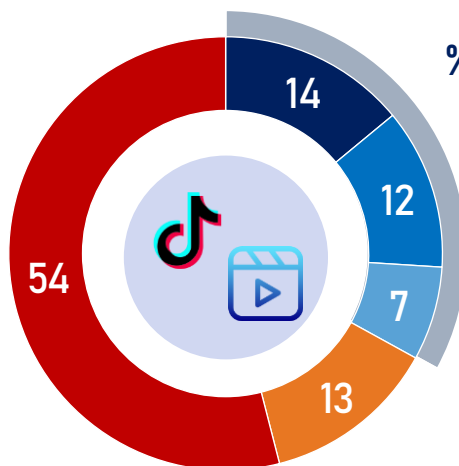
(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique, soit 94% de l'échantillon)

Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter*)



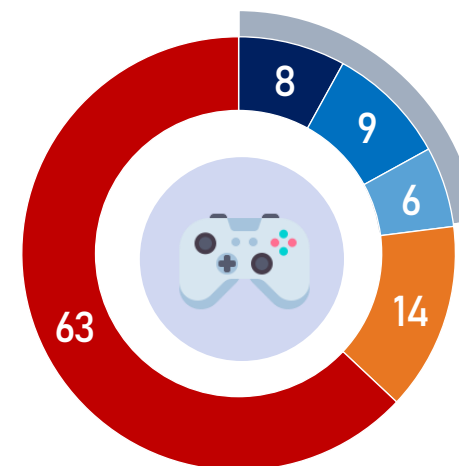
% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS
36

Applications de vidéos courtes (ex : TikTok, Reels Instagram)



% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS
33

Jeux vidéo



% AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS
23

48 % écoutent de la musique au moins une fois par mois sur au moins un de ces supports
43 % spécifiquement sur les réseaux sociaux et/ou vidéos courtes

OUI, TOUS LES JOURS OU PRESQUE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR SEMAINE

OUI, 1 À 3 FOIS PAR MOIS


MOINS SOUVENT

JAMAIS

*Enquête réalisée avant que Twitter ne soit renommé X

175 ©Ipsos pour le CNM – Le baromètre des usages de la musique en France - 2023

Auditeurs de musique sur des applications de vidéos courtes et sur les réseaux sociaux : des profils plus jeunes, privilégiant le casque et les écouteurs davantage que la moyenne


 Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique sur des applications de vidéos courtes et/ou sur les réseaux sociaux au moins une fois par mois (soit 43 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...


Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés

 La musique occupe une place très importante pour **46 %** d'entre eux (*vs 31% de l'ensemble des Français*)

 Écoutent en moyenne **2h43** de musique chaque jour (*vs 2h11 pour l'ensemble des Français*)

 Écoutent en moyenne **9 supports** chaque mois (*vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

 **62 %** ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois (*vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

 **46 %** ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois (*vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique*)

Les profils sociodémographiques surreprésentés

 **26 %** ont moins de 35 ans (*vs 14 %*)

Les différences concernant les genres musicaux les plus écoutés et les modes d'écoute :

 **65 %** écoutent de la musique avec un casque / des écouteurs (*vs 49 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée*)

38 % classent la R&B / Soul dans le top 5 des genres de musique enregistrée qu'ils écoutent le plus (*vs 31 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée*)

35 % classent le Rap/Hip Hop dans le top 5 des genres de musique enregistrée qu'ils écoutent le plus (*vs 25 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée*)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique d'applications de vidéos courtes et sur les réseaux sociaux : des auditeurs davantage portés sur les supports d'écoute numériques de niche



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de musique sur des applications de vidéos courtes et/ou sur les réseaux sociaux au moins une fois par mois (soit 43% de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **1,9** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **1,9** fois plus tendance à écouter de la musique de jeux-vidéos



...ont **1,8** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont **1,7** fois plus tendance à écouter de la musique sur des cassettes audio



...ont **1,6** fois plus tendance à écouter des webradios



...ont **1,8** fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont **1,6** fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals

...ont **1,6** fois plus tendance à se rendre à des micro-festivals



...ont **1,6** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

...ont **1,6** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des bars/discothèques

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique d'applications de vidéos courtes et sur les réseaux sociaux : des auditeurs davantage portés sur les supports d'écoute numériques de niche

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE SUR DES VIDÉOS COURTES ET SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	RATIO*
CD	41	42	1,0
Vinyles	17	23	1,4
Cassettes audio	9	15	1,7
Musique téléchargée	44	58	1,3
Plateformes de streaming audio	48	67	1,4
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	25	1,9
Plateformes de streaming vidéo	60	80	1,3
Réseaux sociaux	36	83	2,3
Applications de vidéos courtes	33	76	2,3
Jeux vidéo	23	43	1,9
Radio généraliste	58	62	1,1
Radio musicale	68	75	1,1
Webradio	19	30	1,6
Podcasts musicaux	21	38	1,8
Émissions musicales	43	53	1,2
Captations ou retransmissions de concerts	24	38	1,6
Clips TV	41	58	1,4

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE SUR DES VIDÉOS COURTES ET SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	45	1,6
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	37	1,5
Concerts dans des grandes salles	26	40	1,5
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	32	1,6
Micro-festivals	23	36	1,6
Petits et moyens festivals	20	32	1,6
Grands festivals	16	29	1,8

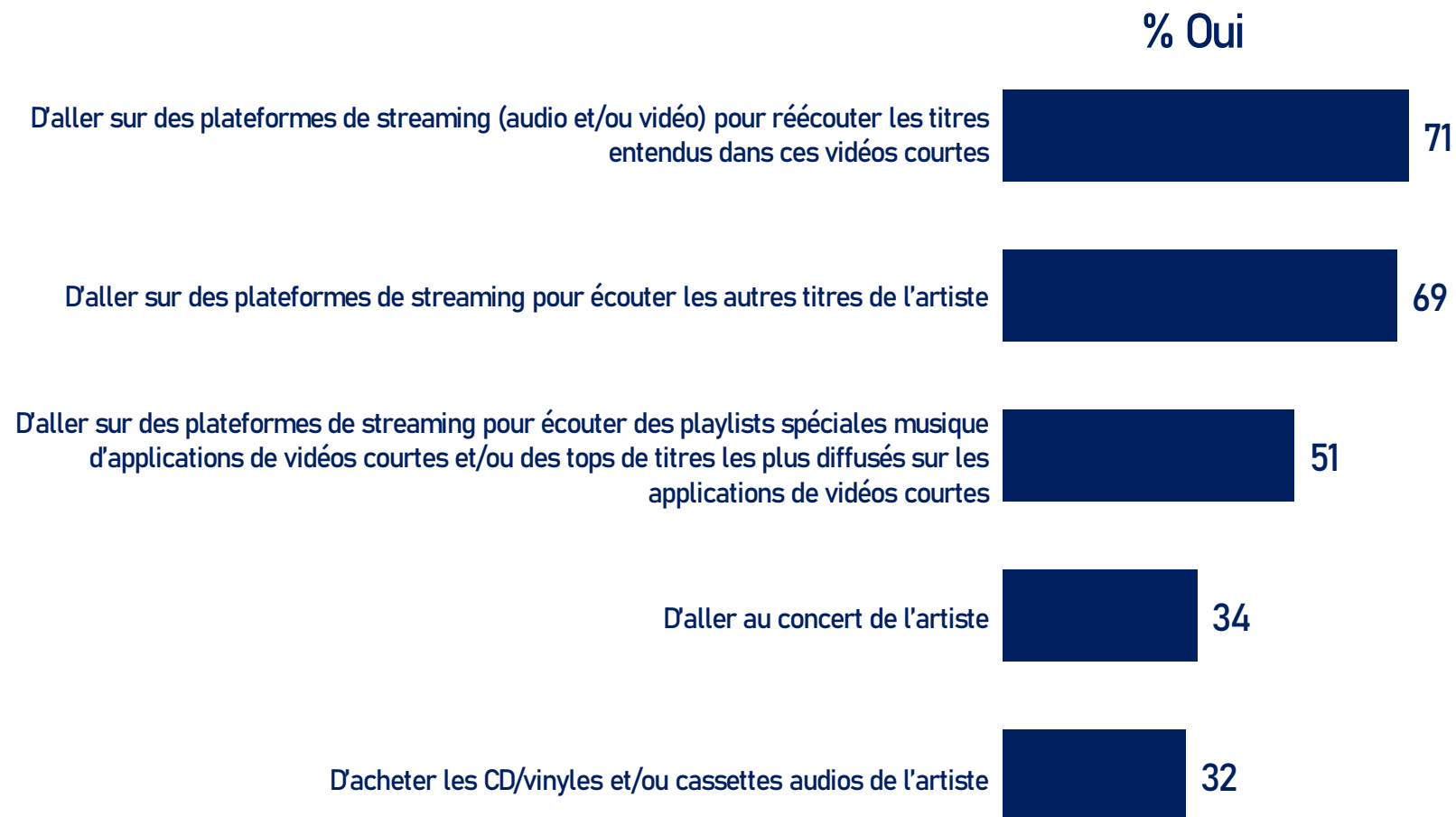
**Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de musique sur des vidéos courtes et sur les réseaux sociaux ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

La découverte de musique via les vidéos courtes



Question : « Après avoir découvert de la musique via des vidéos courtes (ex : TikTok, Reels Instagram), vous est-il déjà arrivé : »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique via des vidéos courtes sur les réseaux sociaux au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 30 % de l'échantillon)



La découverte de musique via les vidéos courtes - selon le profil



Question : « Après avoir découvert de la musique via des vidéos courtes (ex : TikTok, Reels Instagram), vous est-il déjà arrivé : »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique via des vidéos courtes sur les réseaux sociaux au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 30 % de l'échantillon)

En % « Oui »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORT			
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée	
	D'aller sur des plateformes de streaming (audio et/ou vidéo) pour réécouter les titres entendus dans ces vidéos courtes	71	69	72	77	72	70	61	58	68	66	71	70	53	76	69	59
	D'aller sur des plateformes de streaming pour écouter les autres titres de l'artiste	69	69	69	75	73	67	65	53	76	65	70	70	51	74	68	61
	D'aller sur des plateformes de streaming pour écouter des playlists spéciales musique d'applications de vidéos courtes et/ou des tops de titres les plus diffusés sur les applications de vidéos courtes	51	54	49	59	58	46	45	31	60	52	51	48	30	66	43	32
	D'aller au concert de l'artiste	34	39	30	33	35	36	35	28	45	39	30	35	31	46	26	20
	D'acheter les CD/vinyles et/ou cassettes audios de l'artiste	32	35	29	29	29	34	32	44	35	29	24	40	47	42	25	18

La découverte de musique via les réseaux sociaux



Question : « Après avoir découvert de la musique via les réseaux sociaux (ex : Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter) vous est-il déjà arrivé : »
(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique via les réseaux sociaux au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 33 % de l'échantillon)



La découverte de musique via les réseaux sociaux - selon le profil



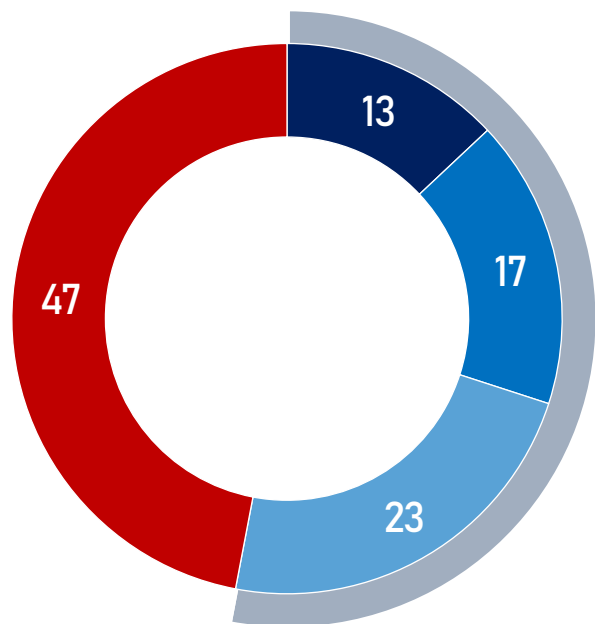
Question : « Après avoir découvert de la musique via les réseaux sociaux (ex : Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter) vous est-il déjà arrivé : »
 (base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique via les réseaux sociaux au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 33 % de l'échantillon)

En % « Oui »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORT			
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée	
	D'aller sur des plateformes de streaming (audio et/ou vidéo) pour réécouter les titres entendus sur ces réseaux sociaux	63	63	64	72	70	64	59	45	66	60	66	63	44	71	61	51
	D'aller sur des plateformes de streaming pour écouter les autres titres de l'artiste	62	63	60	68	71	63	57	45	69	61	69	60	44	71	60	47
	D'aller sur des plateformes de streaming pour écouter des playlists spéciales musique de réseaux sociaux et/ou des tops de titres les plus diffusés sur les réseaux sociaux	48	51	46	58	56	45	43	29	51	45	54	49	27	62	42	31
	D'acheter les CD/vinyles et/ou cassettes audios de l'artiste	36	39	34	31	32	37	38	46	43	36	27	39	50	43	30	33
	D'aller au concert de l'artiste	36	39	34	37	37	39	34	31	47	41	31	32	35	45	30	29

Consommation de concert en direct via les réseaux sociaux et jeux vidéo



Question : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous vu/écouté des concerts en direct via des vidéos courtes, les réseaux sociaux et/ou des jeux vidéo ? »
 (base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique via des vidéos courtes, les réseaux sociaux ou les jeux vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 44 % de l'échantillon)



**% AU MOINS
UNE FOIS
PAR AN
53**

SEXE					% OUI
Hommes	14	19	22	45	55
Femmes	12	15	25	48	52
ÂGE					
15-24 ans	15	21	27	37	63
25-34 ans	13	20	22	45	55
35-44 ans	12	17	22	49	51
45-59 ans	12	13	20	55	45
60 ans et plus	14	8	25	53	47
CAT. SOCIOPROFESSIONNELLE					
Cadres	14	21	31	34	66
Prof. Intermédiaires	8	18	25	49	51
Employés	14	17	20	49	51
Ouvriers	13	13	24	50	50
Retraités	13	9	24	54	46
SELON LE TYPE DE SUPPORT					
Réseaux sociaux	16	19	25	40	60
Applications de vidéos courtes	15	20	24	41	59
Jeux vidéo	16	24	24	36	64
SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE					
Très fréquente	21	27	22	30	70
Plutôt fréquente	12	16	25	47	53
Modérée	6	7	23	64	36



Les raisons de pas écouter de musique via les vidéos courtes sur les réseaux sociaux



Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas ou peu de musique via des vidéos courtes sur les réseaux sociaux (ex : TikTok, Reels Instagram) ? »

(base : À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté moins d'une fois par mois voire pas du tout sur des vidéos courtes sur les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois, soit 64 % de l'échantillon) – Total supérieur à 100 car trois réponses possibles



	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
	Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	Nen écoute pas
Je ne fréquente pas les réseaux sociaux	39	37	25	23	25	37	51	37	34	29	32	51	20	43
Je n'y pense pas	19	22	19	17	23	22	19	17	22	23	24	18	29	18
Je ne regarde pas de vidéos courtes	21	18	15	27	20	18	19	21	20	19	17	19	19	20
Je ne prête pas attention à la musique quand je regarde des vidéos courtes (je coupe le son ou j'écoute de la musique ailleurs)	16	15	26	26	19	14	11	16	20	13	19	10	23	13
Je n'ai pas le temps	13	11	16	18	13	14	8	16	14	15	16	8	18	11
Je trouve la musique agaçante	11	8	18	15	9	7	9	12	8	9	10	9	14	8
Je ne sais pas ce que c'est	7	7	5	5	6	7	8	4	6	6	7	8	7	7
Autre	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	1	3	2	3



Les raisons de pas écouter de musique sur les réseaux sociaux

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas de musique via les réseaux sociaux ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté moins d'une fois par mois voire pas du tout de musique via les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois, soit 61 % de l'échantillon) - Total supérieur à 100 car deux réponses possibles



SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	N'en écoute pas
43	35	22	19	24	40	54	31	37	27	34	55	20	46
29	34	41	42	33	27	29	34	29	35	30	30	41	28
17	19	23	27	26	17	12	22	20	24	19	11	26	15
14	17	20	21	19	15	12	18	16	16	18	12	21	14
10	7	11	13	8	12	5	13	12	12	10	5	11	8
3	4	2	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3
2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2

Auditeurs de musique de jeux vidéo : des profils très masculins et jeunes, mais aussi plus mélomanes que la moyenne



Parmi celles et ceux qui écoutent de la musique de jeux vidéo au moins une fois par mois (soit 23 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...

Les profils en termes de rapport à la musique surreprésentés



41 % jouent actuellement d'un instrument
(vs 16 % de l'ensemble des Français)



Écoutent en moyenne **3h05** de musique chaque jour
(vs 2h11 pour l'ensemble des Français)



Écoutent en moyenne **10 supports** chaque mois
(vs 6 pour l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)



69 % ont été à au moins un concert au cours des 12 derniers mois
(vs 47 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)



56 % ont été à au moins un festival au cours des 12 derniers mois
(vs 30 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique)

Les profils sociodémographiques surreprésentés



63 % sont des hommes *(vs 48 % de l'ensemble)*



59 % ont moins de 35 ans *(vs 29 %)* dont **34 %** ont moins de 25 ans *(vs 14 %)*



25 % habitent en région parisienne *(vs 19 %)*

Les différences concernant les modes d'écoute :



74 % écoutent de la musique avec un casque / des écouteurs
(vs 49 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée)



73 % écoutent régulièrement de la musique à partir de 18h
(vs 49 % de l'ensemble de celles et ceux qui écoutent de la musique enregistrée)

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique de jeux vidéo : quelles qu'elles soient, des pratiques plus fréquentes que l'ensemble des Français



Par rapport à l'ensemble des Français écoutant de la musique, tous supports confondus, les auditeurs de musique de jeux vidéo au moins une fois par mois (soit 23 % de celles et ceux qui écoutent de la musique)...



...ont **3,1** fois plus tendance à écouter de la musique sur des plateformes de streaming audio collaboratives



...ont **2,8** fois plus tendance à écouter des cassettes audio



...ont **2,4** fois plus tendance à écouter des podcasts musicaux



...ont **2,3** fois plus tendance à écouter de la musique sur des webradios



...ont **2,2** fois plus tendance à écouter de la musique sur des applications de vidéos courtes



...ont **2,5** fois plus tendance à se rendre à des grands festivals

...ont **2,2** fois plus tendance à se rendre à des petits et moyens festivals



...ont **2,2** fois plus tendance à se rendre à des concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC

Pratiques musicales détaillées des auditeurs de musique de jeux vidéo : quelles qu'elles soient, des pratiques plus fréquentes que l'ensemble des Français

En %, Au moins une fois par mois	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE DE JEUX VIDÉO	RATIO*
CD	41	50	1,2
Vinyles	17	32	1,9
Cassettes audio	9	25	2,8
Musique téléchargée	44	69	1,6
Plateformes de streaming audio	48	77	1,6
Plateformes de streaming audio collaboratives	13	40	3,1
Plateformes de streaming vidéo	60	87	1,5
Réseaux sociaux	36	74	2,1
Applications de vidéos courtes	33	73	2,2
Radio généraliste	58	68	1,2
Radio musicale	68	77	1,1
Webradio	19	44	2,3
Podcasts musicaux	21	51	2,4
Émissions musicales	43	60	1,4
Captations ou retransmissions de concerts	24	49	2,0
Clips TV	41	67	1,6

En %, Au moins une fois par an	ENSEMBLE DES FRANÇAIS QUI ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE	AUDITEURS DE MUSIQUE DE JEUX VIDÉO	RATIO*
Concerts dans des bars/discothèques	29	56	1,9
Concerts dans des salles intimistes ou de taille moyenne	25	47	1,9
Concerts dans des grandes salles	26	48	1,8
Concerts dans des théâtres, centres culturels, MJC	20	44	2,2
Micro-festivals	23	47	2,0
Petits et moyens festivals	20	43	2,2
Grands festivals	16	40	2,5

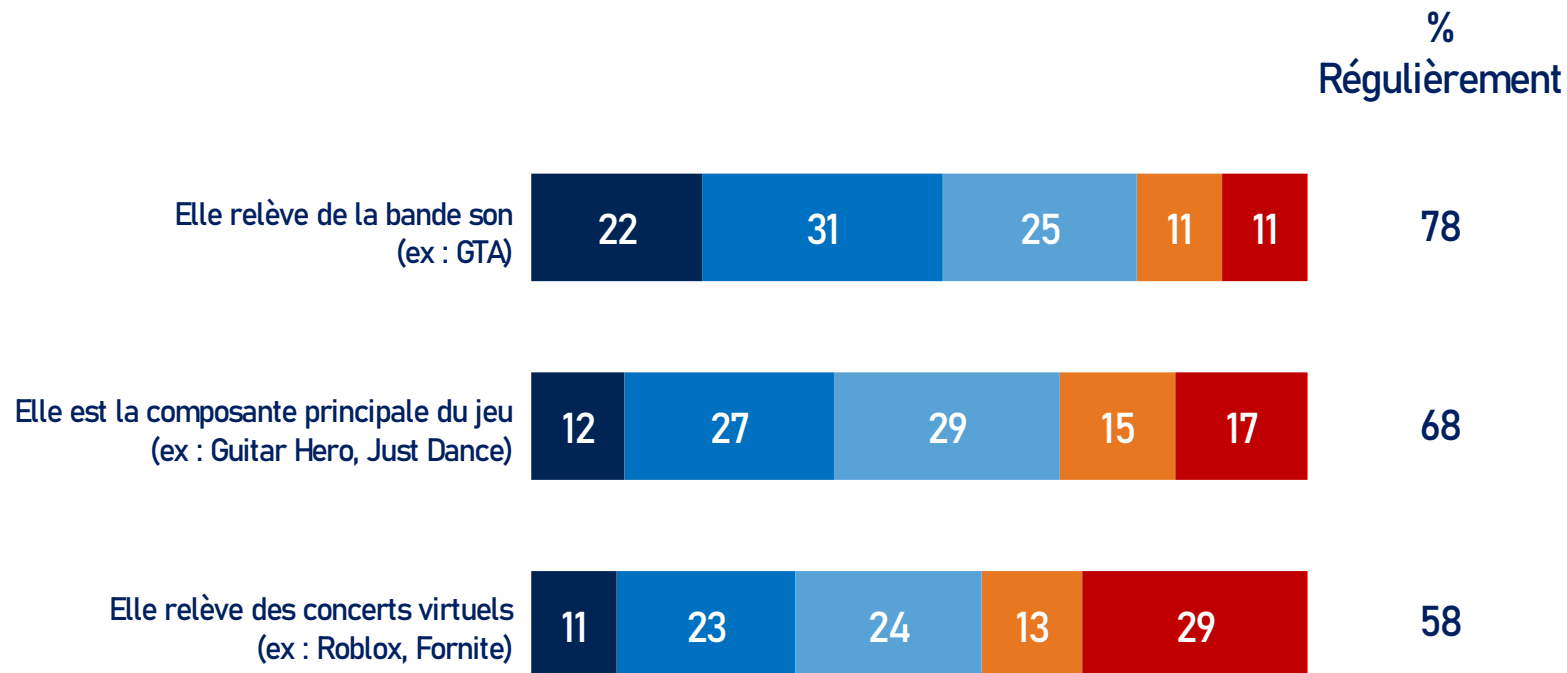
**Note de lecture pour chaque ligne : les auditeurs de de musique de jeux vidéo ont X fois plus tendance à avoir cette pratique que l'ensemble des Français.es qui écoutent de la musique*

Place de la musique dans les jeux vidéo



Question : « A propos de la musique que vous écoutez via les jeux vidéo : »

(base : À celles et ceux qui ont écouté de la musique via les jeux vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 21 % de l'échantillon)



Place de la musique dans les jeux vidéo - selon le profil



Question : « A propos de la musique que vous écoutez via les jeux vidéo : »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique via les jeux vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 21 % de l'échantillon)

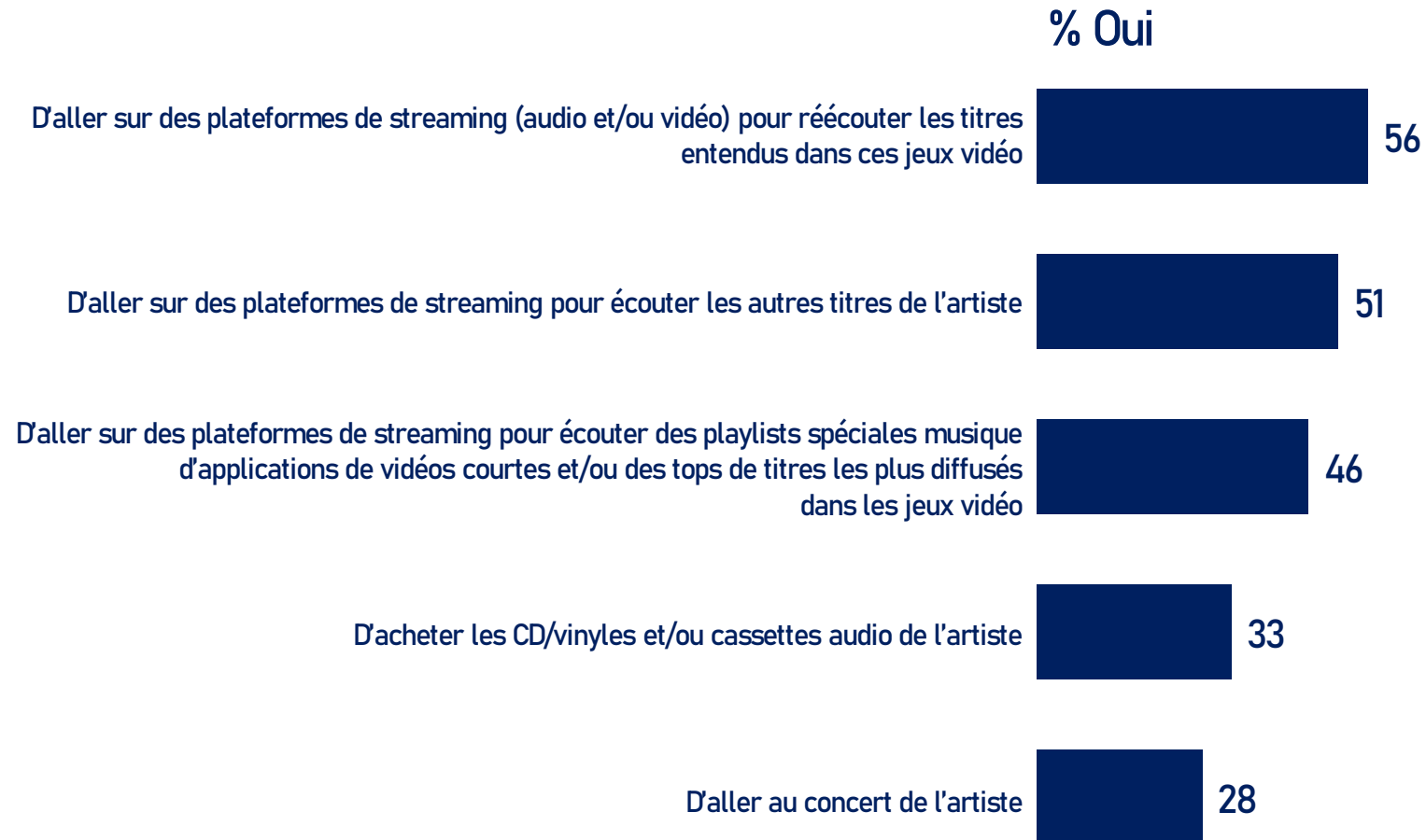
En % « Régulièrement »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORT		
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée
Elle relève de la bande son (ex : GTA)	78	82	72	81	88	82	66	48	86	79	80	77	55	82	76	69
Elle est la composante principale du jeu (ex : Guitar Hero, Just Dance)	68	65	71	64	76	76	61	47	77	68	70	69	57	72	68	51
Elle relève des concerts virtuels (ex : Roblox, Fornite)	58	59	58	58	68	61	53	37	68	60	65	56	40	70	55	26



La découverte de musique via les jeux vidéo

Question : « Après avoir découvert de la musique via des jeux vidéo, vous est-il déjà arrivé : »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique via les jeux vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 21 % de l'échantillon)



La découverte de musique via les jeux vidéo - selon le profil



Question : « Après avoir découvert de la musique via des jeux vidéo, vous est-il déjà arrivé : »

(base: À celles et ceux qui ont écouté de la musique via les jeux vidéo au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, soit 21 % de l'échantillon)

En % « Oui »	ENSEMBLE DE L'ÉCHANTILLON	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE D'ÉCOUTE SUR CE TYPE DE SUPPORT			
		Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Très fréquente	Plutôt fréquente	Modérée	
	D'aller sur des plateformes de streaming (audio et/ou vidéo) pour réécouter les titres entendus dans ces jeux vidéo	56	58	51	61	64	54	43	29	60	58	57	56	26	59	52	50
	D'aller sur des plateformes de streaming pour écouter les autres titres de l'artiste	51	51	50	53	63	54	34	26	52	52	57	49	25	57	45	42
	D'aller sur des plateformes de streaming pour écouter des playlists spéciales musique d'applications de vidéos courtes et/ou des tops de titres les plus diffusés dans les jeux vidéo	46	48	43	54	53	44	33	17	46	54	49	42	13	52	41	36
	D'acheter les CD/vinyles et/ou cassettes audios de l'artiste	33	33	34	31	36	39	32	20	46	41	31	30	18	41	25	20
	D'aller au concert de l'artiste	28	27	30	27	34	32	20	13	43	35	27	23	15	37	21	10



Les raisons de pas écouter de musique via les jeux vidéo

Question : « Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous n'écoutez pas de musique via des jeux vidéo ? »

(base: À celles et ceux qui écoutent de la musique mais ont écouté moins d'une fois par mois voire pas du tout de musique via les jeux vidéo au cours des 12 derniers mois, soit 73 % de l'échantillon)

- Total supérieur à 100 car plusieurs réponses possibles

Je ne joue pas aux jeux vidéo **68**

Je ne prête pas attention à la musique quand je joue aux jeux vidéo (je coupe le son ou j'écoute de la musique ailleurs) **20**

Je coupe la musique parce qu'elle ne me plaît pas **11**

Autre **2**

SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE					SELON LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE					SELON LA FRÉQUENCE	
Hommes	Femmes	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans et plus	Cadres et prof. intellect. sup.	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	En écoute peu	N'en écoute pas
62	73	48	56	54	67	84	65	62	64	61	83	39	74
26	16	33	28	32	22	9	25	24	26	24	9	40	16
11	11	20	15	15	10	7	12	15	10	13	7	21	9
3	1	2	4	2	2	1	1	2	1	3	1	4	1

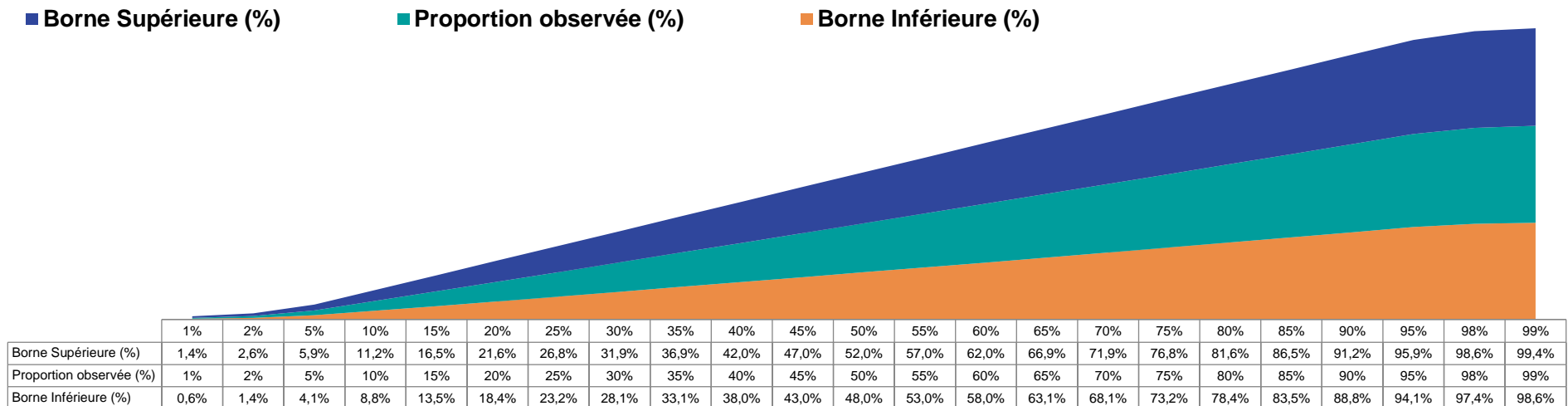
ANNEXES

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **99%**
- Taille d'échantillon : **4 000**

Les proportions observées sont comprises entre :



NOS ENGAGEMENTS



Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Fondée en France en 1975, Ipsos est cotée sur Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. La société fait partie du SBF 120 et de l'indice Mid-60 et est éligible au Service de Règlement Différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :
« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE*** »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.