



Centre national
de la musique

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Vendredi 20 octobre 2023

Le Centre national de la musique publie un panorama socio-économique de la presse musicale en France, un secteur en sérieuse difficulté

Sollicité par le Collectif des éditeurs de la presse musicale (CEPM)¹, le CNM publie pour la première fois un panorama de la situation socio-économique des titres musicaux de presse écrite diffusés nationalement en France en 2021/2022, mettant en lumière les principaux enjeux et difficultés auxquels sont confrontés ces acteurs.

Dans un contexte de crise structurelle de la presse écrite depuis plus d'une décennie, la presse musicale française n'échappe pas aux difficultés. La situation de l'ensemble des titres concernés est toutefois particulièrement marquée, du fait des spécificités du modèle de ces acteurs, qui appellent des réponses dédiées en matière de reconnaissance et de soutien financier.

Vue du CNM, la presse musicale joue un rôle important dans la connaissance de la musique, à la fois d'un point de vue patrimonial, mais aussi quant à la création et à la découverte de talents. [Le baromètre des usages de la musique en France](#) diffusé récemment par le CNM permet d'établir que la presse musicale est un moyen encore important de découverte pour une large partie du public². Le panorama socio-économique publié aujourd'hui n'en revêt qu'une plus grande importance.

Des acteurs relevant d'un modèle spécifique

La presse musicale française est **majoritairement constituée de titres « artistiques »** (relatifs aux artistes et aux œuvres) **grand public**, représentant 43.5% des 46 titres du panel étudié, suivis de titres « pratiques » (21.7%), dédiés à un public de musiciens pour la plupart amateurs et, enfin, de titres « professionnels » (15%) et « techniques » (15%). Majoritairement, leurs **éditeurs sont des entreprises indépendantes au modèle économique fragile**. Sur ces 31 entreprises

¹ Le Collectif des Éditeurs de la Presse Musicale (CEPM) regroupe les éditeurs de la presse musicale et les représente auprès des institutions et des acteurs de la filière. Les titres des éditeurs adhérents sont : Bassiste, Batterie, Bateur Magazine, Blues Magazine, DJ Mag, FrancoFans, Guitar Part, Guitare Classique, Guitare Sèche, Guitare Xtreme, Guitarist Acoustic Unplugged, Jazz Magazine, Jazz News, KR home-studio, La Lettre du musicien, Les Inrockuptibles, Longueur d'Ondes, Metallian, MyRock, New Noise, Opéra, Plugged, Reggae Vibes Hip Hop, Rock Hard, Rolling Stone, Sono Mag, Soul Bag, Tsugi.

² La presse musicale comme source de découverte : Dans le Baromètre des usages de la musique en France publié par le CNM en octobre 2023, 6 % des personnes interrogées qui écoutent de la musique déclarent en découvrir grâce à la presse musicale spécialisée. Cette moyenne reste stable, quel que soit l'âge des lecteurs, et s'accroît parmi la population la plus "mélomane". Les amateurs de metal ou de K-Pop sont ceux qui découvrent le plus de musique grâce à la presse musicale. Pour la presse généraliste comprenant une rubrique "musique", ce sont 9 % des personnes interrogées qui déclarent découvrir de la musique par ce média, ce chiffre augmentant à partir de 35 ans pour atteindre 12 % chez les 60 ans et plus (au même titre que les concerts ou la publicité pour cette tranche d'âge).

éditrices, 1 seule est cotée en bourse, et la plupart d'entre elles éditent une seule publication. Ce modèle est assez unique pour être souligné ; il diffère notamment des situations anglaise et allemande où la plupart des titres de presse musicale ont été rachetés par des groupes de médias.

Une situation économique particulièrement préoccupante

Dans un contexte économique difficile pour l'ensemble de la presse écrite, la situation de la presse musicale est particulièrement préoccupante : à l'érosion des ventes et à la diminution des points de vente sont venues s'ajouter le redressement judiciaire de Presstalis (devenue France Messagerie depuis), puis l'inflation. Surtout, la crise sanitaire a eu un impact particulier sur ce secteur de niche : ainsi, alors que les recettes de la presse écrite dans son ensemble ont enregistré une décroissance de 10% entre fin 2019 et fin 2021, **la presse musicale artistique a vu une chute de 29% de son chiffre d'affaires et de 42% de ses revenus publicitaires entre 2019 et 2020**. En cause, un **lien fort entre l'activité de ces acteurs et celle du secteur dont ils traitent** : que ce soit du côté du spectacle vivant (à l'arrêt sur la période) ou du secteur phonographique (de nombreuses sorties reportées), le désengagement des annonceurs du secteur a été inévitable.

Dans ces conditions, de nombreux magazines musicaux sont en sursis, et certains d'entre eux ont déjà disparu, quand d'autres ont réduit leurs équipes et reconfiguré leur activité.

Des enjeux nouveaux et un besoin de soutien en tant que presse culturelle

Face à cette situation, les éditeurs doivent repenser leur modèle. Bien qu'ils peinent à tirer des ressources du numérique, 40% de leur chiffre d'affaires émanant encore des ventes à l'acte (presse musicale artistique), ils cherchent à **rajeunir leur lectorat par des contenus et une stratégie web ajustés**. Leur réflexion se porte ainsi sur les coûts de publication et les formats de parution, qui évoluent vers un **espacement des fréquences de publication et une révision de leur politique tarifaire**. Pour certains d'entre eux, le développement d'une marque et d'activités de diversification (comme la production de concerts) s'est imposé comme un moyen d'équilibrer une activité principale structurellement déficitaire.

En complément de ces initiatives, le panorama du CNM pointe également une série de **besoins auxquels est confrontée la presse musicale en matière de structuration professionnelle, de distribution alternative mais également de financement**, alors que, à de rares exceptions près, les titres musicaux ne bénéficient pas d'un statut de presse dite d'information politique et générale (IGP), vers lequel sont majoritairement fléchées les aides publiques directes.

➤ **Le panorama dans son intégralité est disponible [ici](#)**

CONTACTS – RENSEIGNEMENTS :

Centre national de la musique

Nathalie LEDUC
E : presse@cnm.fr
T : 01 83 75 26 84

OPUS 64

Valérie SAMUEL
E : v.samuel@opus64.com
T : 01 40 26 77 94