



Centre national
de la musique

[ALLEMAGNE]

Fiche marché

La musique enregistrée en Allemagne

Sommaire

Introduction.....	2
Les revenus de la musique enregistrée	2
La consommation de la musique enregistrée	4
Habitudes et supports.....	4
Genres musicaux	5
Répertoire national versus international	5
L'écosystème du streaming musical	6
Les labels et distributeurs	8
Les majors.....	8
Les indépendants.....	9
Les magasins de vente au détail	10
L'export français.....	11
Informations générales.....	11
La distribution physique des catalogues indépendants français	12
Construire sa stratégie d'exportation en Allemagne	13

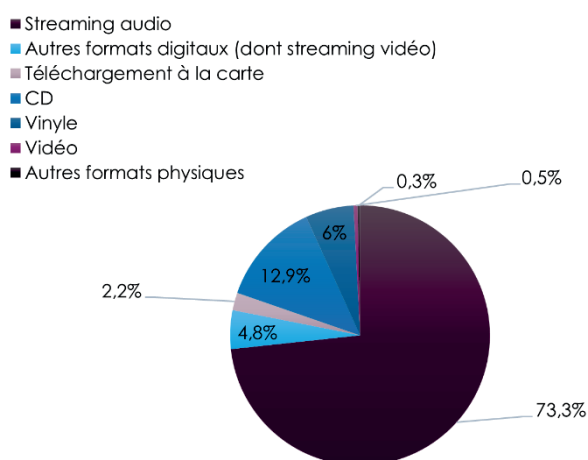
Introduction

L'Allemagne est un marché majeur de la musique enregistrée, qui se maintient depuis plus de 10 ans dans les premières places du classement mondial de l'IFPI. Il a atteint un stade de maturité, caractérisé par des revenus élevés, des taux de croissance faibles et une importante concurrence entre les acteurs principaux. La population allemande consomme de la musique principalement en streaming, mais la radio et les supports physiques restent des supports d'écoutes importants. La pop internationale, le hip-hop, et le rock sont les genres musicaux les plus populaires. Le marché présente des opportunités d'export importantes pour la France, du fait de la proximité géographique, des liens historiques et culturels avec la France, de la qualité de l'écosystème musical.

Les revenus de la musique enregistrée

En 2022, l'Allemagne se place au 4^e rang du classement mondial de l'IFPI, derrière les États-Unis, le Japon et le Royaume-Uni, et devant la Chine. D'après le rapport BVMI (équivalent du SNEP en France) «Musikindustrie in Zahlen 2022»¹, le chiffre d'affaires a augmenté de 6 % passant de 1,96 Md€ en 2021 à 2,07 Md€. Le marché renoue avec la croissance pour la 4^e année consécutive, après avoir connu un plateau en 2017 et 2018. L'année 2022 marque un ralentissement par rapport à l'année précédente, où la croissance a atteint 10 %.

Répartition des revenus par format



Source : BVMI, «Musikindustrie in Zahlen 2022», 2023

Le streaming est le principal facteur de croissance et représente près des trois quarts des revenus de la musique enregistrée en 2022 (73,3 %). Les ventes sont en hausse de 11,7 % par rapport à l'année précédente. Le nombre de streams augmente de 7,4 % pour atteindre 178 Mds de streams en 2022². Ainsi, le volume de streams a bondi de plus de 3 000 % sur les neuf dernières années.

¹ BVMI, «Musikindustrie in Zahlen 2022», 2023, en ligne : <https://www.musikindustrie.de/wie-musik-zur-karriere-werden-kann/markt-bestseller/musikindustrie-in-zahlen-2022>.

² HERRENBRÜCK S., « 178 Milliarden Streams im Jahr 2022 », BVMI, 19 janv. 2023, en ligne : <https://www.musikindustrie.de/presse/presseinformationen/178-milliarden-streams-im-jahr-2022>.

Les téléchargements de musique (titres et albums confondus) ne représentent plus que 2,2 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2022, ce qui correspond à une baisse de 36 % par rapport à 2021.

En l'espace de 10 ans, les dynamiques des revenus numériques ont connu une inversion notable. En 2012, les téléchargements représentaient 87 % du chiffre d'affaires numérique, tandis que le streaming audio en constituait 10 %. En 2022, ces proportions ont pratiquement basculé, avec seulement 2,7 % des revenus issus des téléchargements et une prédominance marquée du streaming à hauteur de 90 %.

Le chiffre d'affaires des publicités, du streaming vidéo et des sonneries téléphoniques représente environ 5 % du chiffre d'affaires total du secteur.

Les recettes des supports physiques continuent de diminuer en 2022 (-11,9 % par rapport à 2021) et représentent environ 20 % des revenus de la musique enregistrée. La croissance du vinyle, dont les ventes augmentent de 5,1 %, limite certes la baisse globale de ces supports, mais ce format ne représente que 6 % des ventes au détail de musique enregistrée. Bien que l'intérêt pour le CD soit en baisse (-17 % de ventes en 2022), il reste le 2^e grand contributeur au chiffre d'affaires du marché phonographique allemand. L'Allemagne représente ainsi le plus gros marché du CD en Europe. De fait, les ventes numériques ont dépassé les ventes physiques en 2018 seulement. La transition vers le numérique a progressé à un rythme plus lent que dans la plupart des autres marchés majeurs de la musique.

Les recettes provenant des licences de musique pour le cinéma, la télévision et la publicité connaissent également une nette augmentation de 21,6 %, pour atteindre environ 10 M€ en 2022.

La GVL est la société de gestion collective en charge de la collecte et de la répartition des droits voisins pour le compte des artistes interprètes et des producteurs phonographiques. En 2022, elle collecte un total de 235 M€, soit moins que les 249 M€ perçus en 2021³. Cette diminution s'explique par un « retour à la normale » après la période de la pandémie, où les revenus de la copie privée ont augmenté avec la hausse des ventes d'. La reprise post-Covid permet cependant un accroissement des perceptions de l'exécution publique.

Croissance des revenus de la musique enregistrée par format

Revenus (M€)	2021	2022	Croissance 2021-2022
Numérique	1 487	1 661	11,7%
Streaming audio	1 330	1 516	14%
Autres formats digitaux (dont streaming vidéo)	99	100	0,9%
Téléchargement à la carte	58	45	-22,1%
Physique	463	408	-11,9%
CD	323	268	-17%
Cassette audio	1	1	17,4%
Vinyl-LP	118	124	5,1%
Single	7	5	-34,2%
DVD Musique, Vidéo Blu-ray	15	11	-25,7%
Total physique et numérique	1 951	2 070	6,1%
GVL	249	235,5	-5,4%
Synchronisation	9	10	11,1%
Total global	2 209	2 311	4,6%

Source : BVMI, « Musikindustrie in Zahlen 2022 », 2023

³ GVL, « Transparency Report 2022 », 2023, en ligne : <https://gvl.de/en/gvl-2022-facts-figures-and-more>.

La consommation de la musique enregistrée

Habitudes et supports

Au 1er semestre 2023, le temps moyen hebdomadaire d'écoute musicale est de 8,1 heures, avec plus de la moitié des personnes qui écoutent plus de 5 heures par semaine⁴. À cette même période, 57 % des Allemandes et Allemands déclarent ne rien dépenser chaque mois pour la musique enregistrée, et seulement un quart dépense entre 5 € et 20 € par mois.

Au niveau national, le streaming musical est le mode de consommation majeur. Il compte pour 43 % du temps d'écoute sur une semaine type au premier semestre 2023. Le marché allemand présente un potentiel de croissance encore élevé. Le taux de pénétration du streaming musical reste inférieur à celui d'autres marchés majeurs (49 % d'utilisateurs mensuels contre une moyenne globale de 54 % au 1er semestre 2023). Le streaming audio domine sur le streaming vidéo dans les temps d'écoute hebdomadaires (respectivement 30 % contre 14 % en 2022). Le streaming audio par abonnement compte pour un tiers des écoutes, la marge de progression sur les abonnements est donc encore considérable⁵.

La radio est le 2e mode de consommation musicale et représente, en 2022, un quart du temps hebdomadaire d'écoute. La radio joue ainsi un rôle plus important que dans de nombreux marchés majeurs de la musique enregistrée.

Les plateformes de vidéos courtes ont une importance grandissante dans la promotion des artistes, avec une part de 10 % sur le temps d'écoute hebdomadaire. Le public allemand est très ouvert à la diversité des contenus musicaux sur ces réseaux. Sur TikTok par exemple, l'Allemagne est le pays qui présente en 2022 le plus de nationalités différentes et la plus grande variété de genres dans les classements d'artistes⁶.

Focus sur la « Gen Z »

Les 16-24 ans sont plus susceptibles d'écouter de la musique en faisant une autre activité et utilisent davantage les supports digitaux. Ainsi, les modes d'écoute prédominants sont le streaming audio (la moitié du temps d'écoute moyen hebdomadaire) et les plateformes de vidéos courtes comme TikTok (20 % du temps d'écoute). La radio et les supports physiques représentent une part très faible du temps d'écoute.

Le *Kulturpass* (équivalent du Pass Culture français), introduit par le gouvernement en 2022 et réformé en 2024, pourrait avoir des effets sur la consommation de CD et vinyles dans cette classe d'âge. En effet, les jeunes reçoivent 100 € à leurs 18 ans pour des dépenses culturelles. Les abonnements streaming ne sont pas éligibles.

⁴ MIDiA, « Solid progress, German music consumer user profile », 2023, en ligne :

<https://midiaresearch.com/reports/solid-progress-german-music-consumer-user-profile#overlay>.

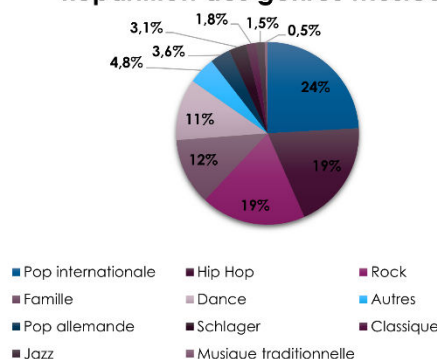
⁵ « Country Profile — Germany 2023 », *Music Ally*, 17 oct. 2023, en ligne : <https://musically.com/2023/10/17/country-profile-germany-2023>.

⁶ « Report : How Artists are Going Viral on TikTok in 2022 », *Contraband*, 2022, en ligne : <https://www.contraband.agency/tiktokglobalreport2022>.

Genres musicaux

Selon le rapport BVMI, la pop internationale, le hip-hop, et le rock sont les genres les plus consommés en Allemagne. Les formats destinés aux enfants et la musique dance arrivent respectivement en 4e et 5e positions et enregistrent une forte croissance sur les cinq dernières années. La tendance est encore à la baisse pour la musique classique, qui enregistre une part de 1,8 % en 2022 (contre 1,9 % en 2021 et 2,1 % en 2020). En 2021, le jazz a connu une progression inédite par rapport aux années précédentes. En 2022, il se maintient à un niveau semblable, soit à 1,5 %.

Répartition des genres musicaux



Source : BVMI, « Musikindustrie in Zahlen 2022 », 2023

Répertoire national versus international

Historiquement, l'Allemagne a été, après la Seconde Guerre mondiale, un territoire d'importation de la musique, particulièrement en provenance des États-Unis et du Royaume-Uni⁷. Depuis la réunification, la culture populaire allemande s'est considérablement développée et, depuis les dix dernières années, la consommation de musique allemande est en constante augmentation. Selon le rapport BVMI, la part des productions nationales d'albums dans les Tops 100 a constamment augmenté depuis 2015, pour atteindre environ 60 % en 2022.

Il existe cependant des disparités entre les supports de consommation. Une étude de 2022 sur la glocalisation du streaming musical en Europe montre que dans les 10 plus puissants marchés européens, il existe une corrélation entre l'essor des plateformes mondiales de streaming et un renforcement de la musique locale⁸. 80 % des 10 artistes les plus écoutés sont allemands, tandis qu'il y a 20 ans, les artistes britanniques et américains dominaient les classements. Malgré la popularité des artistes allemands, les titres en langue allemande sont quasiment absents du Top 100 des diffusions radio, et complètement absents du Top 25. En revanche, 32 productions domestiques en langue anglaise sont présentes dans le Top 100 des titres diffusés en radio⁹. Au global, les titres anglophones sont majoritaires dans les classements radio. Certains acteurs de l'industrie plaident ainsi pour l'instauration de quotas à la radio.

⁷ « A Brief Overview of The German Music Market », *Music Export Denmark*, 5 nov. 2020, en ligne : <https://mxd.dk/vidensbank/markedssrapporter/a-brief-overview-of-the-german-music-market-edition-2020>.

⁸ PAGE W., DALLA RIVA C., "'Glocalisation' of Music Streaming within and across Europe", *Europe in Question, The London School of Economics and Political Science*, n° 182, mai 2023.

⁹ SCHMICH M., « Deutschsprachige Musik auf dem Tiefpunkt », *Musikwoche*, 24 janv. 2023, en ligne : <https://www.musikwoche.de/recorded-publishing/gastbeitrag-deutschsprachige-musik-auf-dem-tiefpunkt-b537193b091418da3d07a0a4390c8d88>.

L'écosystème du streaming musical

L'Allemagne est un marché majeur sur le plan du nombre d'abonnés aux services de streaming. En 2022, il arrive en 2e position au niveau européen, directement derrière le Royaume-Uni. Cependant, la croissance connaît un certain ralentissement puisque le nombre de nouveaux abonnés en 2022 est divisé par deux par rapport à 2021¹⁰.

Spotify est en tête avec 54,2 % des parts de marché. Mais, en raison de l'inflation, le service suédois a perdu des parts face à ses concurrents. Amazon Music progresse de 9,7 % et Apple Music, Deezer et YouTube Music affichent des taux de croissance à deux chiffres¹¹.

Freemium et premium	Spotify	Amazon Music	Apple Music	Deezer	YouTube Music
Nombre d'abonnés (millions)	14,7	7,9	2,3	0,5	1,4
Part de marché	54,2 %	29,1 %	8,4 %	2 %	5,1 %

Source : MIDiA, « Music subscriber market shares 2022 », 2022, et GEMA, « Music streaming in Germany », 2022

Focus Spotify

Spotify est le service de référence en Allemagne pour le streaming musical. Il est particulièrement plébiscité par les 12-19 ans. Comme le souligne l'étude JIM¹², plus de la moitié des jeunes utilisent Spotify une ou plusieurs fois par semaine en 2022 pour écouter de la musique.

En 2022, Spotify publie des chiffres pour l'Allemagne sur son site Loud and Clear¹³. Les revenus générés par les artistes allemands atteignent plus de 350 M€, soit plus de 3,5 fois le montant de 2017. En 2022, près de 40 % des redevances perçues par les artistes allemands proviennent d'utilisateurs situés en dehors de l'Allemagne.

En 2023, les artistes les plus écoutés sur Spotify en Allemagne sont Apache 107, Bonez MC, Taylor Swift, RAF Camora, Luciano, AYLIVA, The Weekend, Drake, Eminem, Sido.

Focus Deezer

L'Allemagne représente un relais de croissance clé pour Deezer. Présente depuis 2011, la plateforme s'est appuyée sur des partenariats avec des acteurs B2B pour pénétrer le marché allemand. En 2021, Deezer a annoncé un accord avec RTL Group et en 2023, RTL lance officiellement son application multimédia intégrant Deezer¹⁴.

Le radiodiffuseur, qui offre des services de streaming pour les séries télévisées, les films, la télévision en direct et le sport, collabore avec Deezer pour la musique, les livres audio et les émissions de radio.

¹⁰ MIDiA, « Music subscriber market shares 2022 », 2022, en ligne : <https://www.midiaresearch.com/blog/music-subscriber-market-shares-2022>.

¹¹ GEMA, « Music streaming in Germany », 2022, en ligne : <https://www.gema.de/en/news/streaming>.

¹² MPFS, « JIM-Studie 2022 », 2022, en ligne : <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2022>.

¹³ Spotify, « Loud & Clear : Spotify veröffentlicht deutsche Zahlen zu Musikstreaming und Vergütung », 2023, en ligne : <https://spotify.presse.prowlly.com/244574-loud-clear-spotify-veroeffentlicht-deutsche-zahlen-zu-musikstreaming-und-vergutung>.

¹⁴ THERRIEN M., « Deezer va s'étendre sur le marché allemand suite au partenariat avec RTL », *Infonet*, 10 août 2022, en ligne : <https://infonet.fr/actualite/acquisitions/expansion-allemande-deezer-r-t-l>.

Au 3e trimestre 2023, Deezer enregistre des performances encourageantes avec une croissance des abonnés et des revenus. En conséquence, la Deutsche Bank relève son objectif de cours de l'entreprise, montrant par là-même une confiance envers la stratégie de hausse des prix et de partenariats B2B de la plateforme¹⁵.

Focus YouTube

Parmi les plateformes de vidéos, qui représentent 14 % du temps d'écoute hebdomadaire, YouTube domine en Allemagne. Au début de l'année 2023, YouTube compte 70,90 M d'utilisateurs et d'utilisatrices dans le pays¹⁶.

Plus de la moitié des habitants utilisent cette plateforme pour écouter de la musique en 2022, et elle est particulièrement populaire auprès des jeunes. Selon l'étude JIM, en 2022, 33 % des 12-19 ans écoutent de la musique au moins une fois par semaine sur ce canal.

D'après l'étude GEMA «Music streaming in Germany», plus de la moitié des personnes recherchant activement des nouveaux titres musicaux utilisent YouTube, ce qui en fait la plateforme la plus populaire pour la découverte musicale.



© Mélanie Pongratz

¹⁵ «Deezer : Deutsche Bank relève son objectif de cours», *BFM Bourse*, 30 oct. 2023, en ligne : <https://www.tradingsat.com/deezer-FR001400AYG6/actualites/deezer-deezer-deutsche-bank-releve-son-objectif-de-cours-1091323.html>.

¹⁶ Data Reportal, «Digital 2023 : Germany», 2023, en ligne : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-germany?ra=germany>.

Les labels et distributeurs

Universal Music Group se place en leader du marché, avec une avance importante sur les deux autres majors. En 2022, UMG représente près de la moitié des albums (46,3 %) et des singles (44,6 %) du Top 100. Warner Music Group arrive en 2e position et Sony Music Group en 3e position¹⁷.

La part de marché totale des labels indépendants s'élève à 17 % en 2022 et est en augmentation par rapport à 2021, portée principalement par la croissance de Believe.

Dans cette partie, les parts de marché des majors et labels indépendants sont ventilées sur la base du chiffre d'affaires généré par le Top 100 des ventes.

Les majors

Universal Music GmbH est la filiale d'UMG en Allemagne. Elle s'est constituée principalement par intégration de plusieurs acteurs locaux historiques¹⁸. Elle se place en leader du marché depuis de nombreuses années. Ces dernières années, l'entreprise a gagné des parts de marché et consolidé sa première place.

Warner Music Group possède une filiale en Allemagne depuis une trentaine d'années et le pays abrite le siège de WMG Central Europe. L'entreprise, qui s'est fait devancer par Sony Music Group en 2021, perd des parts de marché en 2022. Elle reste en 3e position sur les singles, mais regagne la 2e place du classement des albums. Sa part de marché reste très proche de celle de Sony Music.

Sony Music Group est implanté depuis de nombreuses années en Allemagne et l'entreprise a connu de nombreuses fusions. L'entreprise a installé son siège Allemagne et Europe à Berlin en 2020. Elle représente 18,4 % des parts de marché pour les albums et 27,84 % pour les singles.

Parts de marché des majors

	Albums		Singles	
	Part de marché	Position	Part de marché	Position
UMG	46 %	1	44 %	1
WMG	18,5 %	2	20,4 %	3
SMG	18,4 %	3	26,3 %	2

Source : Musikwoche, Vol. 51-52/22

¹⁷ SCHLINGER K., « Jahrescharts 2022 : Universal Music macht das Rennen », *Musikwoche*, 20 déc. 2022, en ligne : <https://www.musikwoche.de/charts/jahrescharts-2022-universal-music-macht-das-rennen-eaae06eab734cedc096d4a0eb5ca12e3>.

¹⁸ « Die Geschichte von Universal Music Deutschland », *Universal Music Group*, en ligne : <https://www.universal-music.de/company/historie>.

Les indépendants

Believe est le leader incontesté des labels et distributeurs indépendants sur les classements titres et albums¹⁹. Il détient la moitié de la part de marché totale des labels indépendants sur les albums et les singles. En 2022, l'Allemagne est le 2e marché le plus important pour la maison de disques. Believe affirme être en troisième position des classements des titres les plus streamés au sein du répertoire local GSA (Allemagne, Suisse, Autriche)²⁰.

Parts de marché des indépendants

Albums		Singles	
Distributeur	Part de marché	Distributeur	Part de marché
Believe/GoodToGo	8,37%	Believe/GoodToGo	5,41%
Edel/Kontor/New Media	2,35%	Edel/Kontor/New Media	2,47%
Tonpool	0,72%	iGroove	0,93%
Ersguterjunge	0,46%	RecordJet	0,14%
SPV	0,35%	Zebralution	0,09%
Bertus	0,22%	Fuga	0,07%
iGroove	0,21%	PK Interactive	0,05%

Source : Musikwoche, Vol. 51-52/22

Ci-dessous, une présentation des principaux labels et distributeurs allemands.

- o Believe / GoodToGo : actif en Allemagne depuis 2008, Believe a connu une croissance très importante jusqu'à devenir le leader des distributeurs indépendants. L'entreprise compte aujourd'hui plus de 260 employés répartis entre Hambourg, Berlin, Cologne et Stuttgart.
- o Edel/Kontor : maison de disques allemande fondée en 1986 travaillant sur des genres variés (classique, jazz, pop, rock, punk, électro, dance). Elle détient les labels EarMusic (Rock), Kontor Records (Club/dance/techno), Berlin Classics et MPS Jazz. Edel offre aussi des services de distribution physique et numérique à l'échelle internationale.
- o iGroove : créé en 2014, iGroove s'est d'abord développé en Suisse comme distributeur numérique spécialisé en rap allemand, avant de devenir également un label et de diversifier ses genres musicaux et territoires d'activités.
- o PIAS : PIAS possède les labels Play It Again Sam, PIAS Recordings, PIAS Comedy et Different Recordings et réalise la distribution numérique de plus de 500 labels. La succursale PIAS Germany a été établie en 1998. Aujourd'hui, PIAS n'a plus de distribution physique propre en Allemagne et passe par Roughtrade/GoodToGo.
- o Tonpool Medien : fondé en 2008 près de Hanovre, Tonpool a démarré comme distributeur physique, puis a étendu ses activités à la distribution numérique, la gestion

¹⁹ SCHLINGER Knut, « Jahrescharts 2022 : Universal Music macht das Rennen », MusikWoche, 20 déc. 2022, en ligne : <https://www.musikwoche.de/charts/jahrescharts-2022-universal-music-macht-das-rennen-eaae06eab734cedc096d4a0eb5ca12e3>.

²⁰ STASSEN M., « Now Believe muscles in on majors in Germany », Music Business Worldwide, 21 déc. 2022, en ligne : <https://www.musicbusinessworldwide.com/now-believe-muscles-in-on-majors-in-germany/>.

du e-commerce et le merchandising. Il est présent dans toute l'Europe et représente une variété de petits labels et divers genres (rap/hip-hop, punk/rock).

- 375 Media : filiale des entreprises Cargo Records GmbH et Indigo GmbH à Hambourg, 375 Media GmbH a débuté ses activités de distribution physique en 2019 à Hambourg. Il représente à l'échelle européenne des labels comme Beggars, Sub Pop, Epitaph, Secretly Canadian, 3 L et Good Movies.
- Broken Silence : distributeur allemand indépendant fondé en 2004, désormais présent dans le monde entier, avec 300 labels de distribution affiliés.
- RecordJet : distributeur numérique fondé en 2008 à Berlin, à destination de petits artistes et labels. Depuis 2013, la plateforme web d'autopromotion dessert également le marché anglophone et hispanophone.
- Zebralution : société allemande de distribution numérique fondée il y a plus de 15 ans pour les labels indépendants, les livres audio et les podcasts. Elle opère dans le monde entier depuis son siège berlinois.
- Bertus : le distributeur néerlandais possède une filiale en Allemagne. Il distribue des labels comme Beggars, Sub Pop, Epitaph, Secretly Canadian, 3 L et Good Movies. Ils ont aussi développé leurs propres labels, comme Music On Vinyl et Music On CD.
- Naxos : acteur majeur de la distribution de musique classique à l'international, fondé il y a 30 ans. Il propose une vaste bibliothèque musicale en ligne, la Naxos Music Library.
- Alive AG : distributeur physique de labels indépendants fondé en 2002, spécialisé dans les genres alternatif, blues et country, EBM, heavy métal, disco/dance, hip-hop, jazz, rock, pop et électro.
- Soulfood Music Distribution GmbH : distributeur fondé en 2002, travaillant avec plus de 100 labels indépendants sur des genres variés comme le métal, le rock, la pop, le hip-hop et le jazz.
- NRW Vertrieb : distributeur physique spécialisé dans le jazz. Il distribue les catalogues de labels indépendants comme Ajazz, Big Band Records, La Buissonne, Cinaire, Con Anima, ECM Records (back catalogue), Ezz-Thetics, WhyPlayJazz und wismART.

Les magasins de vente au détail

Les ventes de disques dans les magasins restent stables en 2022, après avoir nettement diminué au cours des années précédentes. Les magasins d'électroménager, comme Media Markt ou Saturn, sont le point de vente le plus important (2,8 %) ²¹, tandis que les commerces de détail spécialisés et les librairies ont des parts de marché plus faibles (respectivement 0,4 % et 0,3 %). Enfin, les ventes de supports physiques en e-commerce sont toujours prédominantes (14,4 % du commerce total).

Berlin, Hambourg, Munich, Cologne et Francfort sont les villes qui comptent le plus de disquaires ²². Une liste non exhaustive de disquaires allemands est disponible sur le site [Record Store Day Germany](https://www.recordstoredaygermany.com/).

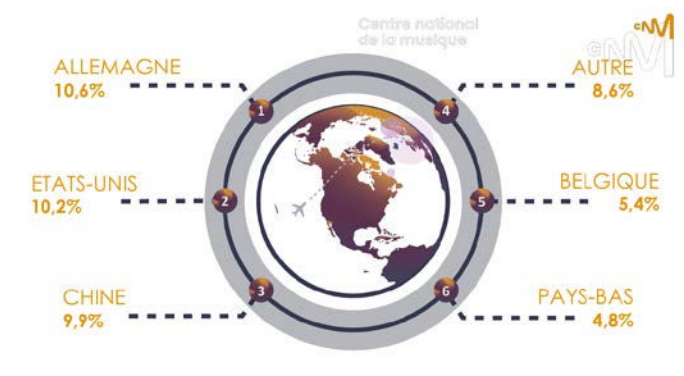
²¹ BVMI, « Musikindustrie in Zahlen 2022 », 2023, art. cité.

²² MILBRADT F., « Deutschlandkarte-musik-vinyl-schallplatten », *Die Zeit*, 20 févr. 2017, en ligne : <https://www.zeit.de/zeit-magazin/2017/06/deutschlandkarte-musik-vinyl-schallplatten>.

L'export français

Informations générales

Chaque année, le Centre national de la musique publie les certifications des écoutes à l'international des artistes produits en France. Les certifications export 2022 montrent que l'Allemagne est le pays qui cumule le plus de streams de titres français certifiés²³.



D'après Spotify France, l'Allemagne est le 2e territoire en matière d'écoutes des artistes français²⁴.

En 2020, l'Allemagne était la première destination export d'Europe et la seconde destination dans le monde après les États-Unis pour la filière musicale française (hors territoires francophones). Le chiffre d'affaires annuel de l'export en Allemagne s'élevait à 35 M€, soit 11 % du CA export total de la filière française²⁵.

En 2023, le hip-hop, la pop et l'électro *made in France* jouissent d'une grande popularité, si l'on se base sur les classements des abonnés allemands aux comptes YouTube des artistes *made in France*. À l'inverse, dans les classements airplay, l'électro et la pop anglophones occupent les premières places²⁶.

Ofenbach, Stromae, Super-Hi, Maître Gims, Master KG, David Guetta, Imany, DJ Snake, Sofiane, Aya Nakamura, Martin Solveig, Hugel, Major Lazer, Kungs, Louane, Willy William, Daft Punk, Feder, Klingande, Gregory Porter, Zaz... : de nombreux artistes ont vu leurs titres ou albums certifiés en Allemagne ces dernières années ! 2017 a représenté une année record avec 19 titres *made in France* certifiés platine ou or. En 2023, des artistes comme Indila (pop/variété française), Niska (rap), et Kavinsky (électro) ont leurs titres certifiés or²⁷.

²³ CENTRE NATIONAL DE LA MUSIQUE, « Certifications export », 2023, en ligne : <https://cnm.fr/certifications-export>.

²⁴ « Spotify fête ses 15 ans en France en révélant des données étonnantes », *La Réclame*, 12 oct. 2023, en ligne : <https://lareclame.fr/spotify-15ans-france-287474>.

²⁵ CENTRE NATIONAL DE LA MUSIQUE, « Le volume économique de la filière musicale à l'international : Bilan économique 2019 », 2020, en ligne : <https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/08/le-bureau-export-bilan-economique-2019.pdf>.

²⁶ Soundcharts, en ligne : <https://soundcharts.com/>.

²⁷ BVMI, « Rapports mensuels des certifications or, platine et diamant », en ligne : <https://www.musikindustrie.de/wie-musik-zur-karriere-werden-kann/markt-bestseller/gold-/platin-und-diamond-auszeichnung/gold-/platin-und-diamond-monatsreports>.

La distribution physique des catalogues indépendants français

Les majors passent en général par leurs filiales locales pour distribuer tout ou partie de leurs catalogues. Pour ce qui est des indépendants, voici des exemples de distributeurs allemands distribuant des catalogues indépendants français en 2022.

Distributeurs allemands (non exhaustif)	Exemples de catalogues physiques français distribués (le cas échéant références isolées)		
	Musiques actuelles	Jazz	Musique classique
375 Media (Cargo)	Born Bad/Capitane/Ici D'ailleurs/Kwaidan/Plastic Sound Records/Atletico/Rue du docteur fontaine/Disque Pointu		
375 Media (Indigo)	Wagram/Cinq7/3ième Bureau/Panenka/No Format/L'invitation Musicale/Nodiva/Enchanté /Claro Oscuro	Wagram/L'invitation Musicale	Naïve classique
Alive AG	InFiné/Because/Think Zik/Ed Banger/Tigersushi		Aesthetical/InFiné
Bertus	Richard Walter Entertainment	Mister I.B.E./Tzig'art	
Broken Silence	Air Rytmo/Yotanka/Underdog Records/X-Ray Production/Talitres/IOT Rec/Jarring Effects	Dur Et Doux/Cristal Groupe-Cristal Records/Mélodie En Sous-Sol/ONJ/Vita Productions	
Edel	Elemental Records		
Galileo Music Communication	Mdc-Lof/Frémeaux & Associés	Mdc-Lof/Frémeaux & Associés	
Harmonia Mundi / Bertus	Accords Croisés/Le chant du monde	Jap (Jazz & People)/Le chant du monde	La Boîte à Pépites/Aparte/La Dolce Volta/Evidence Classics/Nomadmusic/Arts Florissants/Audax Records/Paraty
Note 1 Music GmbH			Les Percussions De Strasbourg/Alpha/Bru Zane/Château de Versailles/Outthere
NRW Vertrieb	Hopi Mesa	La Buissonne	
Rough Trade (GoodToGo/Believe)	Versatile		
Soulfood (Believe)	Naïve/Season Of Mist	Naïve	

NB : Le tableau ci-dessus est indicatif et ne saurait représenter de manière exhaustive la situation actuelle. Si certaines cases ne sont pas remplies, cela ne signifie donc pas que les labels ne distribuent pas de catalogues dans les genres musicaux concernés.

Construire sa stratégie d'exportation en Allemagne

Les stratégies d'exportation vers l'Allemagne sont très variées pour le répertoire français. Pour un développement d'un projet ou d'un catalogue dans la durée, un réseau de partenaires professionnels locaux identifiés et fiables s'avère souvent indispensable. Ces dernières années, de nombreux auteurs, compositeurs et interprètes français ont enrichi leur stratégie par des collaborations et des *featurings* impliquant des artistes allemands, voire des artistes internationaux connaissant un certain succès en Allemagne. La playlist [100 % French & German Collabs](#) montre à titre d'exemple que ces collaborations artistiques peuvent concerner des artistes représentant des genres musicaux très variés et à des niveaux de développement différents. La participation à des résidences d'écriture franco-allemandes, [comme celles proposées par le CNM](#), peut être un moyen d'initier de telles collaborations.



Il est préférable de construire une stratégie adaptée en fonction de la nature du profil artistique, du projet, et des moyens qui pourront y être consacrés. Pour vous guider dans votre développement sur le marché allemand, vous pouvez solliciter l'expertise des équipes du CNM afin de profiter d'un accompagnement plus spécifique et des conseils personnalisés, notamment en ce qui concerne la recherche de partenaires locaux capables d'appuyer le développement du projet en local (preneurs de licences/distributeurs, prestataires PR/marketing, sous-éditeurs, agents/tourneurs, superviseurs musicaux...).

Nous vous invitons également à consulter les [autres ressources](#) disponibles sur notre site internet concernant le marché allemand de la musique. Elles couvrent notamment les aspects médias/promotion/marketing, la synchronisation/musique l'image et les *artist & label services* disponibles sur ce territoire.



Centre national
de la musique



CNM

Direction des études et de la prospective
Pôle veille, ressource et prospective

Rédaction

Valentine Hassoun et Céline Lugué,
en collaboration avec le bureau allemand du
CNM : Daniel Winkel, Ben Ling, Julia Benedetti

Remerciements

Énora Le Gouis, Anaïs Basseur, Alexandre Klein,
Luisa Maatallah

Contact

Céline Lugué, chargée de projet CNMlab
et des études internationales

celine.lugue@cnm.fr

Retrouvez les fiches marché du CNM sur
cnm.fr/focus/ressources-internationales/

Inscrivez-vous à notre Flash info export [ici](#).