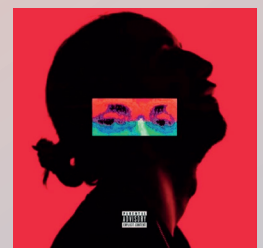


MUSIQUE ENREGISTRÉE

.....
Les performances du 1^{er} semestre 2020



sneP



1^{er} SEMESTRE 2020

Robustesse du nouveau business model de la musique enregistrée à l'épreuve d'un contexte hors norme mais des exploitations physiques durement touchées

Avec un chiffre d'affaires de 279 M€ et après 3 années de croissance successives, le marché de la musique enregistrée affiche un résultat tout juste positif (+0,4%) au terme des 6 premiers mois de l'année 2020 (vs 1^{er} semestre 2019). Ce ralentissement brutal de la croissance retrouvée ces dernières années est bien sûr imputable aux conséquences de la crise sanitaire Covid-19, et notamment à la période de confinement du printemps dernier. Les exploitations numériques, fondamentales du nouveau modèle de développement du marché, démontrent dans ces circonstances, leur résistance aux aléas les plus sévères.

Dès le début de cette période très particulière, **les producteurs de musique se sont mobilisés aux côtés des artistes et de leurs partenaires** pour continuer à découvrir, investir, produire, accompagner les talents et les nouveaux projets ; ils ont trouvé des fenêtres d'exposition innovantes pour ces nouvelles productions, et des moyens de les faire rayonner partout où c'était possible.

Ces efforts conjugués à la résistance de la progression du streaming (+17,7%) ont permis de compenser le recul marqué des ventes physiques (-36,8%) dû à la

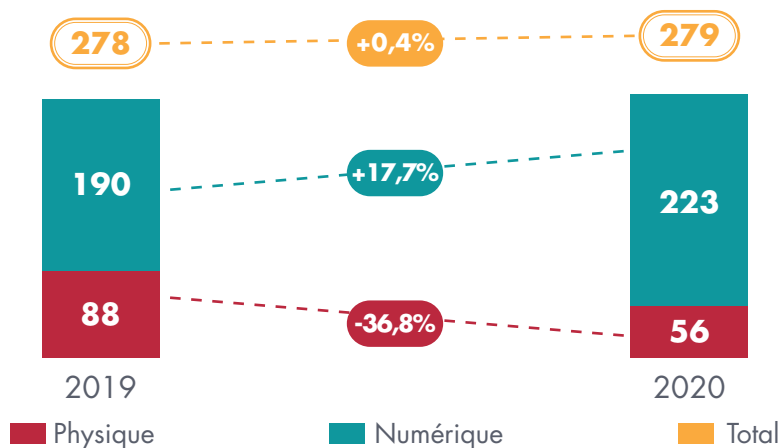
fermeture de la plupart des points de vente.

Compte tenu du lien étroit entre la musique enregistrée et la scène, il est indispensable que les concerts puissent reprendre le plus tôt possible dans des conditions économiques et sanitaires satisfaisantes.

Les résultats présentés aujourd'hui doivent être appréhendés à l'aune des bouleversements inédits de l'économie et de la consommation constatés en France comme sur tous les territoires affectés par la pandémie. Ils donnent une photographie du marché de la musique enregistrée mais ne peuvent être appréciés dans la continuité de l'évolution constatée depuis 2016.

Néanmoins, un premier semestre qui ne pèse traditionnellement que 40% du marché annuel, des sorties décalées sur la deuxième partie de l'année qui vont s'ajouter à celles initialement prévues et les signes encourageants constatés sur les ventes physiques depuis le déconfinement, sont autant d'indicateurs positifs.

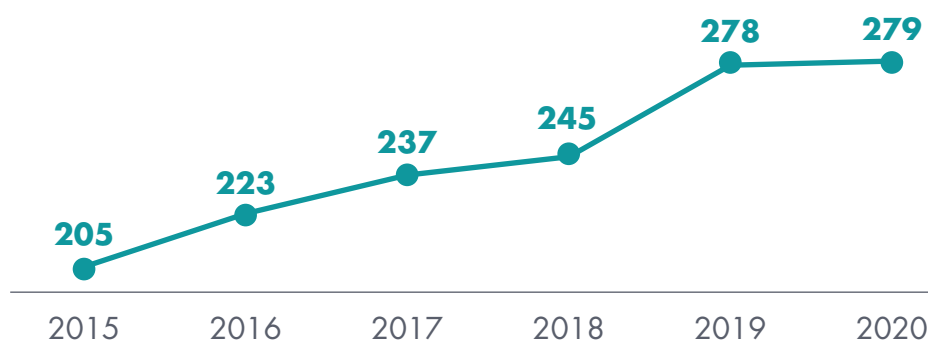
ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE 1^{ER} SEMESTRE 2020 VS 1^{ER} SEMESTRE 2019 (en M€)



Pour ce 1^{er} semestre 2020, les revenus de la musique enregistrée totalisent 279 M€ ; une stabilité (+ 0,4% vs 1^{er} sem 2019), permise par la hausse de 17,7% des ventes numériques qui représentent 80% du chiffre d'affaires de la période (vs 68,3% au 1^{er} semestre 2019), compensant le recul des ventes physiques.

RUPTURE DE TENDANCE LIÉE À LA CRISE SANITAIRE : UN COUP DE FREIN À LA DYNAMIQUE POSITIVE DE CES DERNIÈRES ANNÉES

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DES VENTES 1^{ERS} SEMESTRES (en millions €)

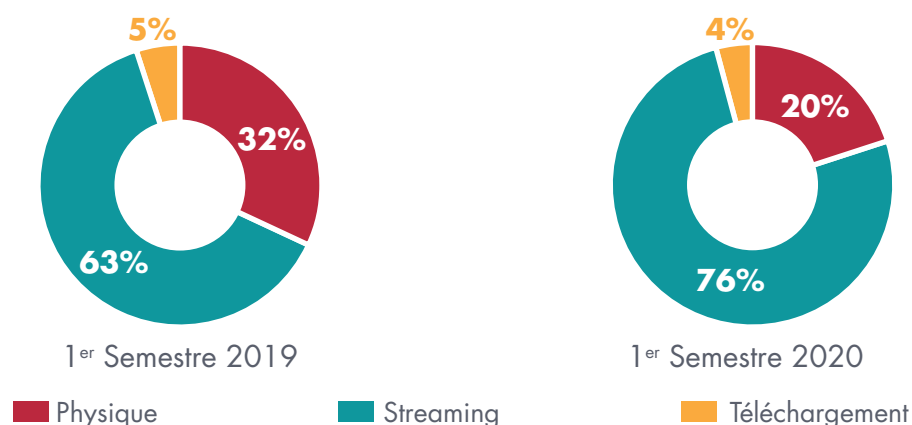


LE STREAMING A GÉNÉRÉ PLUS DES 3/4 DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU COURS DE CE SEMESTRE HORS NORME

Avec un chiffre d'affaires de 212,6 millions d'euros, le streaming reste le moteur indiscutable et l'élément fondamental de la dynamique de croissance du marché de la musique enregistrée, représentant à lui seul la quasi-totalité des revenus numériques (95% vs 93% au 1^{er} sem. 2019).

Néanmoins, l'effet « Covid » est perceptible même sur ce segment en plein développement : la progression de 20,7% des résultats du streaming au cours de ce 1^{er} semestre comparés à la même période en 2019 reste en deçà des prévisions attendues avant la crise sanitaire.

STRUCTURE DES VENTES DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE

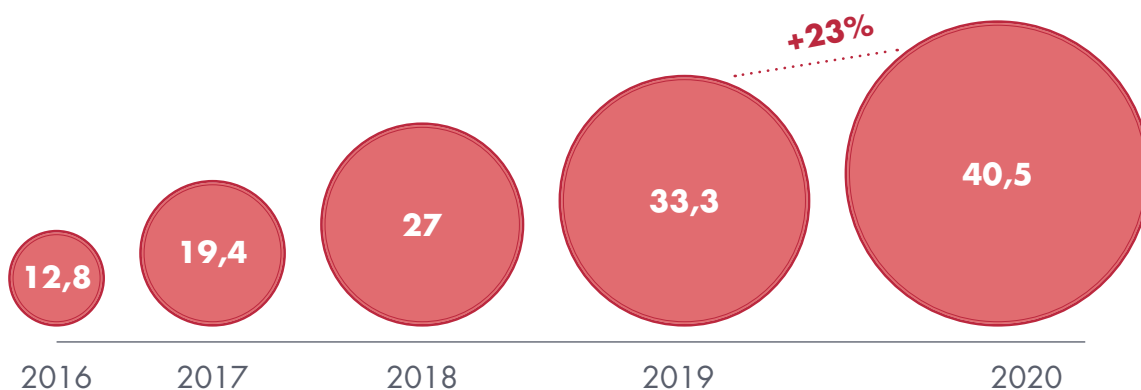


MOTEUR DE LA CROISSANCE RETROUVÉE DEPUIS 3 ANS, LE STREAMING CONFIRME SA SOLIDITÉ

L'évolution du volume d'écoutes de musique en streaming, premier indicateur de l'adoption grandissante de cet usage par les consommateurs français, n'a pas fléchi malgré le contexte sanitaire

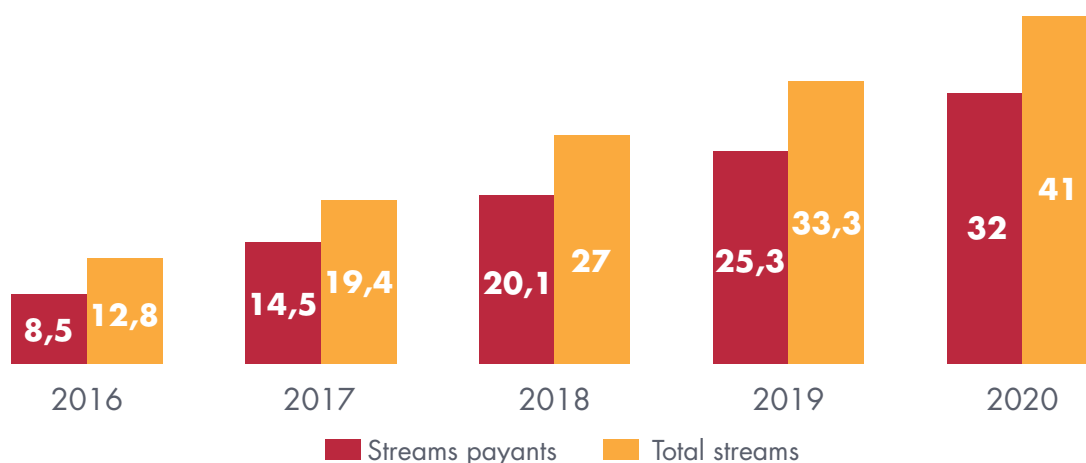
et affiche une progression de près de 23% au 1^{er} semestre 2020 au regard des 6 premiers mois de l'an dernier.

ÉVOLUTION DES VOLUMES DES STREAMS AUDIO 1^{ER} SEMESTRE (en Millions)

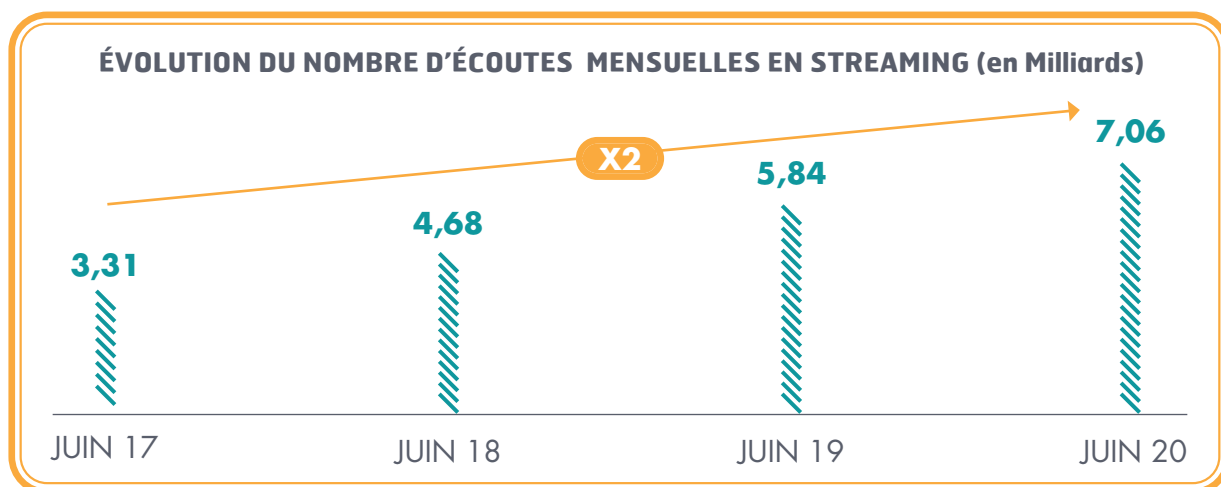


LES ABONNEMENTS PAYANTS GÉNÈRENT À EUX SEULS PLUS DES 3/4 DES ÉCOUTES EN STREAMING AUDIO

ÉVOLUTION DES VOLUMES DES STREAMS - 1^{ERS} SEMESTRES (en Mds)



LE VOLUME GLOBAL DES ÉCOUTES MENSUELLES EN STREAMING A PLUS QUE DOUBLÉ EN 3 ANS



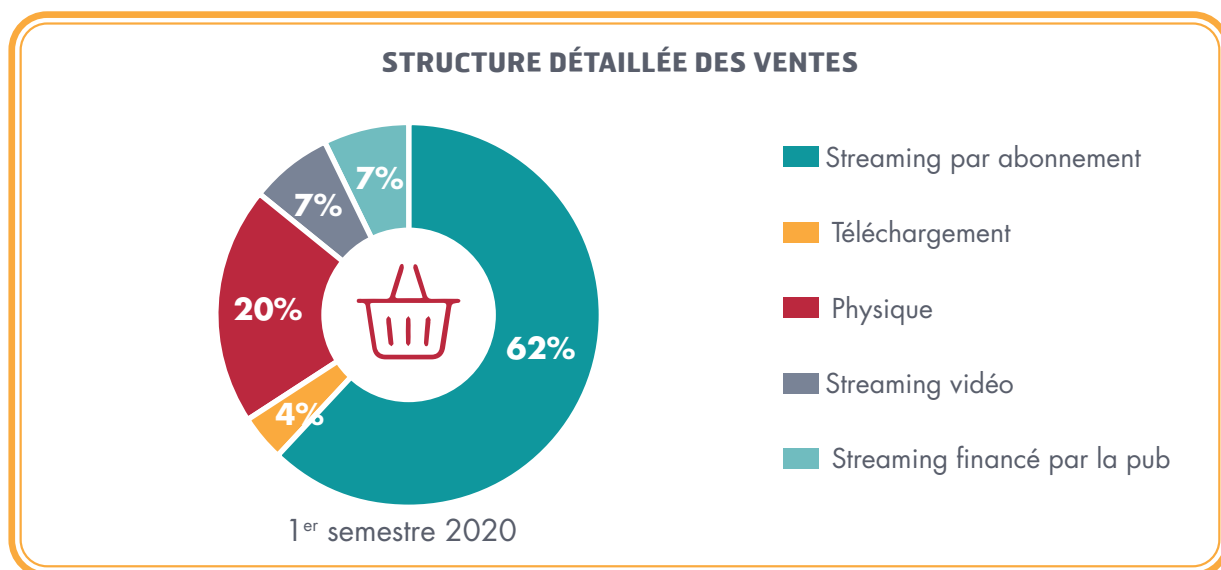
Cette progression de la pratique du streaming se traduit naturellement à l'échelle hebdomadaire : 1,5 Mrds d'écoutes (issues de comptes payants et financées par la publicité) hebdomadaires réalisées en moyenne sur le 1^{er} semestre 2020 soit +15% vs premier semestre 2019.

LE STREAMING PAR ABONNEMENT, UN MODÈLE A L'ÉPREUVE DES CRISES ET DES BOULEVERSEMENTS DE LA CONSOMMATION

Avec une progression toujours constante et du même niveau que celle de l'an dernier (+ 24,8%), le streaming par abonnement est plus que jamais au cœur du modèle de croissance de la musique enregistrée : particulièrement résistant aux aléas, même brutaux et imprévisibles, il a généré à lui seul près des 2/3 du chiffre

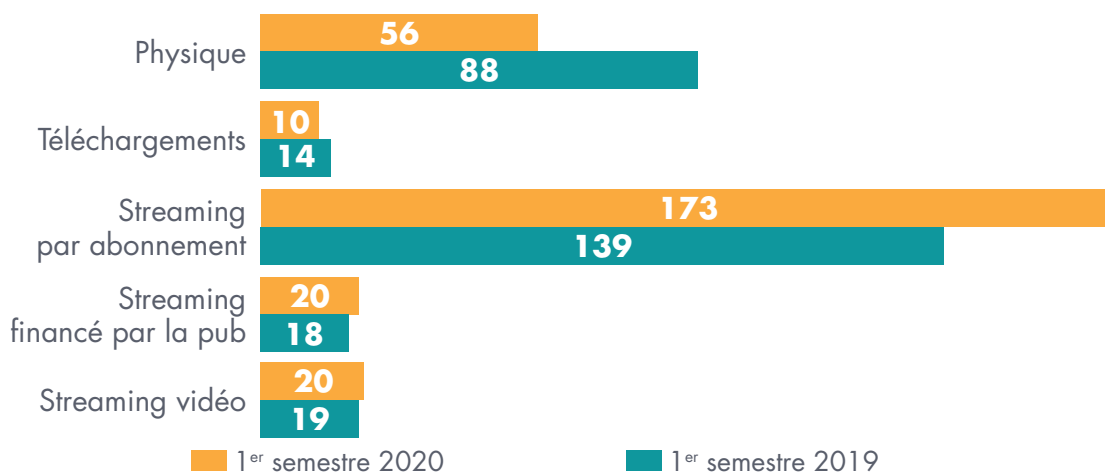
d'affaires réalisé au cours de cette période par ailleurs exceptionnelle, soit 173M€.

Au cours des 6 premiers mois de l'année, les revenus générés par l'abonnement ont représenté 79% du chiffre d'affaires du streaming et 62% du chiffre d'affaires des ventes (vs 50% au 1^{er} semestre 2019).



En revanche, tout comme l'ensemble des marchés publicitaires, le streaming financé par la publicité (audio ou vidéo) a été sévèrement affecté par le coup d'arrêt que la crise sanitaire a imposé à la consommation, avec une progression de 5% seulement, contre + 44% entre les 1^{ers} semestres 2019 et 2018.

ÉVOLUTION DES REVENUS DU MARCHÉ PAR MODE DE CONSOMMATION (en M€)



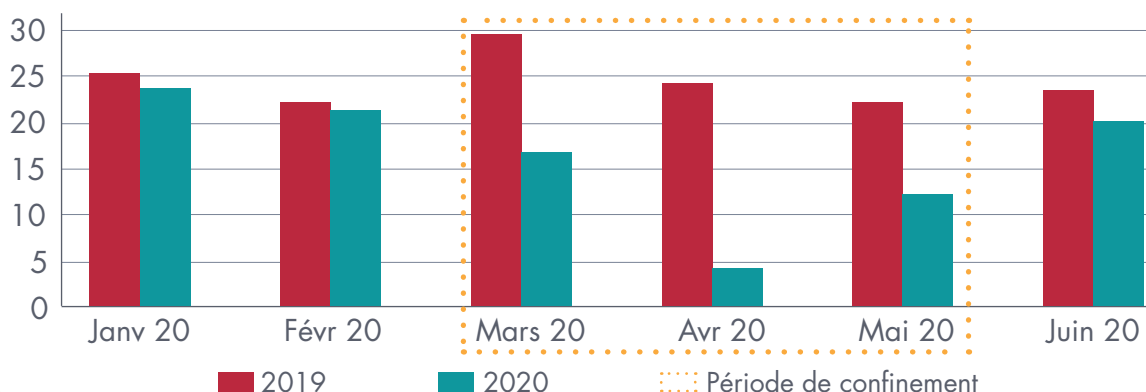
CD ET VINYLES DUREMENT AFFECTÉS

ALORS QUE LE MARCHÉ PHYSIQUE RESTE DÉTERMINANT

Ayant subi de plein fouet la crise sanitaire, le marché physique réalise 55,8 M€, fléchissant de 37% (vs 1^{er} sem 2019 avec 88,3 M€) et ne représente ponctuellement que 20% du chiffre d'affaires de ce semestre hors norme (vs 32% au 1^{er} sem 2019) ; un coup très rude qui a plus particulièrement affecté certains répertoires, labels et distributeurs, dont les revenus sont étroitement liés aux ventes de supports. Cette baisse conjoncturelle est la conséquence directe du confinement et des changements qui ont affecté les usages des français en général depuis le début de la crise sanitaire.

Elle accentue ponctuellement le recul du physique, dont les ventes résistent par ailleurs mieux en France que dans d'autres territoires occidentaux (-5% 1^{er} sem 2019 vs 2018), grâce à un réseau de points de ventes particulièrement dynamique. Il faut souligner que les ventes de vinyles réalisent néanmoins une belle performance : elles représentent 31% des ventes physiques de ce premier semestre 2020 (vs 24,6 % du premier semestre 2019) et reculent nettement moins (-14%) que le CD (-39%) (ventes détail TTC).

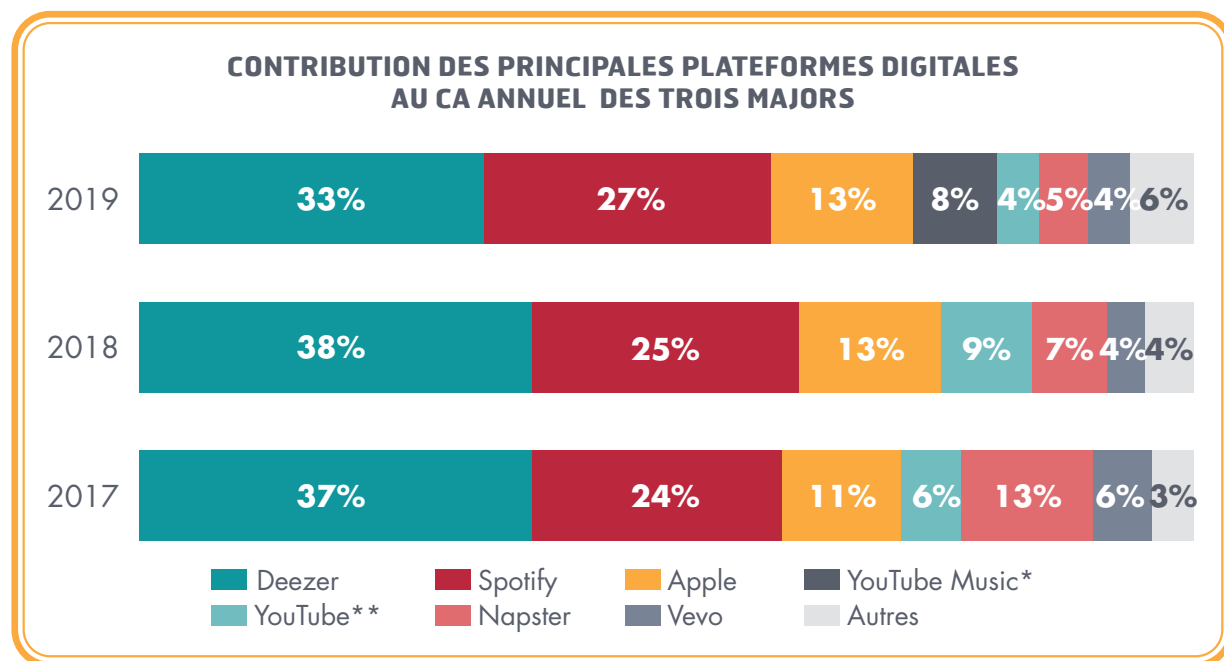
ÉVOLUTION MENSUELLE DES VENTES PHYSIQUES (en M€)



LES ACTEURS DU STREAMING EN FRANCE

Pour 2019, la contribution au revenu annuel du streaming pour les 3 majors est concentrée sur 3 plateformes audio : Deezer (33%), Spotify (27%) et Apple (13%).

Première plateforme de streaming musical en volume, YouTube ne génère pour les 3 majors que 4% des revenus du streaming pour l'année 2019.



YouTube music*: service audio de YouTube lancé en France en juin 2018.

YouTube**: service vidéo pour 2019. Pour 2018, ce segment correspond aux revenus cumulés de YouTube et YouTube Music.

Autres : Amazon, Qobuz, Musically, etc.

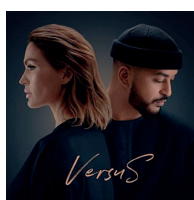
LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE AU 1^{ER} SEMESTRE 2020

	1 ^{er} SEM 2019	1 ^{er} SEM 2020	EVOLUTION
MARCHÉ NUMÉRIQUE	189 947	223 486	17,7%
STREAMING	176 193	212 611	20,7%
Streaming par abonnement	138 517	172 872	24,8%
Streaming financé par la pub	18 218	19 636	7,8%
Streaming vidéo	19 458	20 103	3,3%
TÉLÉCHARGEMENT INTERNET	11 191	8 799	-21,4%
TÉLÉPHONIE MOBILE	2 564	2 076	-19%
MARCHÉ PHYSIQUE	88 339	55 830	-36,8%
MARCHÉ TOTAL	278 286	279 316	0,4%

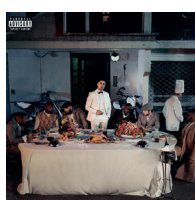
LA PRODUCTION FRANÇAISE AFFICHE DES PERFORMANCES TOUJOURS SPECTACULAIRES

Les productions françaises représentent 72% des albums du Top 200 et 82% des volumes (équivalent ventes) réalisés par les albums de ce classement. Au cours du semestre près d'un projet classé sur 5 est un premier album produit en France.

18 PRODUCTIONS FRANÇAISES DANS LES 20 MEILLEURES VENTES D'ALBUMS DU SEMESTRE



Vitaa et Slimane
Versus



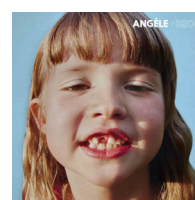
Maes
Les derniers salopards



Les enfoirés
Les enfoirés 2020



Ninho
M.I.L.S 3



Angèle
Broi



Nekfeu
Les étoiles vagabondes



Soprano
Phœnix



Ninho
Destin



Dadju
Poison ou antidote



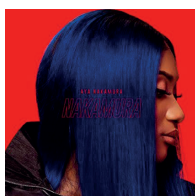
Jul
C'est pas des lol



PNL
Deux frères



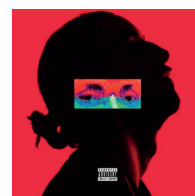
Mister V
MVP



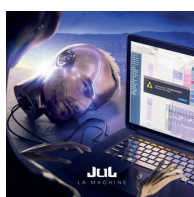
Aya Nakamura
Nakamura



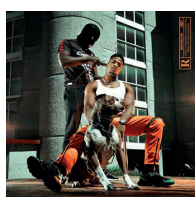
Hatik
Chaise pliante



Lomepal
Jeannine / Amina



Jul
La machine



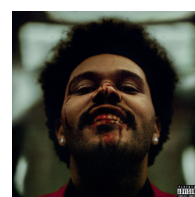
Niska
Mr Sal



BTS
Map of the soul : 7



Naps
Carré VIP



The Weeknd
After hours

144 productions françaises sur les 200 meilleures ventes d'albums du 1^{er} semestre 2020.

En tête, VITAA & SLIMANE avec l'album « VERSUS » resté 6 semaines n°1 du TOP.

Le record de longévité en tête du TOP est détenu par NINHO qui a classé « M.I.L.S 3 » pendant 10 semaines.

La meilleure entrée est réalisée par MAES avec l'album « LES DERNIERS SALOPARDS ».

Les jeunes talents se distinguent aux côtés des artistes confirmés :

38 jeunes artistes classent un premier album dans le TOP 200 albums dont 37 produits en France, soit près d'un cinquième des meilleures ventes du semestre.

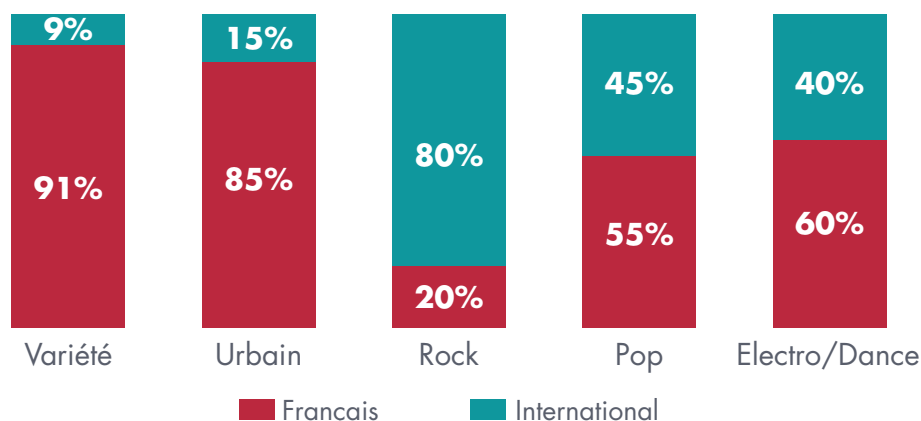
Ces scores illustrent parfaitement l'efficacité et donc la nécessité du dispositif du crédit d'impôt en faveur de la diversité musicale qui a aidé plus de 80% de ces projets.

TOP 200 ALBUMS

Le classement des 200 meilleures ventes d'albums au 1^{er} semestre 2020, a généré 5,4 millions d'équivalent-ventes* (physiques, streaming, téléchargements), un chiffre en recul d'environ 20%, conséquence logique de la fermeture des magasins.

LES PRODUCTIONS FRANÇAISES RESTENT LARGEMENT PRÉPONDÉRANTES DANS 4 DES 5 PRINCIPAUX GENRES MUSICAUX

PART DES PRODUCTIONS FRANÇAISES PAR STYLE MUSICAL DANS LE TOP 200 ALBUMS

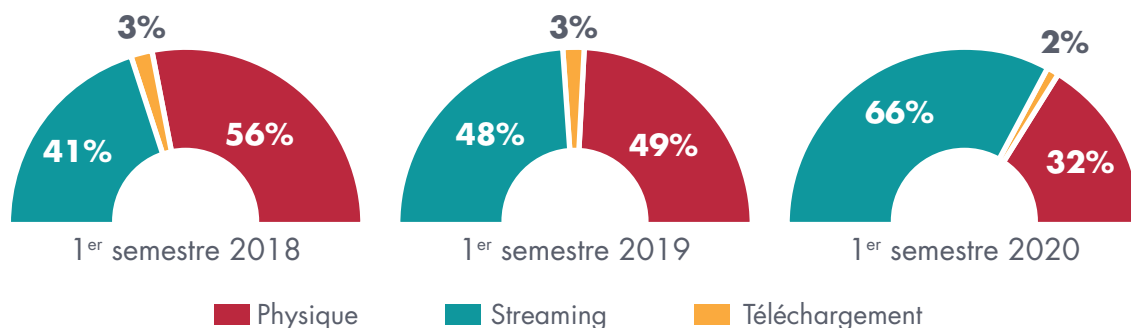


LE TOP ALBUMS SELON LES MODES DE CONSOMMATION

Les effets du confinement et de la modification des usages de la musique se font inévitablement sentir sur le 1^{er} semestre 2020. Alors que durant la même période en 2019, il y avait parité entre la consommation de musique

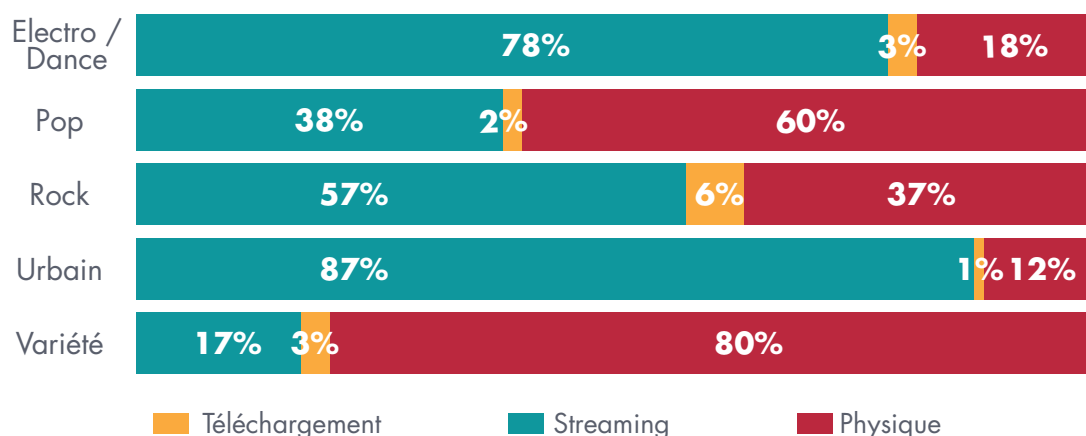
en streaming et les ventes physiques, les 6 premiers mois de 2020 affichent une proportion de deux tiers / un tiers, au profit du streaming.

RÉPARTITION DES ÉQUIVALENT VENTES PAR MODE DE CONSOMMATION DANS LE TOP 200 ALBUMS



Autre conséquence du confinement, le poids du streaming dans la consommation s'est renforcé tous répertoires confondus : + 20 points pour le rock (vs 1^{er} sem. 2019), + 14 points pour l'urbain, + 10 points pour la pop. Quant aux ventes physiques elles restent le mode de consommation majoritaire pour la variété (80%) et la pop (60%).

POIDS DES MODES DE CONSOMMATION EN FONCTION DES PRINCIPAUX RÉPERTOIRES DU TOP 200 ALBUMS



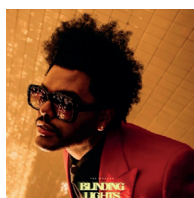
TOP 200 TITRES STREAMING

Les 200 titres qui ont cumulé le plus d'écoutes en streaming (abonnements payants) ont généré 3,4 milliards d'écoutes au cours des 6 premiers mois de l'année 2020 (vs 3 milliards au 1^{er} semestre 2019).

En tête de ce classement, THE WEEKEND avec le titre « BLINDING LIGHTS » qui par ailleurs est resté 4 semaines n°1 du TOP

Le record de longévité en tête du TOP est détenu par NINHO qui a classé « LETTRE A UNE FEMME » pendant 6 semaines, ce titre détient également le record de la meilleure entrée en se classant en 4^{ème} position la semaine de sa sortie,

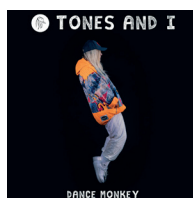
L'artiste dont le répertoire a été le plus streamé au cours du semestre est également NINHO avec plus de 442,5 millions d'écoutes issues de comptes payants tous titres confondus.



The Weeknd
Blinding lights



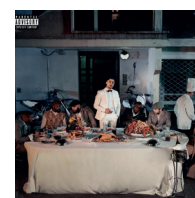
Gradur feat Heuss l'enfoiré
Ne reviens pas



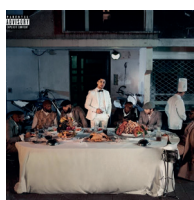
Tones and I
Dance monkey



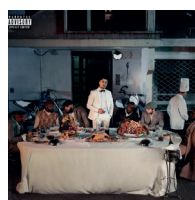
Ninho
Lettre à une femme



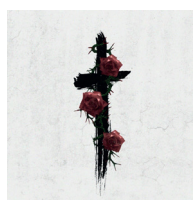
Maes feat Ninho
Distant



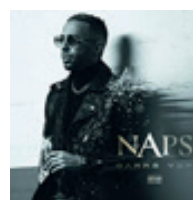
Maes feat Booba
Blanche



Maes feat Jul
Dybala



Saint JHN
Roses



Naps feat Ninho
6.3



Heuss l'enfoiré feat Jul
Moulaga

TOP ARTISTES

Les artistes français confirment leur popularité auprès du public à travers l'ensemble de leur répertoire.

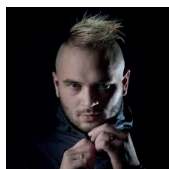
La jeune génération n'est pas en reste et les artistes urbains occupent 6 des 10 premières places de ce classement.

LE TOP 10 ARTISTES DU 1^{ER} SEMESTRE 2020 : 100% D'ARTISTES PRODUITS EN FRANCE

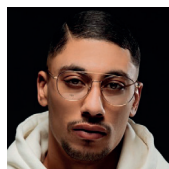
Ninho prend la tête de ce classement albums avec 3 albums studio



Ninho



Jul



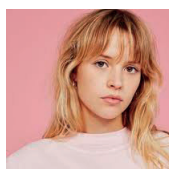
Maes



Vitaa et Slimane



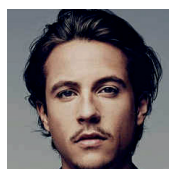
Les enfoirés



Angèle



Johnny Hallyday



Nekfeu



PNL



Soprano

LES CERTIFICATIONS

Depuis avril 2018, les certifications ne prennent en compte que les écoutes issues de comptes payants.

Cette évolution traduit le dynamisme de l'abonnement et recentre les performances sur la véritable source de valeur générée par la consommation de musique, qu'il s'agisse des usages physiques ou numériques.

SEUILS DES CERTIFICATIONS SINGLES

- Titres OR : 15 millions d'équivalents streams
- Titres PLATINE : 30 millions d'équivalents streams
- Titres DIAMANT : 50 millions d'équivalents streams

278 titres ont été certifiés au 1^{er} semestre 2020 dont 69% étaient des productions françaises.

- 148 titres certifiés OR (dont 77 classés au top 200 du semestre)
- 89 titres certifiés PLATINE (dont 21 classés au top 200 du semestre)
- 41 titres certifiés DIAMANT (dont 6 classés au top 200 du semestre)

SEUILS DES CERTIFICATIONS ALBUMS

- Album OR : 50 000 équivalents ventes
- Albums PLATINE : 100 000 équivalents ventes
- Albums DOUBLE PLATINE : 200 000 équivalents ventes
- Albums TRIPLE PLATINE : 300 000 équivalents ventes
- Albums DIAMANT : 500 000 équivalents ventes

84 albums ont été certifiés au 1^{er} semestre 2020 dont 90% étaient des productions françaises.

- 42 albums certifiés OR
- 24 albums certifiés PLATINE
- 11 albums certifiés DOUBLE PLATINE
- 4 albums certifiés TRIPLE PLATINE
- 3 albums certifiés DIAMANT

Toutes les certifications sont disponibles sur www.snepmusique.com

LES FRANÇAIS ET LA MUSIQUE PENDANT LE CONFINEMENT

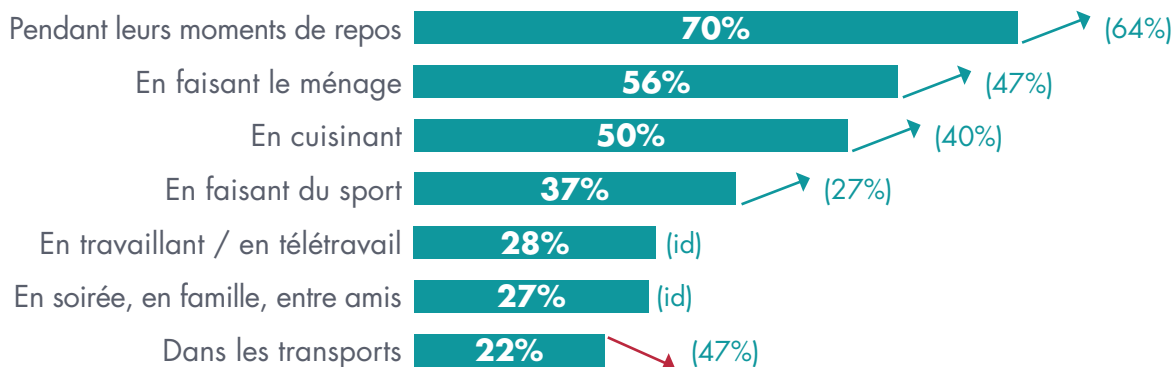
Etude réalisée en France métropolitaine par GfK, entre le 4 et le 13 mai 2020, auprès d'un échantillon de 3 500 internautes âgées de 10 ans et plus, représentatif de la population française.

Les Français ont dû adapter leur mode de vie et de consommation pendant le confinement : conjuguer le télétravail à la garde des enfants au domicile tout en assurant les apprentissages scolaires, trouver des activités récréatives adéquates en remplacement des loisirs habituels, cinéma, concerts, sorties culturelles, rencontres et activités sportives, sont autant de facteurs qui ont logiquement bouleversé le quotidien de la population française.

88% des personnes interrogées ont déclaré avoir modifié leurs occupations pendant leur temps libre. Une vie sociale restreinte, des temps de transports inexistant, les salles de concerts fermées : **Les occasions d'écoute de musique ont donc elles aussi changé pendant cette période.**

Une constante : la musique est indispensable à notre quotidien. Au cours de la période, 55% des français y ont même consacré encore plus de temps que d'habitude.

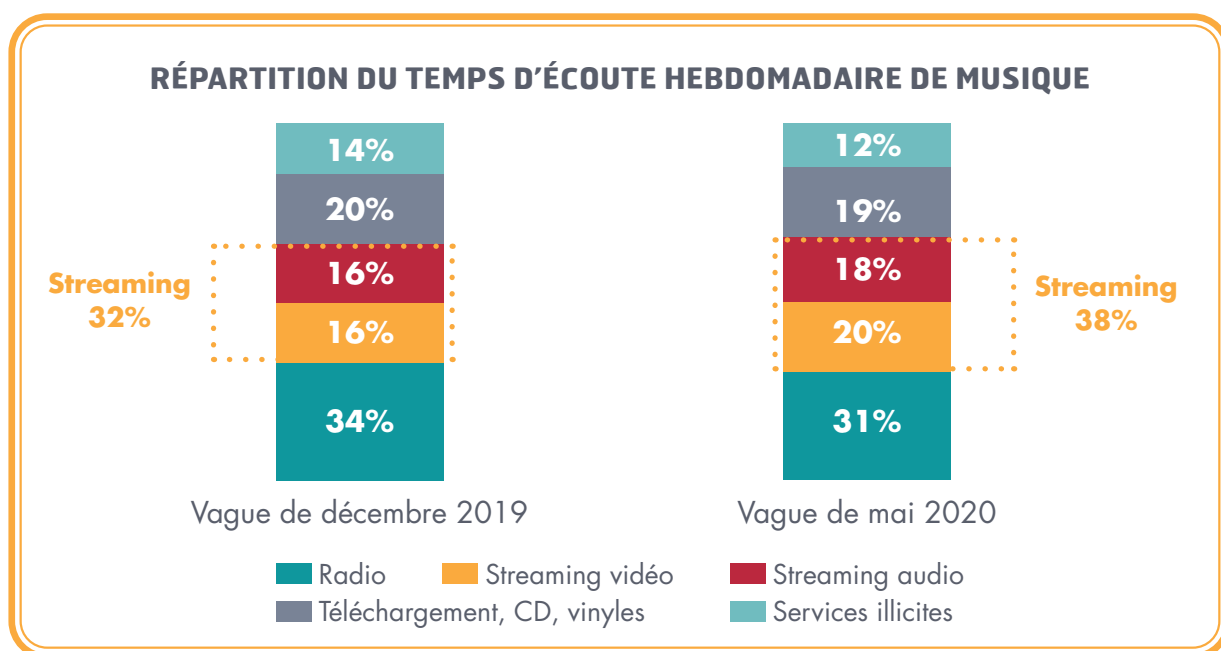
LES FRANÇAIS ONT ÉCOUTÉ DE LA MUSIQUE



(%) score en décembre 2019

Le streaming a été un mode de consommation de musique privilégié : 61% des français ayant écouté plus de musique pendant la période du confinement déclarent avoir davantage utilisé le streaming.

Le temps moyen d'écoute de musique en streaming a sensiblement augmenté pendant le confinement : au cours de cette période, il est passé devant la radio en terme de durée d'écoute. En effet, 15% des français et 17% des streamers ont déclaré avoir écouté moins souvent de la musique à la radio pendant le confinement.

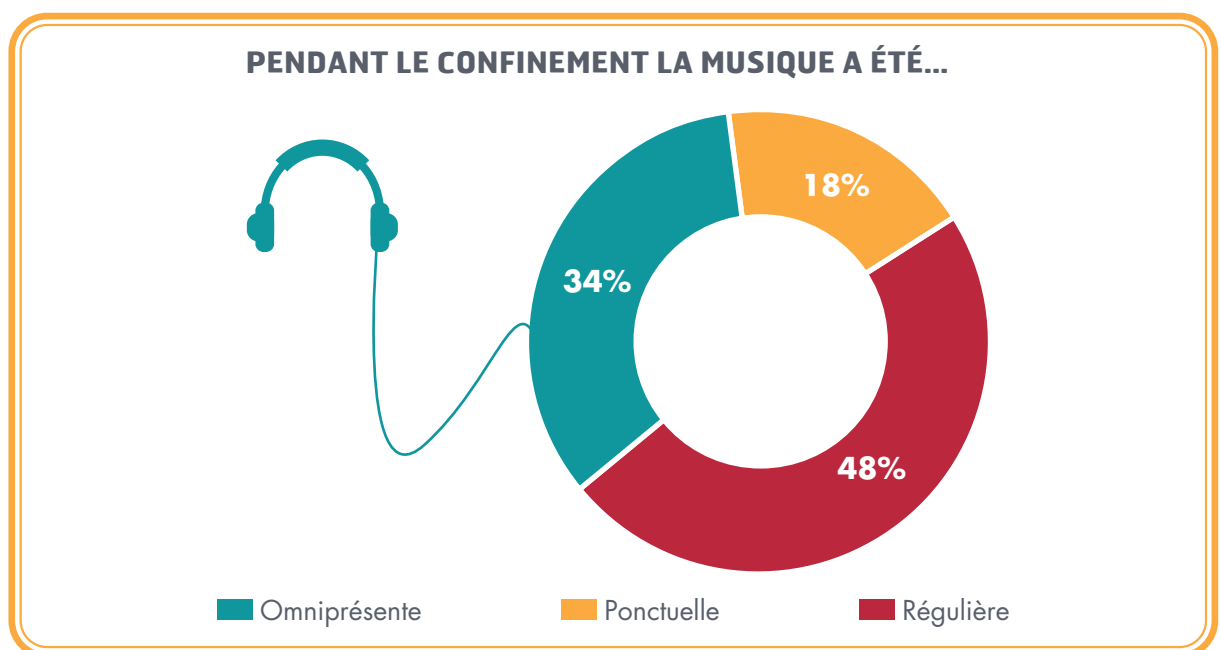


21% des streamers audio déclarent avoir réellement adopté cette pratique pendant la période de confinement et 30% d'entre eux ont souscrit un abonnement payant.

Pour les $\frac{3}{4}$ des streamers audio qui ne sont pas abonnés payants, la concurrence des abonnements aux services vidéo (Netflix, Amazon Prime, My Canal,

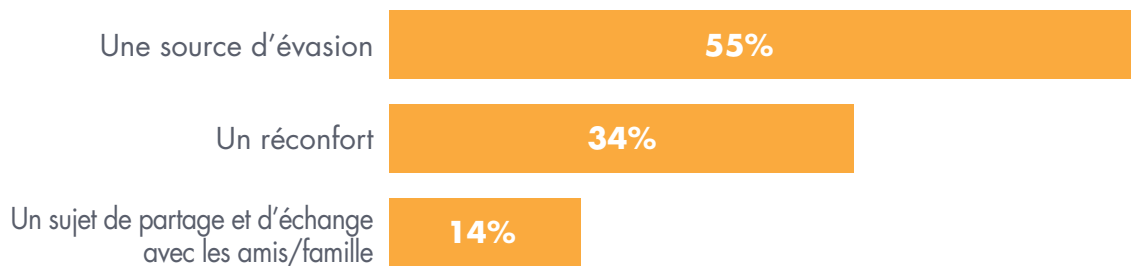
etc.) est un frein majeur à l'abonnement à un service de musique

Pour plus d'un tiers des français, la musique a été omniprésente pendant le confinement, et pour les deux tiers de la population, elle a été une source d'évasion et a joué un rôle fédérateur, notamment lors de l'hommage quotidien aux soignants.

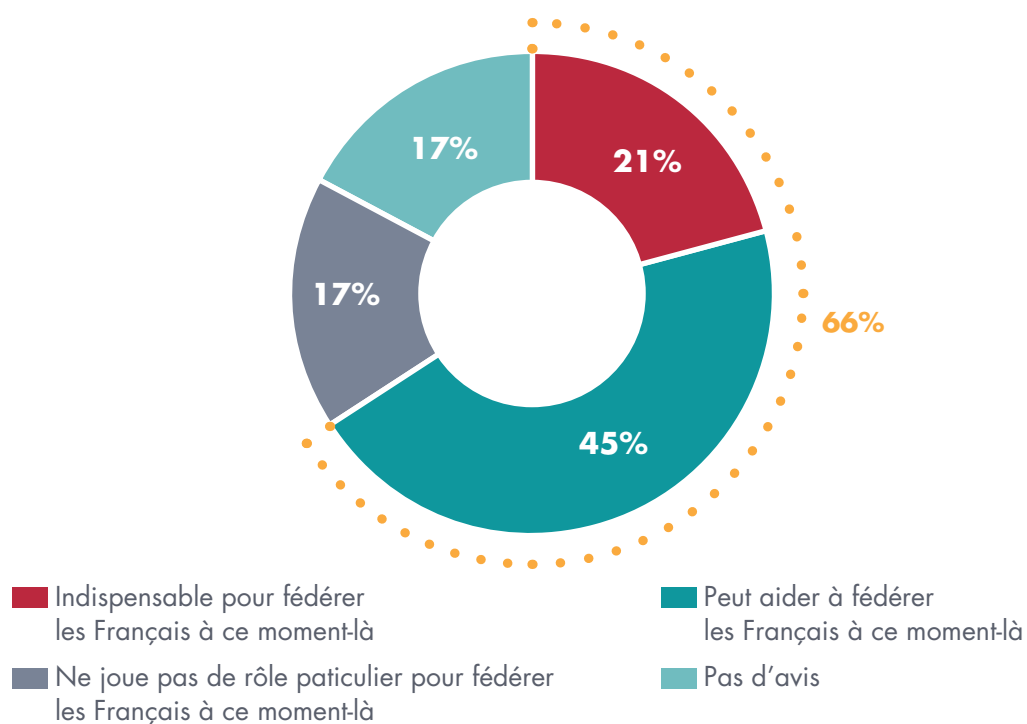


RÔLE DE LA MUSIQUE PENDANT LE CONFINEMENT

en général



au moment des hommages aux soignants



MUSIQUE ET MÉDIAS

2019 : LES FAITS MARQUANTS

Le nombre de diffusions musicales en radio est en hausse de 4,7%, tout comme le nombre total de titres différents +6,2%. En dépit d'un semestre très atypique, ce résultat confirme la progression régulière de cet indicateur constatée depuis 2015. En hausse de plus de 33% en 5 ans (68 172 vs 51 216), le nombre de titres différents diffusés au cours du semestre témoigne d'une plus grande diversité musicale en radio.

Le nombre de nouveautés francophones entrées en playlist a progressé de plus de 14%, soit près de 700 entrées francophones en programmation au cours du semestre écoulé. Il y a désormais autant d'entrées en playlist francophones en radio que d'entrées de titres internationaux. Ce ratio était de deux tiers / un tiers, au profit des titres internationaux en 2015.

Le taux de diffusion de chansons francophones continue également son embellie en radio avec une hausse de 2,2 points par rapport à 2019, soit 37,4% du total des diffusions aux horaires suivis par le CSA. Le taux d'exposition francophone a gagné 5 points en 5 ans.

Ces progrès en matière d'exposition francophone en radio se retrouvent dans le haut du classement

du semestre : 5 titres francophones se classent dans le top 20 (contre 4 en 2019). Mais aucun titre francophone ne figure dans le Top 10. La meilleure performance francophone revient à Soprano « A nos héros du quotidien » classé 12^{ème} du classement. Angèle et le duo Vitaa & Slimane s'illustrent également dans le Top 100 avec chacun 3 singles différents classés.

S'agissant de la télévision, le nombre de diffusions de clips progresse également de 2,7% tout comme le nombre de clips différents +3,9%. La part de diffusions de clips francophones suit la même tendance avec une hausse de près de 9 points sur les 11 chaînes du panel TV. Le taux de diffusions francophones représente 54,3% des clips programmés au cours du semestre.

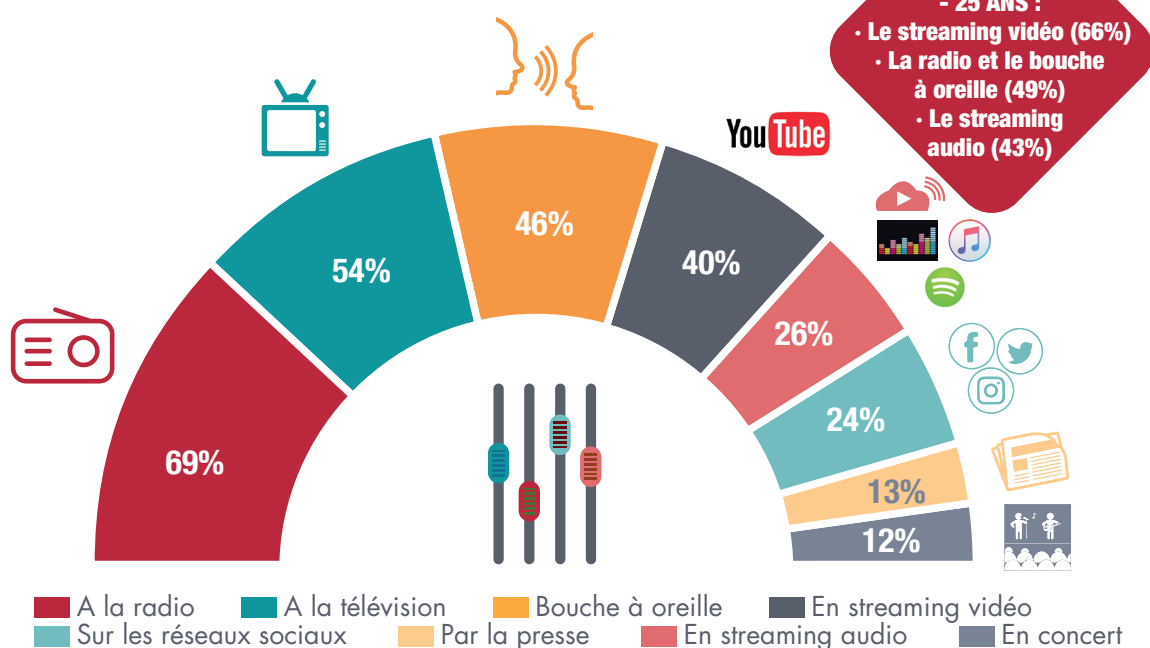
En revanche, s'agissant des nouveautés, l'impact de la crise sanitaire est pleinement perceptible en télévision. L'impossibilité de réaliser des clips sur une grande partie du semestre se traduit par une baisse de 12% du nombre de nouvelles entrées en programmation. La baisse est de 11,3% pour les nouveautés francophones.

L'EXPOSITION DES NOUVEAUTÉS DANS LES MÉDIAS TRADITIONNELS, UN ENJEU TOUJOURS DÉTERMINANT

Le succès de la production locale passe toujours par une bonne exposition chez les partenaires historiques de la musique que sont la radio et la télévision. Même à l'heure du streaming, les médias traditionnels restent les premiers prescripteurs de nouveautés musicales : plus de 2/3 des français découvrent les nouveautés à la radio.

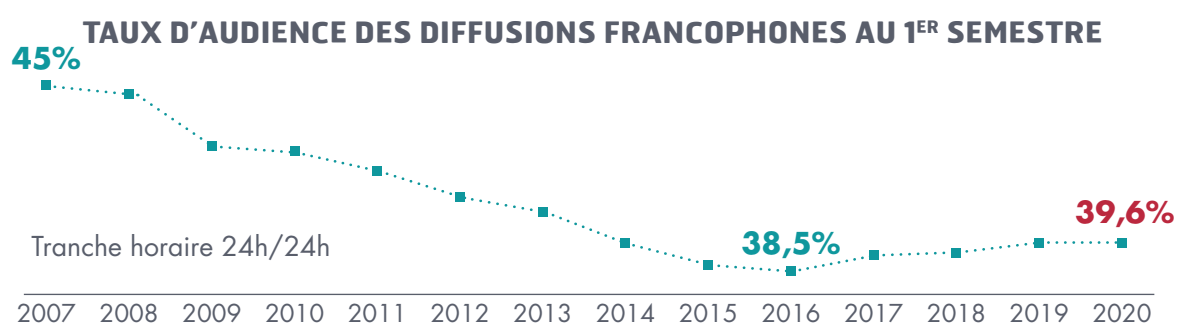
Si les moins de 25 ans utilisent plus volontiers le streaming vidéo pour découvrir des nouveautés, la radio reste pour eux une source majeure de découverte, devant le bouche à oreille et le streaming audio.

PRINCIPALES SOURCES DE DÉCOUVERTE D'ARTISTES, DE TITRES OU D'ALBUMS



MUSIQUE ET RADIO : UN PARTENARIAT ESSENTIEL

L'audience des diffusions francophones est stable par rapport au 1^{er} semestre 2019 et en hausse de 3% par rapport aux audiences du 1^{er} semestre 2016.



Source Yacast

Une exposition du nombre de titres francophones en légère progression (+ 2,2 points vs 1^{er} semestre 2019) qui donne à la francophonie une part de marché de 37,4% des diffusions radio entre 6h30 et 22h30.

L'impact des mesures mises en place en 2016 par le législateur pour doper à la fois la diffusion et la diversité francophones est à nouveau pleinement perceptible. Les stations ont programmé plus de titres francophones : 693 sont entrés en playlist, soit une progression de 14,5 % par

rapport au 1^{er} semestre 2019, qui lui-même affichait une hausse de 11,4% vs les 6 premiers mois de 2018. 4 494 artistes francophones ont été diffusés sur les 34 radios du panel soit une progression de 3,4 % par rapport au 1^{er} semestre 2019.

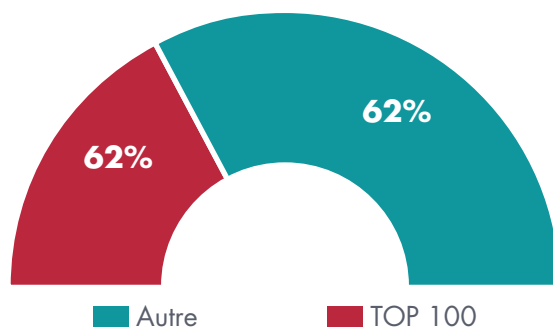
Néanmoins, malgré le travail intense des labels pour mettre en avant les nouvelles productions et notamment les singles extraits d'albums à paraître au second semestre, le nombre de nouveautés programmées sur les ondes a pour sa part reculé : cet indicateur qui, traditionnellement, suit la même courbe de progression que le nombre de

titres différents, recule de -5,7% par rapport au 1^{er} semestre 2019. Les nouveautés francophones (moins d'un an) sont plus affectées que celles du répertoire international : -8,7% par rapport au 1^{er} semestre 2019. On peut probablement y voir un impact de la crise sanitaire durant laquelle les radios ont privilégié les titres déjà connus de leur public.

UN TOP 100 LÉGÈREMENT PLUS CONCENTRÉ :

Les 100 titres les plus diffusés génèrent 33,6% des diffusions radios du semestre (+1,2 point vs 1^{er} semestre 2019)

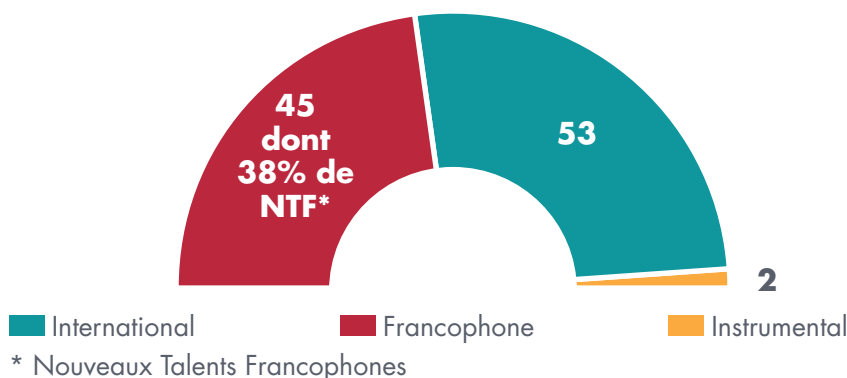
1^{ER} SEMESTRE 2020 PART DU TOP 100 SUR L'ENSEMBLE DES DIFFUSIONS RADIOS



Source Yacast

Toutes radios confondues, 45 titres francophones différents se sont classés parmi les 100 titres les plus diffusés du semestre (vs 46 au 1^{er} semestre 2019) dont 17 nouveaux talents* (vs 19 au 1^{er} semestre 2019)

NOMBRE DE TITRES PAR RÉPERTOIRE AU SEIN DU TOP 100



* Nouveau talent : artiste n'ayant pas eu 2 disques d'or

Source Yacast

LES PERFORMANCES DU 1^{ER} SEMESTRE 2020 EN RADIO

N°1 DU CLASSEMENT GÉNÉRAL RADIO

The Weeknd

« Blinding lights » (Island-Def Jam / Universal music)



86 133 diffusions / 1,8 milliard de contact

Rappel 1^{er} semestre 2019 : Calvin Harris & Rag 'N' Bone

Man « Giant »

SINGLE LE PLUS PLAYLISTÉ

Les Enfoirés

« A côté de toi » (Columbia / Sony music)



Entrée en playlist sur 102 stations

(sur un panel de 174 radios)

Rappel 1^{er} semestre 2019 : Angèle « Balance ton quoi »

ARTISTE LE PLUS DIFFUSÉ EN RADIO

The Weeknd

(Island-Def Jam / Universal music)



123 131 diffusions : 49 titres différents /

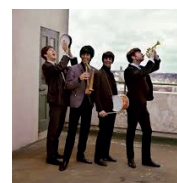
2,6 milliards de contacts

Rappel 1^{er} semestre 2019 : Calvin Harris

REPERTOIRE LE PLUS EXPOSÉ

The Beatles

« A côté de toi » (Columbia / Sony music)



112 titres différents /

1489 diffusions : 122 millions de contacts

Rappel 1^{er} semestre 2019 : The Beatles

Source Yacast

5 TITRES FRANCOPHONES FIGURENT DANS LE TOP 20 MAIS AUCUN DANS LE TOP 10

(1 de plus qu'au 1^{er} semestre 2019)

Soprano

A nos héros
du quotidien

(REC.118 – WARNER
MUSIC)



Clara Luciani

Ma sœur

(Initial Artist Services –
UNIVERSAL MUSIC)



Les Enfoirés

A côté de toi

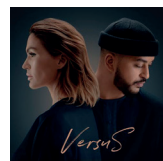
(Columbia – SONY MUSIC)



Vitaa & Slimane

Avant toi

(Island-Def Jam
UNIVERSAL MUSIC)



Angèle

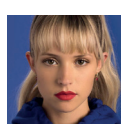
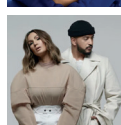
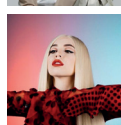
Oui ou non

(Initial Artist Services –
UNIVERSAL MUSIC)



Source Yacast

3 ARTISTES ONT PLACÉ 3 TITRES DIFFÉRENTS DANS LE TOP 100 RADIOS

	Angèle	Oui ou non	18
		Ta reine	38
		Flou	83
	Vitaa & Slimane	Avant toi	16
		Pas beaux	54
		Ca va ça vient	90
	Ava Max	Salt	25
		Torn	92
		Kings & queens	97

Source Yacast

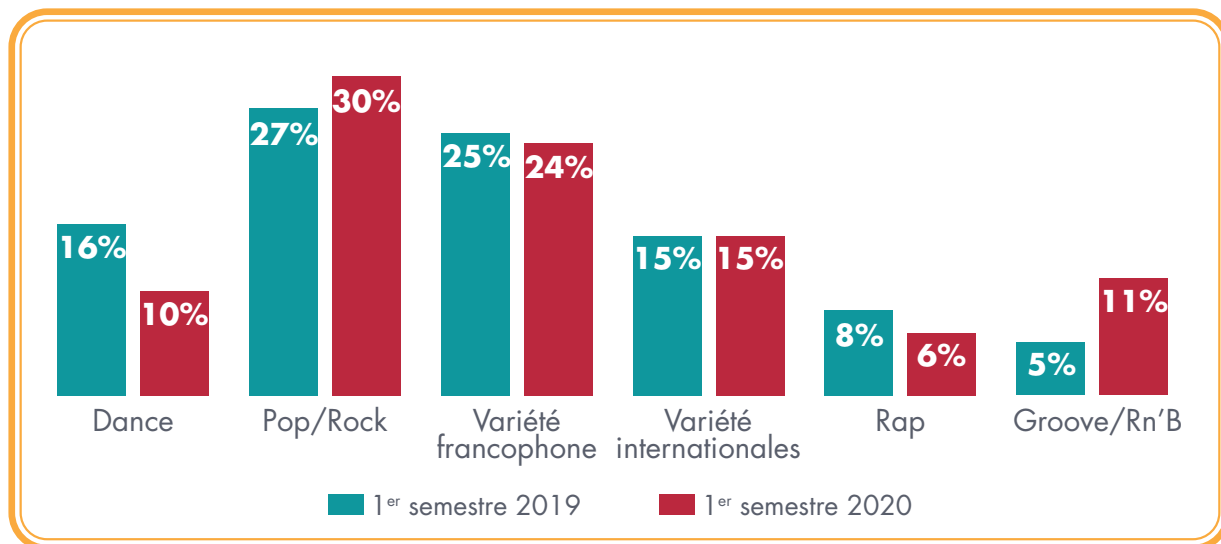
TOP 20 DES DIFFUSIONS RADIOS

Rang	Interprète		Titre	Label
1	The Weeknd		Blinking lights	ISLAND-DEF JAM
2	Nea		Some say	RCA GROUP
3	Lewis Capaldi		Before you go	CAROLINE
4	Maroon 5		Memories	POLYDOR
5	Karol G feat. Nicki Minaj		Tusa	ISLAND-DEF JAM
6	Doja Cat		Say so	ARISTA
7	Regard		Ride it	B1
8	Freya Ridings		Castles	CAPITOL MUSIC
9	Tones and I		Dance monkey	WEA
10	Black Eyed Peas		Ritmo (Bad boys for life)	RCA GROUP
11	Shaed feat. Zayn		Trampoline	CAROLINE
12	Soprano		A nos héros du quotidien	REC. 118
13	Clara Luciani		Ma soeur	INITIAL ARTIST SERV.
14	Les Enfoirés		A côté de toi	COLUMBIA
15	The Weeknd		In your eyes	ISLAND-DEF JAM
16	Vitaa & Slimane		Avant toi	ISLAND-DEF JAM
17	Tones and I		Never seen the rain	WEA
18	Angèle		Oui ou non	INITIAL ARTIST SERV.
19	Maejor feat. Greeicy		I love you	CAROLINE
20	Lady GaGa		Stupid love	POLYDOR

Source Yacast

L'ÉVOLUTION DES GENRES MUSICAUX AU SEIN DU TOP 100 DES MEILLEURES DIFFUSIONS

Baisse de la part de la Dance (-6 points) et léger recul du rap (-2 points) au bénéfice du Groove / Rn'B (+6 points) et du Pop/Rock (+3 points).



Source Yacast

MUSIQUE & TÉLÉVISION

Le nombre de diffusions de clips (544 327) est en hausse de 2,7% ainsi que le nombre de clips différents (+3,9%).

La part des diffusions francophones progresse de 8,6 points et représente pour le premier semestre 2020 plus de 54% des diffusions totales. 32 clips

francophones sont classés dans le TOP 50 et ce dernier rassemble 30,1% du total des diffusions TV.

Sur les 20 premiers clips classés, 13 sont des artistes francophones. Soprano a occupé la 1ère place du Top TV pendant 12 semaines avec son clip « Ninja ».

N°1 DU CLASSEMENT GÉNÉRAL TV

Angèle « Oui ou non »

(VL Records / Initial Artist Services / Universal Music)



119 millions de contacts

Rappel 1^{er} semestre 2019 : Angèle et Roméo Elvis « Tout oublier » (Universal)

ARTISTE LE PLUS DIFFUSÉ

Soprano

(Rec.118 / Warner Music)



12 059 diffusion

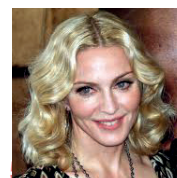
23 clips différents

Rappel 1^{er} semestre 2019 : Angèle (Universal)

RÉPERTOIRE LE PLUS EXPOSÉ

Madonna

(VL Records / Initial Artist Services / Universal Music)



1 028 diffusions

Rappel 1^{er} semestre 2019 : Mylène Farmer

Source Yacast

6 ARTISTES ONT PLACÉ DEUX TITRES DANS LE TOP 50 DES MEILLEURES DIFFUSIONS DE CLIPS

	Vita & Slimane	Avant toi	2
		Pas beaux	29
	Soprano	Ninja	5
		A nos héros du quotidien	9
	Dadju	Bobo au cœur	15
		Ma vie	26
	Dua Lipa	Physical	17
		Don't start now	21
	Black Eyed Peas	Ritmo (Bad boys for life)	25
		Mamacita	40
	Tones and I	Never seen the rain	27
		Dance monkey	35

Source Yacast

TOP 20 DES CLIPS LES PLUS DIFFUSÉS EN TV

Rang	Interprète		Titre	Label
1	Angèle		Oui ou non	INITIAL ARTIST SERVICES
2	Vitaa & Slimane		Avant toi	ISLAND-DEF JAM
3	The Weeknd		Blinking lights	ISLAND-DEF JAM
4	M. Pokora		Si t'es pas là	TF1 MUSIQUE
5	Soprano		Ninja	REC. 118
6	Les Enfoirés		A côté de toi	COLUMBIA
7	Clara Luciani		Ma soeur	INITIAL ARTIST SERVICES
8	Claudio Capéo		Ma jolie	JO & CO
9	Soprano		A nos héros du quotidien	REC. 118
10	Nea		Some say	RCA GROUP
11	Lewis Capaldi		Before you go	CAROLINE
12	Soolking feat. Dadju		Melegim	CAPITOL MUSIC
13	Camélia Jordana		Facile	PLAY TWO
14	Gradur feat. Heuss l'enfoiré		Ne reviens pas	CAPITOL MUSIC
15	Dadju		Bobo au coeur	POLYDOR
16	Aya Nakamura		40%	REC. 118
17	Dua Lipa		Physical	WEA
18	Doja Cat		Say so	ARISTA
19	Karol G feat. Nicki Minaj		Tusa	ISLAND-DEF JAM
20	Freya Ridings		Castles	CAPITOL MUSIC

Source Yacast