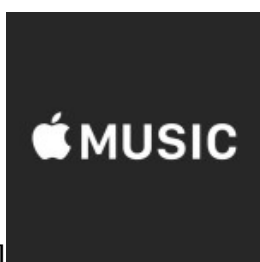


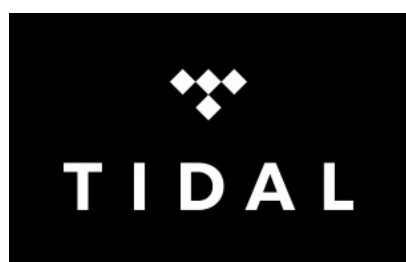
Streaming musical : Guerre autour des exclusivités

La sortie le 20 août dernier en exclusivité sur Apple Music du très attendu album *Blond* de Frank Ocean a une nouvelle fois relancé le débat sur la multiplication des exclusivités sur le marché du streaming musical. Apple et Tidal en particuliers se sont lancés au cours des derniers mois dans une course à l'exclusivité qui bouleverse progressivement l'équilibre du marché.

La guerre des exclusivités de Tidal et Apple



L'exclusivité de l'album de Frank Ocean n'est pas un cas isolé et il vient compléter la déjà longue liste d'exclusivités des services musicaux d'Apple. Apple Music et iTunes propose ou ont proposé en exclusivités des titres de plusieurs poids-lourds de la scène musicale américaine parmi lesquels : Taylor Swift, Drake, Future DVSN, Kate Perry ou encore Pharrel Williams. La durée d'exclusivité peut s'étendre de quelques jours seulement jusqu'à une durée indéfinie, il ne s'agit donc pas seulement d'exclusivité temporaire. L'album *1989* de Taylor Swift par exemple sorti en streaming sur Apple Music en juin 2015 est toujours une exclusivité Apple à ce jour.



Cependant, Apple n'est pas le seul acteur à proposer des exclusivités et le groupe se livre à une véritable guerre des exclusivités avec le service Tidal. Le service de streaming lancé par Jay-Z a ainsi multiplié les sorties exclusives parmi lesquels les albums de Beyoncé, Rihanna et Kanye West. Le site propose également en exclusivité la discographie de Jay-Z et de Prince. En outre, les sorties exclusives importantes devraient se multiplier sur Tidal puisque le service est pour partie détenue par un panel de « musiciens-actionnaires » qui se sont engagés à diffuser certains de leurs titres en exclusivité. Tidal pourrait proposer en exclusivité dans les mois à venir des titres de Nicki Minaj, Daft Punk, Jack White, Madonna, Arcade Fire, Calvin Harris ou Coldplay.

La course aux exclusivités entre les deux acteurs devrait donc s'accélérer, d'autant plus que la stratégie s'avère gagnante pour les services. En effet, après un lancement mitigé Tidal a connu une accélération de son développement grâce au lancement en exclusivité de l'album *Lemonade* de Beyoncé. Le service a annoncé avoir enregistré un million de création

de compte dans la semaine qui a suivi la sortie de l'album. Autant pour Tidal que pour Apple Music, les exclusivités constituent un moyen de renforcer leur attractivité dans un secteur dominé jusqu'alors par Spotify.

Vers un marché de l'exclusif

Ce phénomène n'est pas cependant circonscrit à une simple concurrence entre deux nouveaux services qui cherchent à développer leur base d'abonnés et la multiplication d'exclusivités majeures peut bouleverser durablement le marché du streaming. Le marché du streaming reposait sur une quasi-exhaustivité des catalogues pour l'ensemble des services disponibles puisque jusqu'à présent les exclusivités de poids étaient relativement rares. L'attractivité des services reposait donc plus sur les fonctionnalités et l'expérience utilisateur. Aujourd'hui pourtant, les nouveaux entrants ont bousculé les règles du marché et jouent plus sur les catalogues que sur les fonctionnalités pour recruter de nouveaux abonnés. A force, la concurrence entre services de l'ensemble du marché pourrait progressivement glisser sur une compétition de catalogues.

La tendance pourrait en outre s'accélérer avec un durcissement de la concurrence avec l'arrivée de deux nouveaux services de streaming musical aux Etats-Unis. Amazon prépare depuis longtemps le lancement d'un service de streaming musical pour ses abonnés premium. Le groupe aurait conclu des accords avec les majors au cours de l'été et pourrait probablement lancer son service à la fin du mois de septembre. Amazon devra cependant compter sur la concurrence de Pandora qui devrait lancer au même moment un service de streaming musical par abonnement selon le Wall Street Journal. Il y a fort à parier que pour se tailler des parts de marchés, les deux nouveaux services pourraient être tentés de recruter des artistes en exclusivité. Amazon en particulier est suspecté de vouloir réitérer sa stratégie vidéo et de développer un large catalogue de contenus exclusifs.

Le leader du secteur Spotify semble préoccupé de cette évolution du secteur. Le groupe suédois aurait ainsi entrepris de limiter le phénomène en dissuadant les artistes de passer à la concurrence. Cette politique n'a pas été confirmée officiellement par Spotify mais certains artistes ayant accordé des exclusivités sur d'autres services auraient été pénalisés par une baisse de visibilité[1]. Cependant, pour l'instant Spotify ne semble pas vouloir suivre les traces de ses concurrents en multipliant les accords d'exclusivités ce qui pourrait peut-être limiter la multiplication des exclusivités.

[1]Plusieurs artistes dont Kate Perry auraient vu leurs titres retirés des recommandations et playlists populaires du service, ce qui aurait provoqué une baisse importante de leur nombre d'écoute.