

¹LE MARCHE DE LA MUSIQUE EN AMERIQUE LATINE

Document établi par Leila Cobo, vice-présidente, cheffe de l'industrie latine, Billboard

RÉSUMÉ

En 2017, “Despacito”, un morceau en espagnol basé sur des rythmes typiquement latins, s’est hissé au numéro 1 du classement Billboard Hot 100 des États-Unis d’Amérique, où il est resté pendant 16 semaines d’affilée, un record à l’époque.

Interprété par le crooner portoricain Luis Fonsi et la star de reggaeton Daddy Yankee, le morceau avait progressé lentement au classement depuis sa sortie quelques mois auparavant, pour finalement devenir la vidéo musicale la plus regardée sur YouTube.

Mais ce n’est qu’après que Justin Bieber a décidé d’intervenir sur le morceau, chantant en anglais et en espagnol, qu’il a été propulsé en première place.

La musique latine avait certes déjà ses entrées dans les classements avant “Despacito”, mais ce morceau a ouvert la voie à son explosion, portée par l’avènement du streaming et par un public passionné qui s’est multiplié exponentiellement.

En 2020, la musique latine, définie comme de la musique interprétée principalement en espagnol, est le genre musical qui connaît la plus forte croissance à travers le monde. Autrefois incarnée par les ballades romantiques et les chansons folkloriques, la musique latine s’est diversifiée et englobe désormais un éventail étourdissant de sous-genres, de voix, de nationalités, de rythmes, de syncopes et de styles de plus ou moins grande envergure.

La popularité de la musique latine aujourd’hui est telle que la star de reggaeton portoricaine Bad Bunny fut l’artiste le plus écouté sur Spotify en 2020, avec 8,3 milliards de streams, et que son album YHLQMDLG fut quant à lui l’album le plus écouté sur cette plateforme à l’échelle mondiale, avec plus de 3,3 milliards de streams.

Les records de Bad Bunny illustrent la visibilité grandissante de la musique latine sur la scène mondiale. Les collaborations largement médiatisées entre artistes latins et non latins se multiplient, on retrouve régulièrement des noms latins au sommet des classements mondiaux de YouTube, et la vidéo musicale la plus regardée de tous les temps sur cette plateforme est – vous l’aurez deviné – “Despacito”, avec plus de 7 milliards de streams.

Sur Spotify, au-delà de Bad Bunny, les noms latins représentent environ 20% des artistes figurant au classement mondial des 200 morceaux les plus écoutés chaque semaine, et J Balvin figure depuis 2018 parmi les 5 artistes les plus écoutés sur la plateforme. En 2020, il est arrivé en troisième position, derrière Drake et Bad Bunny.

Plus révélateur encore, le nouveau classement mondial de Billboard (excluant les États-Unis d’Amérique), qui comptabilise les ventes numériques et le streaming dans plus de 200 pays, a été lancé en septembre 2020, avec un morceau en espagnol – “Hawái”, de Maluma – au numéro 1.

L’information fournie dans la présente étude n’engage que son auteur. Les opinions exprimées dans l’étude ne reflètent pas nécessairement celles des États membres ou du Secrétariat de l’OMPI.

Comme l'a fait remarquer la star de Hollywood Lin Manuel Miranda : "La musique fait tomber les barrières par l'exposition, et l'Internet a démocratisé l'exposition de telle manière que beaucoup des plus grandes stars latines au monde sont des stars de la musique".

La scène actuelle de la musique latine est alimentée par une acceptation grandissante de ce genre aux États-Unis d'Amérique et sur d'autres continents, par la croissance accélérée et la popularité du streaming en Amérique latine et par l'explosion du nombre d'artistes latins qui décrochent des contrats et se font connaître partout dans le monde, qui représentent un large éventail de genres, de styles et de nationalités.

Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), l'organisation sans but lucratif qui représente les intérêts de l'industrie de l'enregistrement à l'échelle mondiale, la région de l'Amérique latine a connu 11 années consécutives de croissance (2010-2020) en termes de recettes issues de la musique. C'est également la région qui a enregistré la croissance la plus rapide pendant cette période (aux fins de l'IFPI, la région de l'Amérique latine comprend l'Argentine, l'État plurinational de Bolivie, le Brésil, les Caraïbes, l'Amérique centrale, le Chili, la Colombie, le Paraguay, le Pérou, l'Équateur, le Mexique et l'Uruguay).

D'après le rapport 2021 de l'IFPI – le seul à fournir un décompte détaillé des recettes issues de la musique dans tous les pays – en 2020, **l'Amérique latine fut la région affichant de loin la plus grande croissance (15,9%) et la seule région du monde à enregistrer une croissance à deux chiffres.**

La prospérité de la région était portée par le taux de croissance du numérique le plus élevé au monde – 24,6% – tous les marchés ayant affiché "une croissance à deux chiffres dans ce secteur." Cette tendance à la hausse se retrouve dans les plus grands marchés de la région, à savoir le Brésil (+13,1%), le Mexique (+17,1%) et l'Argentine (+40,9%).

Outre le streaming, qui, en 2020, représentait 84,1% des recettes de la région, l'Amérique latine a également enregistré une croissance impressionnante en termes de recettes provenant des droits d'exécution publique (+10,6%) et des droits de synchronisation (+9,4%).

L'augmentation des chiffres relatifs au streaming va de pair avec une explosion de nouveaux contrats sur l'ensemble du continent. Jamais dans l'histoire récente autant d'artistes n'ont décroché simultanément de contrats dans la région.

Les recettes du marché de la musique en Amérique latine ont progressé malgré le fait que la région est aux prises avec des problèmes de dévaluation, de troubles sociaux et économiques et de faibles taux d'abonnement aux services de streaming.

À titre d'exemple, un abonnement Spotify Premium aux États-Unis d'Amérique coûte 9,99 dollars par mois. Dans une grande partie de l'Amérique latine, du fait des monnaies dévaluées, ce même abonnement vaut l'équivalent de 5 à 5,50 dollars É.-U.

Cela signifie à son tour que le paiement par stream versé aux créateurs en Amérique latine est inférieur à celui dont les créateurs jouissent dans d'autres régions, par exemple en Europe.

Le streaming s'est révélé être la planche de salut de l'industrie de la musique de manière générale, mais en Amérique latine, il est encore démesuré en comparaison. En 2019 et 2020, l'Amérique latine était la région du monde où la plus grande part de revenus était générée par le streaming, selon l'IFPI.

Le goût de la population latino-américaine pour le streaming est illustré par la présence disproportionnée de la musique latine dans les classements mondiaux.

Toutes les semaines, les morceaux latins – c'est-à-dire chantés principalement en espagnol ou en portugais – représentent environ 15 à 20% du classement mondial des 50 morceaux les plus écoutés de Spotify.

Sur YouTube, la plateforme de streaming préférée des Latino-Américains, les vidéos de morceaux contenant du portugais ou de l'espagnol représentent en moyenne 30% des vidéos figurant dans les classements mondiaux hebdomadaires de la plateforme. Quant aux artistes latinos, ils représentent 30% des entrées dans le célèbre club du milliard de vues de YouTube. Soixante-cinq vidéos d'artistes latinos ont franchi la barre du milliard de vues.

D'après Mia Nygren, directrice générale en charge de l'Amérique latine chez Spotify, l'Amérique latine est la région du monde dont le nombre d'utilisateurs a augmenté le plus rapidement en 2019 et elle représente un marché "clé" pour Spotify. Spotify comptait 155 millions d'abonnés en 2020, dont 21% se trouvaient en Amérique latine.

En d'autres termes, rien de moins qu'un cinquième de tous les abonnés à Spotify Premium se situent en Amérique latine.

La musique latine a par ailleurs un public particulièrement passionné.

Selon Jennifer López, "Les Latinos sont très attachés à leurs origines. Il y a quelque chose qui coule dans nos veines qui fait de nous qui nous sommes, qui nous donne ce feu, cette passion". "Ce sont là des stéréotypes sur les Latinos, mais à dire vrai, c'est la réalité".

Dans la plupart des pays latins, la musique est omniprésente dans la vie quotidienne, elle représente plus qu'un simple passe-temps. L'obsession de l'Amérique latine pour la musique a été un facteur déterminant dans l'essor de la consommation et de la production de musique issue de cette région. Si les attitudes au regard de la musique n'avaient pas été aussi enthousiastes et empreintes de conviction, la région, avec sa myriade de problèmes et de limitations, aurait connu une croissance bien plus modeste à tous les égards.

D'après une étude Nielsen Music 360 sur l'Amérique latine, la musique est "un point de contact émotionnel clé en Amérique latine", 90% des répondants déclarant qu'elle est importante pour eux.

Les personnes interrogées ont déclaré passer plus de temps à écouter de la musique – 30 heures par semaine, contre 26,6 heures par semaine pour les auditeurs des États-Unis d'Amérique.

Parmi les exemples de marchés en croissance en Amérique latine figurent le Paraguay, où le streaming est en forte progression, le Chili et la République dominicaine, où le secteur de la musique en direct est florissant (avant la pandémie) et la Colombie, dont le secteur A&R est particulièrement dynamique ces dernières années et auquel on doit notamment Maluma, Karol G et J Balvin.

Si la croissance de la région d'Amérique latine tient en grande partie à ses plus gros marchés – le Brésil, le Mexique et l'Argentine – qui figurent parmi les 20 premiers marchés de la musique à l'échelle mondiale, la croissance parallèle de ses nombreux petits pays et marchés a un effet multiplicateur important.

Inversement, alors que, pendant des années, la musique en anglais provenant de pays comme les États-Unis d'Amérique et le Royaume-Uni a dominé les ondes dans de nombreux pays, aujourd'hui, l'investissement dans les répertoires locaux a stimulé l'essor des artistes et des genres locaux.

La Colombie, par exemple, qui n'avait qu'occasionnellement été un acteur de portée internationale dans le domaine de la musique avec des artistes comme Shakira, Carlos Vives et Juanes, a commencé à incuber une nouvelle génération de musiciens. Au cours des vingt dernières années, des départements de musique ont été créés dans les universités du pays, où sont formés non seulement des artistes en herbe, mais également des ingénieurs d'enregistrement, des producteurs, des arrangeurs et d'autres professionnels. En 2016, 64 écoles de musique étaient enregistrées auprès du Ministère de l'éducation du pays.

“Le fait que nous avons eu du mal, en tant que communauté latine, à percer sur le marché américain n'est pas un secret”, affirme-t-il. “En ce moment, nous écrivons l'histoire en tant que communauté latine, et je suis très fier de faire partie de ce grand mouvement”.

Aujourd'hui, la qualité de la musique créée en Amérique latine fait concurrence à n'importe quel courant pop majeur dans les classements. De plus en plus, la musique est créée par et pour un public plus jeune qui, il y a à peine 10 ans, devait se tourner vers l'extérieur pour trouver ses artistes et ses idoles, parce qu'ils étaient si peu nombreux sur son terroir.

L'essor des artistes régionaux se manifeste désormais à l'échelle planétaire.

Du lancement du classement Billboard Global 200 le 19 septembre 2020 au 27 février, Puerto Rico a été le deuxième territoire le plus représenté (après les États-Unis d'Amérique) au classement, avec une moyenne de 34 mentions par semaine. Seuls les États-Unis d'Amérique et le Royaume-Uni le devançaient. Au classement mondial hors États-Unis d'Amérique, il bénéficiait de 40 mentions par semaine mais arrivait en troisième position, derrière le Royaume-Uni et les États-Unis d'Amérique.

Après Puerto Rico, la Colombie était le cinquième pays le plus représenté (après les États-Unis d'Amérique, Puerto Rico, le Royaume-Uni et le Canada) au classement Global 200, avec 16 mentions par semaine en moyenne. Elle était le quatrième territoire le plus représenté au classement mondial hors États-Unis d'Amérique, avec une moyenne de 22 mentions par semaine.

L'Espagne, Panama et le Brésil viennent ensuite au classement Global 200, recevant chacun 2 à 2,5 mentions par semaine.

Parmi les artistes et groupes locaux qui rencontrent un succès mondial, citons Sech (Panama), Karol G (Colombie), Camilo (Mexique) et Nicki Nicole (Argentine).

Si l'Amérique latine a connu une émergence d'artistes locaux, elle a également vu une augmentation de la popularité des genres locaux.

“Un point commun que nous avons constaté sur l'ensemble de nos marchés est le fait que les artistes locaux attirent le plus les utilisateurs locaux”, affirme Deborah Jourdan, responsable de l'Amérique du Nord et de l'Amérique centrale à Deezer. Parmi les genres de grande consommation figurent les genres norteño et banda du Mexique, cumbia de Colombie et d'Argentine, trap d'Argentine et música popular de Colombie.

L'Amérique latine est la région qui connaît la croissance la plus forte et la plus rapide en termes de recettes provenant de la musique. C'est également la région qui affiche la croissance la plus rapide en matière de taux de streaming, et les artistes qui chantent en espagnol sont représentés de manière disproportionnée dans les classements de streaming et de YouTube.

L'élan de la musique latine ne semble pas près de fléchir. Au contraire, la région produit des groupes à succès à une cadence plus élevée que jamais, et ceux-ci sont originaires des quatre coins de la région, du Mexique et d'Amérique centrale en Argentine en passant par les Caraïbes. Malgré le danger que représentent les économies instables et les troubles sociopolitiques, la croissance de l'accès à Internet et de l'acquisition d'un téléphone portable, alliée à l'augmentation du nombre de contrats de nouveaux artistes et de la perception de recettes pointent vers une poursuite de la croissance dans un avenir prévisible.

– Leila Cobo
