

INDUSTRIE MUSICALE: QUI TIENT LES RÊNES EN 2026 ?

Un marché qui pèse 31.7 milliards de dollars, mais où la vraie bataille se joue dans l'algorithme et la conversion en fandom

+ 100 000

nouvelles chansons sont mises en ligne chaque jour sur les plateformes de streaming (le défi de la visibilité).



69,6%

des revenus du recorded music mondial viennent du streaming, selon l'IFPI 2026

LES ANCIENS GARDE-BARRIÈRES

3 Major Labels

(Universal, Sony, Warner) contrôlaient historiquement l'accès exclusif aux médias de masse. Aujourd'hui, leur rôle mute vers la gestion de données plutôt que vers la simple distribution.

Le constat : Autrefois, ils décidaient de "qui" devenait une star. Aujourd'hui, ils courent après les artistes déjà viraux sur TikTok.

-40%

de baisse de l'influence de la radio traditionnelle sur la découverte de nouveaux artistes chez les 15-24 ans sur la dernière décennie.

LE NOUVEAU ROI: L'ALGORITHME



SUR 10 000

consommateurs presque la moitié des consommateurs n'ont pas streamé un morceau parce qu'ils l'avaient entendu sur les réseaux le mois précédent. [midiaresearch](#)

52%

des consommateurs citent YouTube parmi leurs 3 principaux lieux de découverte musicale, devant le streaming avec 40% et TikTok avec 37%

74%

de ceux qui préfèrent découvrir via le streaming écoutent davantage d'un artiste après découverte, contre 48% pour ceux dont la découverte favorite est TikTok.

CE QUE ÇA CHANGE EN 2026

- L'algorithme décide de plus en plus de ce qui est visible.
- La viralité donne des pics d'audience, mais pas toujours de fidélité.
- Les artistes et les labels doivent transformer la visibilité en écoute répétée et en communauté.