



UNIVERSAL MUSIC GROUP ET DEEZER LANCENT LE PREMIER MODÈLE DE STREAMING MUSICAL CENTRÉ SUR L'ARTISTE (Artist-Centric)

Deezer va mettre en place un modèle de streaming centré sur l'artiste afin de mieux rémunérer les artistes et la musique, tout en renforçant l'expérience des fans.



Santa Monica et Paris, le 6 septembre 2023 - Universal Music Group (UMG), leader mondial du divertissement musical, et Deezer, l'une des plus grandes plateformes indépendantes de streaming musical, annoncent aujourd'hui le lancement d'un modèle de streaming centré sur l'artiste, conçu pour mieux rémunérer les artistes et la musique que les fans apprécient le plus. Deezer lancera ce nouveau modèle de rémunération en France au quatrième trimestre 2023 et d'autres marchés suivront.

Les deux entreprises ont développé ce nouveau modèle dans le cadre de leur collaboration annoncée précédemment, en utilisant leurs analyses approfondies de leurs données pour développer un modèle économique qui reflète mieux la valeur réelle de la relation fan/artiste.

La collaboration pour lancer un modèle centré sur l'artiste est motivée par le fait que les deux entreprises reconnaissent que le modèle actuel de streaming musical doit être réimaginé. Alors que le streaming a été l'avancée technologique la plus importante dans le domaine de la musique depuis de nombreuses années, l'afflux de contenus qui ne génèrent pas d'engagement significatif, y compris de contenus non musicaux, a nécessité une réévaluation de l'approche adoptée par les plateformes, les labels et les artistes pour favoriser un écosystème musical dynamique.

Basées sur l'analyse approfondie des données de Deezer, des améliorations clefs ont été intégrées dans le nouveau modèle Artist-Centric :

- **Se focaliser sur les artistes** – Deezer attribuera un double bonus aux “artistes professionnels” (qui ont au minimum 1 000 streams par mois avec au moins 500 auditeurs uniques), afin de les rémunérer plus équitablement pour la qualité et l'engagement qu'ils apportent sur la plateforme et pour les fans.

- **Récompenser les contenus engageants** - en attribuant un double bonus additionnel aux chansons qui génèrent un engagement actif des fans réduisant ainsi l'influence économique de la programmation algorithmique.
- **Démonétisation des contenus non musicaux** - Deezer prévoit de remplacer les contenus audios non musicaux par ses propres contenus dans le domaine de la musique fonctionnelle, et ceux-ci ne seront pas inclus dans la base de calcul des royalties reversées.
- **Lutte contre la fraude** - Poursuivre et renforcer le perfectionnement du système de détection des fraudes de Deezer, supprimer les possibilités de manipulation du système et protéger les rémunérations des artistes.

De plus, la taille du catalogue disponible sur les plateformes numériques a explosé ces dernières années. Le catalogue de Deezer est passé de 90 à plus de 200 millions de contenus dans les deux dernières années. Dans le cadre du modèle Artist-Centric, Deezer a l'intention d'appliquer une politique plus stricte à l'égard des fournisseurs afin de garantir la qualité et une meilleure expérience pour l'utilisateur. Il s'agit notamment de limiter les contenus parasites non liés à des artistes.

"Il s'agit du changement de modèle économique le plus ambitieux depuis la création du streaming musical, changement qui soutiendra la création de contenus de haute qualité dans les années à venir", a déclaré **Jeronimo Folgueira, Directeur Général de Deezer**. "Chez Deezer, nous avons toujours mis la musique au premier plan, en offrant une expérience de haute qualité aux fans et en défendant l'équité dans l'industrie. Nous nous engageons aujourd'hui dans un changement nécessaire, afin de mieux refléter la valeur de chaque contenu et d'éliminer toutes les mauvaises incitations, pour protéger et soutenir les artistes. Il n'existe aucun autre secteur où tous les contenus ont la même valeur, et il devrait être évident pour tout le monde que les bruits de pluie ou de machine à laver n'ont pas la même valeur qu'une chanson de votre artiste préféré diffusée en haute qualité.

"Le but du modèle Artist-Centric est d'atténuer les dynamiques qui risquent de noyer la musique dans un océan de bruits et de veiller à ce que nous soutenions et récompensons mieux les artistes à tous les stades de leur carrière, qu'ils aient 1 000, 100 000 ou 100 millions de fans. Grâce à cette approche à multiples facettes, la musique des artistes qui attirent et engagent les fans, recevra une pondération, qui reconnaîtra mieux sa valeur. Quant à la fraude et aux manipulations, qui servent uniquement à priver les artistes de la rémunération qui leur est due, elles seront résolument combattues", a déclaré **Michael Nash, EVP, Chief Digital Officer d'UMG**.

Il a poursuivi : "En adoptant les objectifs communs que nous avons soulignés au début de ce chapitre de notre partenariat, nous maintiendrons ensemble une approche flexible et adaptable. Alors que le paysage musical en constante évolution poursuit sa transformation rapide, UMG et Deezer étudieront rigoureusement l'impact de ces changements à mesure que nous intégrerons de nouveaux éléments issus de l'analyse des données et affinerons le modèle".

Olivier Nusse, Président du Directoire d'Universal Music France, a déclaré : "Après une collaboration approfondie avec Deezer tout au long de l'année 2023, nous sommes très fiers d'être les pionniers en France dans le déploiement très attendu de notre version du modèle Artist-Centric. Cette initiative concrète valorisera beaucoup plus efficacement l'engagement des fans et l'écoute active de la musique créée par les artistes."

Notes aux rédacteurs :

Faits marquants des travaux préliminaires

Sans surprise, les fans écoutent la musique des artistes qu'ils aiment

- L'analyse des données de Deezer a montré que les auditeurs consomment principalement la musique des artistes qu'ils aiment et s'intéressent peu à la musique non professionnelle ou à la musique fonctionnelle.
- La surabondance des contenus dégrade l'expérience des fans et empêche la découverte des artistes.
- Par exemple, 97 % des fournisseurs de contenus sur la plateforme Deezer n'ont généré que 2 % du total des streams. Alors que seulement 2 % des fournisseurs, ceux qui fournissent les artistes les plus attractifs, génèrent plus de 1000 auditeurs uniques par mois.

Récompenser les artistes qui attirent et fidélisent les abonnés

- En concevant une répartition plus équitable des revenus, Deezer cherche à offrir des incitations plus importantes aux artistes qui génèrent un engagement précieux sur la plateforme.
 - Un double bonus sera attribué aux artistes qui ont un minimum de 1 000 streams par mois avec au moins 500 auditeurs uniques
- Les données de Deezer montrent que ces artistes peuvent provenir d'un large spectre, du «DIY» à l'indie en passant par les majors. En examinant le comportement des utilisateurs au cours de la période qui suit immédiatement leur souscription à Deezer, puis en regardant le comportement de ces mêmes utilisateurs au cours du premier mois suivant leur souscription, il est possible de tirer des conclusions sur les artistes qui les ont incités à s'abonner et sur ceux qui les ont maintenus engagés sur la plateforme :
 - Les données indiquent que les artistes écoutés par les nouveaux abonnés au cours du premier mois peuvent représenter jusqu'à 25 à 30 % des streams de l'utilisateur au cours des deux premières années de son activité sur le service.

- Pour récompenser les artistes avec lesquels les fans s'engagent, Deezer augmentera la valeur des streams qui suscitent l'engagement sur la plateforme.

Lutte contre la fraude, les manipulations et l'influence excessive

- En continuant à améliorer les garanties pour prévenir la fraude, les manipulations et l'influence excessive, les revenus destinés aux artistes sont susceptibles d'augmenter. Les données de Deezer ont montré que cela pouvait se faire de différentes manières, notamment :
 - Déployer pleinement et renforcer le système de détection des fraudes propre à Deezer afin d'optimiser la suppression des streams manipulés.
 - L'algorithme de Deezer, le meilleur de sa catégorie, a identifié environ 7 % des streams comme étant frauduleux en 2022 : cet algorithme utilise le « machine learning » au niveau de l'utilisateur pour identifier la fraude financière (faux comptes, fraude au paiement), et les comportements potentiels de manipulations.

Retirer le contenu "parasite" du calcul de rémunération

- Les streams identifiés comme non musicaux représentaient environ 2 % des streams sur la plateforme.
- L'intention de Deezer est de remplacer les contenus non musicaux de la plateforme par son propre contenu dans le domaine de la musique fonctionnelle, qui ne sera pas pris en compte dans le calcul des redevances.

Intégrer de nouveaux critères Artist-Centric en faveur des artistes et de leurs auditeurs

- Ce partenariat permettra de procéder à des ajustements basés sur les données, afin d'optimiser les performances du modèle et de jeter les bases de l'introduction d'éléments futurs, tels que l'amélioration du revenu moyen par abonné, incluant la monétisation des superfans.

Autres aspects du partenariat

Universal Music Group collaborera avec Deezer au développement des outils de détection des fraudes et de l'intelligence artificielle, et a l'intention d'expérimenter de nouvelles technologies et de nouveaux services aux labels développés par Deezer.

###



À propos de Deezer

Deezer est l'un des principaux fournisseurs indépendants de services de streaming musical au monde, proposant un catalogue de plus de 200 millions de contenus disponibles dans 180 pays, fournissant un son HiFi sans perte, une technologie de recommandation innovante et des fonctionnalités qui redéfinissent l'industrie. Véritable home of music, Deezer réunit les artistes et les fans sur une plateforme mondiale et évolutive, afin de libérer tout le potentiel de la musique grâce à la technologie. Fondée en 2007 à Paris, Deezer est aujourd'hui une entreprise globale avec une équipe de plus de 600 personnes basées en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, au Brésil et aux États-Unis, toutes réunies par leur passion pour la musique, la technologie et l'innovation. Deezer est cotée sur le compartiment professionnel d'Euronext Paris (code mnémorique : DEEZR. ISIN : FR001400AYG6) et fait également partie du nouveau segment Euronext Tech Leaders, dédié aux entreprises technologiques européennes à forte croissance, et de son indice associé.

Toutes les dernières actualités de Deezer sur le <https://www.deezer-blog.com/press/>. Visitez www.deezer-investors.com pour des informations investisseurs.

À propos d'Universal Music Group

Universal Music Group (UMG) présent dans plus de 60 pays, est le leader mondial du divertissement musical, avec une gamme d'activités allant de la musique enregistrée à l'édition musicale, en passant par le merchandising, les partenariats et le contenu audiovisuel. Disposant du catalogue d'enregistrements et de titres le plus complet dans tous les genres musicaux, UMG découvre et développe des artistes, produit et distribue des musiques encensées par la critique et au succès commercial international. Engagé dans le talent artistique, l'innovation et l'esprit d'entreprise, UMG encourage le développement de services, de plateformes et de modèles commerciaux, afin d'élargir les horizons artistiques et commerciaux de ses artistes, et de créer de nouvelles expériences pour leurs fans.