

2025

ETUDE

**Consommation de la
musique aux
Antilles-Guyane**

dossier de présentation du sondage

par Le ChewinGum



Sommaire

L'étude / le sondage	3
Résultats	5
Parties prenantes	6
Conduite	
Soutien	
Partenaires	
Appel à participations	7
Appel à communication	8
Appel à soutiens	
Méthodologie	9
Informations pratiques	10
Annexes	11

L'étude

Le sondage

Dans le cadre d'une **étude approfondie sur la consommation musicale dans les Départements et Régions d'Outre-Mer**, Le ChewinGum conduit un **sondage**, diffusé auprès des populations basées aux Antilles-Guyane, visant à fournir des données fiables et actualisées sur les **habitudes d'écoute des populations ultramarines**.

Les résultats du sondage seront rendus publics dans une **Étude sur la Consommation de la musique aux Antilles-Guyane**, à la suite du traitement des réponses du sondage.

Contexte

Présentement, les **données sur la consommation musicale en Outre-Mer** sont limitées, voire inexistantes. Les études disponibles se concentrent principalement sur l'Hexagone, laissant un déficit d'informations sur les préférences musicales et les pratiques d'écoute spécifiques à ces territoires. Cette absence de données constitue un **frein à la compréhension des dynamiques culturelles locales** et **limite les opportunités** de développement pour les acteurs et actrices du secteur musical.

Objectifs

- **Set de données** : Centraliser et rendre accessibles des informations clés pour le public et les professionnel·les.
- **État des lieux 2025** : Fournir un diagnostic précis de la consommation musicale en Outre-Mer, servant de référence pour suivre son évolution.
- **Habitudes d'écoute** : Analyser les canaux privilégiés pour écouter de la musique (streaming, médias, etc.).
- **Consommation musicale** : Étudier l'accès à la musique, la disposition à financer des contenus, les obstacles à la consommation et les leviers de découvrabilité.
- **Pratiques culturelles** : Comprendre les préférences musicales et les dynamiques d'engagement du public.

Périmètre

Le sondage se concentre sur les usages et la consommation de la musique aux **Antilles-Guyane**, qui regroupent la **Guyane**, région française, ainsi que les îles de **Guadeloupe** et **Martinique**, toutes deux départements français.

Le choix de cibler spécifiquement ces territoires, plutôt que l'ensemble des Départements et Régions d'Outre-Mer (DROM), s'explique par leur proximité géographique, culturelle et économique.

Par ailleurs, l'arrivée de la plateforme de streaming Spotify simultanément aux Antilles et en Guyane en 2021 (12 ans après la France Hexagonale) a ouvert de **nouvelles perspectives d'écoute pour les habitants-es**.

Il est donc essentiel d'analyser, quelques années après, l'impact de cette évolution sur leurs habitudes musicales.



Ainsi, l'analyse de la consommation de musique à la Réunion, Mayotte et dans les Collectivités d'Outre-Mer, feront l'objet d'études distinctes menées ultérieurement.

Temporalité

Conduite du sondage

avril – fin août
2025

Analyse des résultats

septembre – décembre
2025

Publication de l'étude

2026

Résultats

Le projet d'étude sur la consommation de la musique aux Antilles-Guyane et le sondage qui l'accompagne s'inscrivent dans une démarche plus large visant à **visibiliser le marché musical des Outre-Mer en France Hexagonale et à l'international.**

L'objectif est de mieux comprendre les spécificités de la consommation musicale sur ces territoires afin **d'adapter les stratégies de développement et d'accompagnement des artistes et professionnel·les locaux.**

Les territoires ultra-marins présentent des **dynamiques spécifiques**, influencées par des facteurs géographiques, culturels et économiques distincts de ceux de l'Hexagone. Comprendre ces réalités via une étude permet de concevoir des stratégies adaptées pour structurer et renforcer l'écosystème musical local.

En 2024, le SNEP (Syndicat National de l'Édition Phonographique), dans le cadre de sa mission de production de statistiques et d'analyses sur les ventes et écoutes de la musique en France, a mis en place un **Top Radio Outre-Mer**. Ce classement permet de mettre en lumière les titres les plus diffusés en radio dans les territoires d'Outre-Mer.

Cette initiative permet de répondre au **manque de visibilité** des artistes ultra-marines dans les classements nationaux de ventes de singles et d'albums.

Définir quantitativement et qualitativement les caractéristiques du marché musical ultra-marin est une première étape essentielle pour en renforcer la connaissance et bâtir des dispositifs d'accompagnement adaptés.

Dans un second temps, afin d'aller au-delà du diagnostic et accompagner concrètement les acteur·ices de la filière musicale, plusieurs actions complémentaires pourront être mises en place :

- **Favoriser** la montée en compétences des artistes et professionnel·les par l'organisation de **masterclass, séminaires** et **ateliers** en Guyane et dans les Antilles.
- **Encourager** l'exportation de la musique ultra-marine en développant des opportunités vers **l'Hexagone** et **l'international**, via des partenariats, des programmes d'échange et une meilleure intégration dans les dispositifs de soutien aux musiques actuelles.

Parties prenantes

Conduite



Ce projet d'étude est mené par le **ChewinGum**, agence administrative basée en Guyane, accompagnant les artistes et acteur·ices guyanais·es de la musique dans leur structuration.

Le **ChewinGum** milite pour une meilleure structuration et prise en compte des Outre-Mer au sein de l'industrie musicale française.

Le **ChewinGum** a notamment participé à la mise en place du Top Radio Outre-Mer du Snep, répertoriant les titres les plus diffusés en radio dans les DROM et COM ainsi qu'au premier webinaire spécial "Musique et Outre-Mer"

Soutien

Fédérap soutient et participe activement à la conduite de l'étude.



Fédérap, premier groupement professionnel dédié aux acteurs et actrices du rap en France, vise à structurer et représenter la filière en établissant un lien entre les professionnel·les du secteur et les institutions culturelles, tout en offrant ressources, accompagnement et mise en réseau à ses membres.



Partenaires

Contactez nous à pour devenir partenaire de l'étude et faire apparaître votre logo.

lechewingum973@gmail.com

fede.rap@outlook.fr

Appel à participations

L'étude de la consommation de la musique aux Antilles-Guyane à travers le sondage permet de mieux connaître les pratiques musicales de la population et fournira des données essentielles pour renforcer la visibilité du marché musical ultramarin.

Chaque voix compte

Chaque participation est essentielle pour dresser un état des lieux précis et représentatif des usages musicaux aux Antilles-Guyane.

Plus de réponses seront collectées, plus l'étude reflétera la diversité des expériences et des pratiques musicales à travers la société.

Que ce soit ceux des passionné-es de musique ou auditeur-rices occasionnel-les, l'avis de chacun-e permet de mieux comprendre les habitudes d'écoute et d'adapter les initiatives pour valoriser les artistes et l'industrie musicale locale.

Ainsi, il est important que chacun-e consacre quelques minutes pour répondre, participe au partage de l'étude afin de faire entendre sa voix !

Participer au sondage

- **Accessibilité** : Le sondage est publié en ligne sur Google Forms :
- **Début de la période de sondage** : Mars 2025
- **Fin de la période de sondage** : Août 2025
- **Durée de remplissage du sondage** : 5 à 10 minutes
- **RGPD** : Ce sondage garantit l'anonymat des réponses, en ne collectant aucune donnée nominative et en assurant un usage strictement encadré des informations recueillies.

Appel à communication

Relai

Relayer le sondage, permet d'accroître son nombre de réponses.

Plus elles seront nombreuses, plus l'étude sera un reflet exhaustif de la relation entre les ultra-marini·es et la musique.

Toute structure et tout organisme privé ou public est invité à partager le sondage et à appeler sa communauté à y prendre part.

Voici les éléments utiles pour assurer cette communication :



Appel à soutien

Soutenir cette étude, c'est contribuer à une meilleure compréhension des usages et des enjeux de la musique en Outre-Mer et participer à faire de cette étude un levier de transformation et de reconnaissance.

Les structures, qu'elles soient publiques ou privées, et qu'elles appartiennent ou non au secteur musical, peuvent rejoindre cette dynamique en apportant leurs moyens et leurs expertises.

En se positionnant comme partenaires, elles participent à rendre cette étude la plus exhaustive et pertinente possible, et pourront bénéficier à court ou à moyen termes des résultats, que ce soit dans leur activité au sein de l'industrie musicale ou pour mettre en valeur la création musicale française dans toute sa diversité.

Pour nous soutenir, contactez-nous : lechewingum973@gmail.com

Méthodologie

Diffusion

La diffusion de l'étude repose sur son relai auprès des populations locales par les différentes parties prenantes.

Données collectées

Le sondage recueille des informations sur les habitudes d'écoute musicale (fréquence, supports, genres, etc.), les usages des plateformes de streaming et les pratiques de consommation musicale. Certaines questions portent également sur des données sociodémographiques (âge, territoire de résidence, catégorie socioprofessionnelle).

Règlement général sur la protection des données (RGPD)

- **Aucune donnée nominative n'est collectée** : Le sondage ne demande ni nom, ni adresse, ni coordonnées personnelles, ce qui garantit l'anonymat des réponses.
- **Finalité transparente** : Les réponses sont utilisées exclusivement pour établir un état des lieux des usages et de la consommation musicale en Outre-Mer.
- **Accès et droit des répondants** : Conformément au RGPD, les répondants peuvent demander des informations sur la manière dont leurs données sont utilisées et, si nécessaire, exercer leur droit de modification ou de suppression.
- **Stockage sécurisé des réponses** : Les données seront traitées de manière agrégée et ne seront pas utilisées à des fins commerciales.

Analyse

Les réponses collectées par le sondage seront analysées par les équipes du ChewinGum et de Fédérapp afin de constituer des données qualitatives et quantitatives des usages de la musique en Outre-Mer.

Ces données seront rendues publiques dans l'Étude sur la consommation de musique en Outre-Mer.

Informations pratiques

Contact

Andy Badamie, Le ChewinGum

lechewingum973@gmail.com

Leila Bellot, Fédérap

fede.rap@outlook.fr

Accès

Sondage



<https://forms.gle/GKkTtqvVadNKwpzZ7>

ou

https://bit.ly/sondage_97

Crédits

Andy Badamie – Aurélie Donnat – Clément Mahieu – Leila Bellot

Bibliographie

Baromètre des usages de la musique en France (2023, CNM)

Il est important de noter que l'échantillon de cette étude est composé de 4 035 personnes résidant en France métropolitaine, âgées de 15 ans et plus. Les territoires ultra-marins n'ont pas été inclus dans cette enquête, ce qui signifie que les habitudes musicales et les spécificités culturelles de ces régions ne sont pas représentées dans les résultats. Cette omission souligne un manque de données concernant une partie significative de la population française, limitant ainsi la portée nationale des conclusions de l'étude.

Questions du sondage

1. Profil des répondant·es

- À quelle catégorie socioprofessionnelle appartenez-vous ?
- Quel âge avez-vous ?
- Dans quelle territoire vivez-vous ?

2. Pratiques d'écoute

- En moyenne, combien d'heures de musique écoutez-vous par semaine ?
- À quel(s) moment(s) de la journée écoutez-vous de la musique ?
- Quel(s) style(s) de musique écoutez-vous en majorité ?
- Dans quelle(s) langue(s) écoutez-vous de la musique ?
- Sur quel(s) appareil(s) écoutez-vous de la musique enregistrée ?
- Comment écoutez-vous majoritairement de la musique ?

3. Musique enregistrée

a) Écoute via les médias

- Quelle place occupent ces médias dans votre écoute de musique ?
- Quelles sont les chaînes/stations sur lesquelles vous écoutez de la musique ?
- Quel type de contenus écoutez/regardez-vous majoritairement sur ces médias ?

b) Écoute via des biens physique

- Comment vous procurez-vous des disques sur le territoire sur lequel vous résidez ?
- Si vous n'achetez pas de disques sur votre territoire, pourquoi ?
- À quelle fréquence vous procurez-vous des disques ?

3. c) Écoute via des services numériques

- Par quel moyen écoutez-vous principalement de la musique ?

Streaming audio

- De quel type d'abonnement disposez-vous ?
- Quelle est la plateforme que vous utilisez ?
- Combien êtes-vous prêt-es à payer mensuellement pour ce type de service ?

Streaming vidéo

- Quelle(s) plateforme(s) de streaming vidéo utilisez-vous ?
- Quel type de contenu musical regardez-vous le plus sur ces plateformes ?

Téléchargement

- Comment téléchargez-vous vos fichiers ?

4. Musique enregistrée Deuxième mode d'écoute privilégié

- Quel est le deuxième moyen que vous privilégiez pour écouter de la musique ?

5. Live

- À quelle fréquence allez-vous à des concerts ou événements musicaux dans votre région ?
- Quel est votre budget annuel pour écouter la musique live ?
- Êtes-vous déjà déplacé hors de votre territoire de résidence pour voir des artistes en live ?

6. Découverte

- Comment découvrez-vous des nouveaux artistes ?