

Comment SoundCloud a choisi de redéfinir son modèle pour rester compétitif face à un marché en constante évolution



INTRODUCTION

Avec plus de 76 millions d'utilisateurs actifs mensuels et un catalogue de 320 millions de titres issus de 40 millions d'artistes, SoundCloud s'impose comme un acteur incontournable pour les musiciens indépendants. Mais face à des géants comme Spotify, qui compte près de 602 millions d'utilisateurs actifs à l'échelle mondiale, l'écart reste significatif. Alors que Spotify domine avec un modèle de streaming consolidé, SoundCloud s'efforce de naviguer dans une industrie musicale en perpétuelle transformation.

En effet, l'essor des services de distribution, l'intégration croissante de l'intelligence artificielle dans la création musicale et la transformation des modèles de rémunération posent des défis complexes pour SoundCloud. Ces évolutions redéfinissent non seulement les attentes des artistes, mais également la manière dont les plateformes doivent s'adapter pour rester pertinentes et compétitives.

Décryptons ensemble dans cet article comment SoundCloud a choisi de redessiner son modèle et d'explorer de nouvelles stratégies pour devenir bien plus qu'un simple service de streaming, en s'affirmant comme un outil incontournable pour les artistes dans ce paysage en constante évolution.

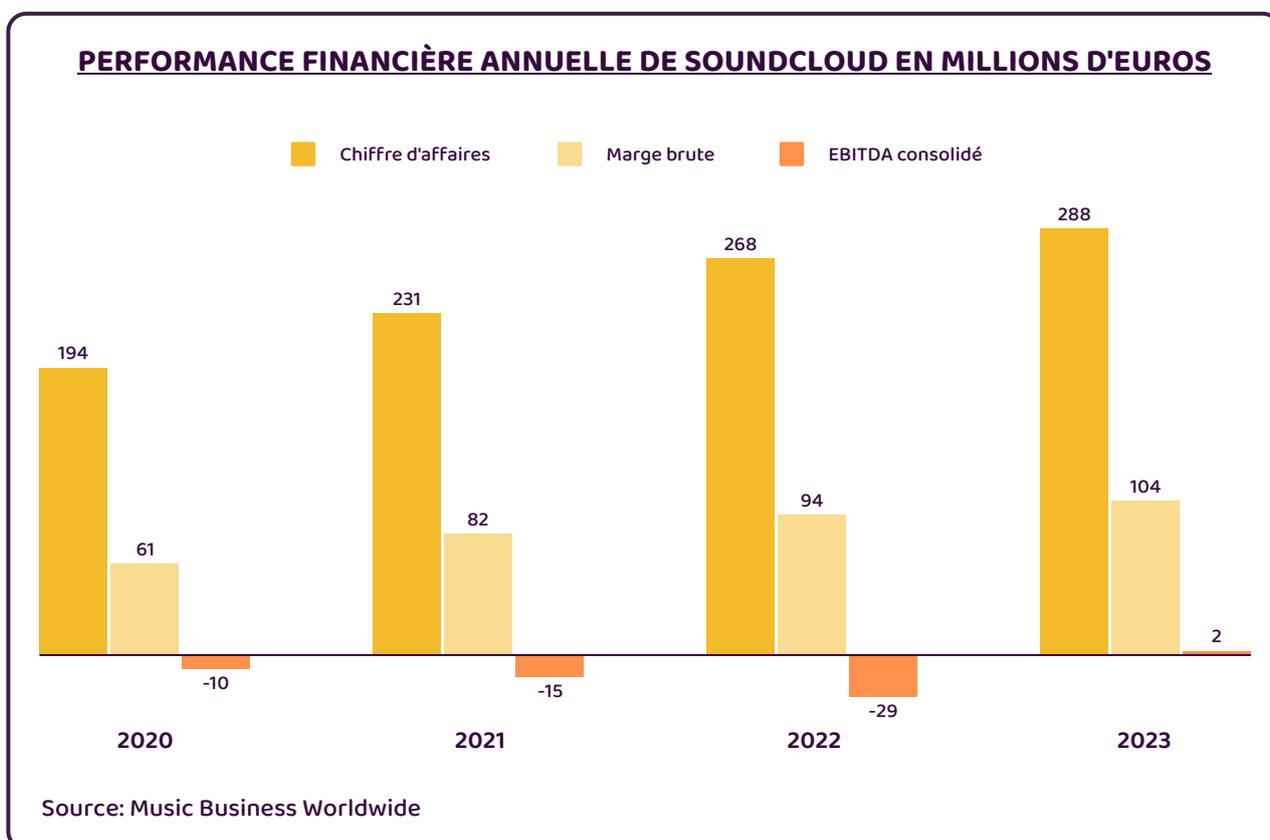
SOUNDCLOUD : HISTORIQUE ET ÉTAT DES LIEUX

SoundCloud permet à des millions d'artistes de publier leurs créations sans intermédiaire. Aujourd'hui, la plateforme regroupe une base d'utilisateurs de plus de 140 millions de comptes enregistrés. En comparaison avec Spotify, leader mondial du marché, c'est presque 3 fois moins d'utilisateurs actifs : le géant Suédois compte aujourd'hui près de 602 millions d'utilisateurs actifs.

La communauté d'artistes indépendants est au cœur de SoundCloud. Contrairement à d'autres plateformes de streaming, SoundCloud s'adresse aux créateurs souhaitant un contrôle total sur leur contenu. Ce positionnement DIY (Do It Yourself) en fait un levier stratégique pour les musiciens émergents, puisque n'importe qui a la possibilité de poster ses audios, ce qui offre une alternative aux circuits traditionnels.

SoundCloud possède un modèle économique centré sur les artistes indépendants qui font sa communauté : la plateforme possède d'ailleurs une valeur ajoutée auprès de ces derniers grâce à son modèle unique de rémunération centrée sur l'utilisateur (Fan-Powered Royalties, FPR). Ce modèle permet aux artistes de bénéficier directement du soutien de leurs fans, en allouant une part des revenus d'abonnement et de publicité de chaque auditeur uniquement aux artistes/morceaux qu'ils écoutent individuellement. Des organisations comme Merlin (regroupant des distributeurs comme TuneCore, DistroKid et Symphonic Distribution) participent activement à ce programme, renforçant l'attrait de SoundCloud auprès des professionnels indépendants.

En 2023, la plateforme avait enregistré un bénéfice brut de 104 millions d'euros (109,6 millions de dollars), en hausse de 10,6% par rapport à 2022. En comparaison, Spotify avait enregistré la même année un bénéfice brut de 3,5 milliards d'euros (3,67 milliards de dollars). Ces chiffres mettent en évidence l'ampleur significative du fossé qui sépare SoundCloud du sommet de la hiérarchie des plateformes de streaming.



En parallèle, SoundCloud fait face à un défi majeur : la plateforme doit poursuivre ses efforts pour réduire ses pertes d'exploitation, puisque la plateforme n'a pu afficher sa première année rentable en termes d'excédent brut d'exploitation qu'à partir de 2023, soit 16 ans après sa création ! Cette situation souligne l'urgence pour SoundCloud de renforcer sa rentabilité pour rivaliser avec les géants du marché et s'adapter aux évolutions de l'industrie.

Elijah Seton, CEO de SoundCloud, avait déclaré : "Atteindre la rentabilité est important car cela renforce le fait que nous poursuivons la bonne stratégie et que nous avons pris les mesures nécessaires pour redresser l'entreprise".

L'ESSOR DES SERVICES DE DISTRIBUTION MUSICALE

L'industrie musicale a vu une explosion des services de distribution digitale, avec des plateformes telles que CD Baby, TuneCore, ou encore DistroKid. Ces plateformes simplifient l'accès des artistes indépendants aux marchés mondiaux et leur offrent une véritable autonomie. Pour SoundCloud, cette tendance représente une opportunité mais aussi une concurrence.

Face à cet essor, la clé de la stratégie de la plateforme pourrait résider dans sa capacité à intégrer des outils augmentant sa valeur pour ses utilisateurs, comme par exemple avec la distribution directe des morceaux sur les plateformes concurrentes (Spotify, Apple Music).

L'IMPACT DE L'IA SUR L'INDUSTRIE MUSICALE

Autre évolution du marché à noter : la montée en puissance de l'IA. Celle-ci redessine le paysage musical, avec des innovations allant de la composition à la production. Selon une étude de la Sacem, en 2028, le marché de l'IA générative dans la musique devrait atteindre plus de 3 milliards de dollars, et près de 35% des créateurs affirment avoir utilisé l'IA pour leurs projets.

Début 2024, SoundCloud avait commencé à intégrer activement l'IA dans ses outils, en collaborant avec les plateformes Fadr, Soundful et Voice-Swap. Ces technologies permettent aux artistes de créer et remixer plus facilement leurs morceaux. Par ailleurs, SoundCloud a rejoint l'initiative AI For Music pour promouvoir une utilisation éthique et artistique de l'IA, en collaboration avec des géants comme Universal Music et Songtradr.

Eliah Seton, CEO de SoundCloud, avait déclaré : "Chez SoundCloud, nous sommes fiers d'être la base de l'expérimentation musicale. C'est pourquoi nous sommes à l'affût des nouveautés musicales. Dans ce contexte, l'IA est au cœur de nos préoccupations et nous sommes impatients de voir comment cette technologie peut être mise au service des artistes et leur donner les moyens d'agir. Ces partenaires, que nous avons sélectionnés avec soin, représentent ce que l'industrie a de mieux à offrir dans ce domaine : des outils qui ouvrent de nouvelles voies créatives et facilitent un peu plus la vie des artistes."

LA STRATÉGIE DE SOUNDCLLOUD : S'ADAPTER À UN MARCHÉ EN CONSTANTE ÉVOLUTION

En résumé, face à ces défis, SoundCloud a adopté une stratégie proactive en enrichissant son offre pour les artistes afin de passer d'une simple plateforme de streaming à une véritable boîte à outils pour les artistes. Cette nouvelle offre inclut ainsi :

La distribution directe des morceaux sur les autres DSPs :

SoundCloud propose dorénavant aux artistes la distribution simultanée de leurs morceaux sur plus de 60 plateformes, dont Spotify et Apple Music, immédiatement après l'upload de la musique. La plateforme a également intégré les recommandations algorithmiques pour maximiser l'exposition des morceaux.

Une monétisation simplifiée :

Les artistes Next Pro peuvent activer la monétisation dès l'étape d'upload, rendant le processus intuitif et accessible. Pour ce faire, il leur suffit de cliquer sur « Monétiser » pendant le processus de téléchargement.

Des outils de merchandising :

Avec son programme bêta SoundCloud Store, SoundCloud offre des solutions aux artistes pour concevoir et vendre du merch sans frais initiaux, renforçant le lien entre artistes et fans. Le processus reste simple pour les artistes, et SoundCloud prend en charge l'intégralité de la production et de la vente des produits.

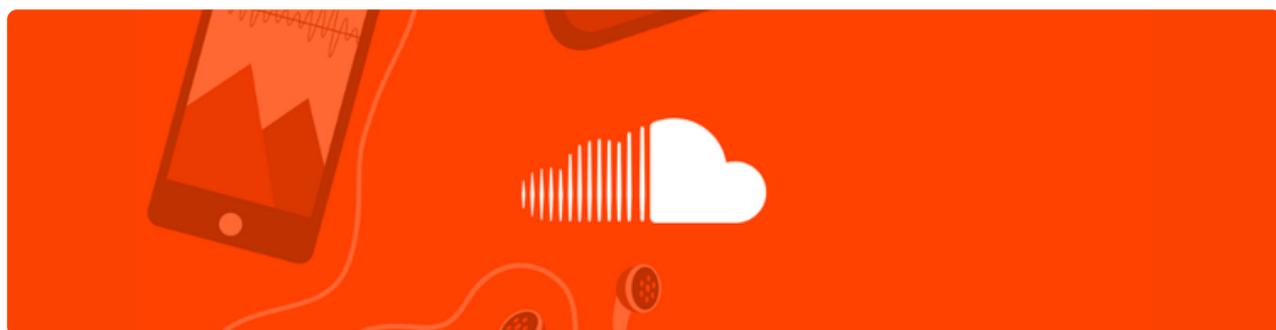
Des partenariats stratégiques avec des outils d'IA :

SoundCloud continue de collaborer avec d'autres plateformes de création par intelligence artificielle, montrant son engagement envers une démocratisation de la création musicale.

On retrouve notamment 6 nouvelles offres créatives :

- Tuney : permet le remix et la génération de nouveaux morceaux
- Tuttii : axé sur le remix de musique sous licence
- AlBeatz : spécialisé dans les beats
- TwoShot : axé sur les samples personnalisés
- Starmony : soutient la création de musique par les fans
- ACE Studio : permet de produire des voix IA de qualité studio

SoundCloud tente ainsi de rester un pilier de l'industrie musicale, notamment pour les artistes indépendants. La transformation de l'offre de la plateforme permet dorénavant aux artistes d'être non seulement plus facilement découverts grâce à la distribution sur toutes les DSPs, et elle les accompagne également dans leur processus de création musicale. SoundCloud continue de chercher à se réinventer pour relever les défis d'un marché en pleine transformation. Cependant, reste à savoir si cette stratégie ambitieuse pourra également contribuer à renforcer la rentabilité à long terme de l'entreprise...



A yellow cartoon character with a smiling face and musical notes floating around it, positioned to the left of the main text.

Your Music Marketing

yourmusic.marketing