



Étude sur la consommation de musique aux Antilles-Guyane en 2025



fédérarap
fédération des musiques rap

SOMMAIRE

INTRODUCTION Page 3

Carte d'identité des territoires Page 4

Méthodologie Page 5

Échantillon Page 6

1) LES PRATIQUES D'ÉCOUTE Page 8-10

2) LA PLACE DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE Page 11-19

2.1 Supports numériques Page 11

- Streaming vidéo Page 12
- Streaming audio Page 12

2.2 Médias traditionnels Page 17

2.3 Supports physiques Page 18

3) LA DÉCOUVERTE DE LA MUSIQUE Page 20

4) LA PLACE DE LA MUSIQUE LIVE Page 21-25

5) FOCUS GEN Z - ALPHA (MOINS DE 25 ANS) Page 26

CONCLUSION Page 29

BIBLIOGRAPHIE Page 30

INTRODUCTION

La musique occupe une place centrale dans la vie culturelle des Antilles-Guyane.

Musicalement denses, ces territoires témoignent d'une production artistique foisonnante, de genres exportés dans le monde entier et d'un rapport à la musique ancré dans le quotidien de toute une population.

Pourtant, les données permettant de documenter les usages de la musique aux Antilles-Guyane restent à ce jour, très limitées. Les études sur la consommation musicale en France, portent exclusivement sur des panels composés de résident-es en France hexagonale, laissant un angle mort statistique sur une partie de la population française.

Les seules analyses territoriales disponibles à ce jour sont les *Enquêtes sur les pratiques culturelles des Martiniquais et des Guadeloupéens* (INSEE, 2021), qui offrent des éléments de contexte précieux mais ne permettent pas, à elles seules, de dresser un portrait exhaustif et actualisé de la consommation musicale dans ces régions de France.

Face à ce déficit de données, **Le ChewinGum**, agence guyanaise administrative de la musique enregistrée, déjà à l'initiative de la mise en place du *Top Radio Outre-Mer* avec le Syndicat National des Éditeurs Phonographiques (SNEP), et **Fédérap**, première fédération des professionnel·les du rap en France, ont uni leurs expertises pour conduire une étude inédite sur la consommation et les usages de la musique aux Antilles-Guyane à travers **un sondage**.

Ce sondage a officiellement été lancé à l'occasion des premiers *États Généraux de la musique* en Guyane en avril 2025, organisés par la **Collectivité Territoriale de Guyane** et l'**EPCC Les Trois Fleuves**, avant d'être diffusé auprès des populations des régions étudiées jusqu'en décembre 2025.

LA PRÉSENTE ÉTUDE RESTITUE LES RÉSULTATS DE CE SONDAGE.

Elle dresse un premier portrait de la consommation musicale aux Antilles-Guyane : **habitudes d'écoute, modes de découverte, pratiques de consommation et attentes vis-à-vis des offres streaming et du live (concerts, festivals, événements...) disponible sur ces régions.**

L'objectif en rendant ces données publiques est de fournir aux artistes, aux professionnel·les des filières musicales françaises et internationales et aux institutions un outil concret pour mieux comprendre ce marché et adapter leurs stratégies en conséquence.

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

Les Antilles françaises regroupent la Martinique, l'archipel de la Guadeloupe, Saint-Martin et Saint-Barthélemy ces deux dernières étant des Collectivités d'Outre-Mer (COM), toutes situées dans la mer des Caraïbes au sein des Petites Antilles. La Guyane, quant à elle, est située en Amérique du Sud, entre le Suriname et le Brésil.

Sauf mention contraire, le terme '**Antilles-Guyane**' désignera dans cette étude ces cinq territoires français.

CARTE D'IDENTITÉ DES TERRITOIRES



ST-MARTIN / ST-BARTHÉLÉMY	
Statut	COM
% de l'échantillon	1 %
Nb. d'habitant·es (2026)	41 820
Superficie	53 km ² / 21 km ²
Chef-lieu	Marigot / Gustavia
Surcoût de la vie	+15,8 %

GUADELOUPE	
Statut	DROM
% de l'échantillon	15 %
Nb. d'habitant·es (2025)	380 400
Superficie	1 628 km ²
Chef-lieu	Basse-Terre
Surcoût de la vie	+15,8 %

MARTINIQUE	
Statut	DROM
% de l'échantillon	13 %
Nb. d'habitant·es (2025)	355 500
Superficie	1 128 km ²
Chef-lieu	Fort-de-France
Surcoût de la vie	+13,8 %

GUYANE	
Statut	DROM
% de l'échantillon	71 %
Nb. d'habitant·es (2024)	292 400
Superficie	83 846 km ²
Chef-lieu	Cayenne
Surcoût de la vie	+13,7 %

MÉTHODOLOGIE

Une trentaine de questions ont été adressées aux répondant·es afin de documenter leurs usages et modes de consommation de la musique. Sur le plan quantitatif, elles permettent de dresser un état des lieux structuré autour de six axes : le profil des répondant·es, leurs pratiques d'écoute, leur consommation de musique enregistrée via les médias, les supports physiques et/ou les services numériques, leur rapport à la musique live, ainsi que leurs modes de découverte. Du côté qualitatif, une série de questions permet de jauger le rapport à la musique du panel. À la fin du sondage, les répondant·es ont pu exprimer librement leur avis, venant enrichir les chiffres par des témoignages.

Tout au long de la présente étude, les résultats issus du sondage sont mis en perspective avec d'autres chiffres issus d'études réalisées à l'échelle hexagonale, notamment du Baromètre des usages de la musique en France du CNM (2023) et des Bilans du marché de la musique enregistrée en 2024 et 2025 du SNEP.

ÉCHANTILLON

Le sondage a été mené auprès de **932 répondant·es** issu·es d'une diffusion large dans les territoires étudiés, d'avril à décembre 2025. L'échantillon permet d'approcher les profils de la population antillais·es et guyanais·es sans prétendre à une représentativité statistique parfaite.

À titre de comparaison, le *Baromètre des Usages de la Musique* (2023) du Centre National de la Musique (CNM) a été conduit auprès de 4 000 répondant·es représentant la population de France hexagonale.

La présente étude réunit près de 1 000 réponses pour des régions qui représente environ 1,5 % de la population française.

La consommation musicale des diasporas vivant en France hexagonale ou ailleurs dans le monde n'a pas été intégrée au périmètre de l'étude : **l'objectif étant de comprendre comment les dynamiques économiques et sociales propres à ces territoires influent sur les pratiques musicales.**

Le sondage a été diffusé auprès des populations antillaises et guyanaises via plusieurs canaux complémentaires. En Guyane, la diffusion a bénéficié d'une portée particulièrement large, notamment grâce aux premiers États Généraux de la Musique et des actions de street marketing.

Aux Antilles, la diffusion s'est principalement appuyée sur les réseaux sociaux. En Guadeloupe, des affiches ont également circulé sur Grande-Terre et Basse-Terre à l'occasion des rencontres IN MIND (25-28 novembre 2025), organisées par le C.R.A.M.A, qui avait convié Fédérap à y participer.

Dans les trois territoires, le bouche-à-oreille a naturellement complété l'ensemble de ces actions. La diffusion a été renforcée par un relais médiatique (radios, presse et web : France-Guyane, Outre-Mer La 1ère...), ainsi que par une campagne numérique sur les réseaux sociaux et par du mailing.

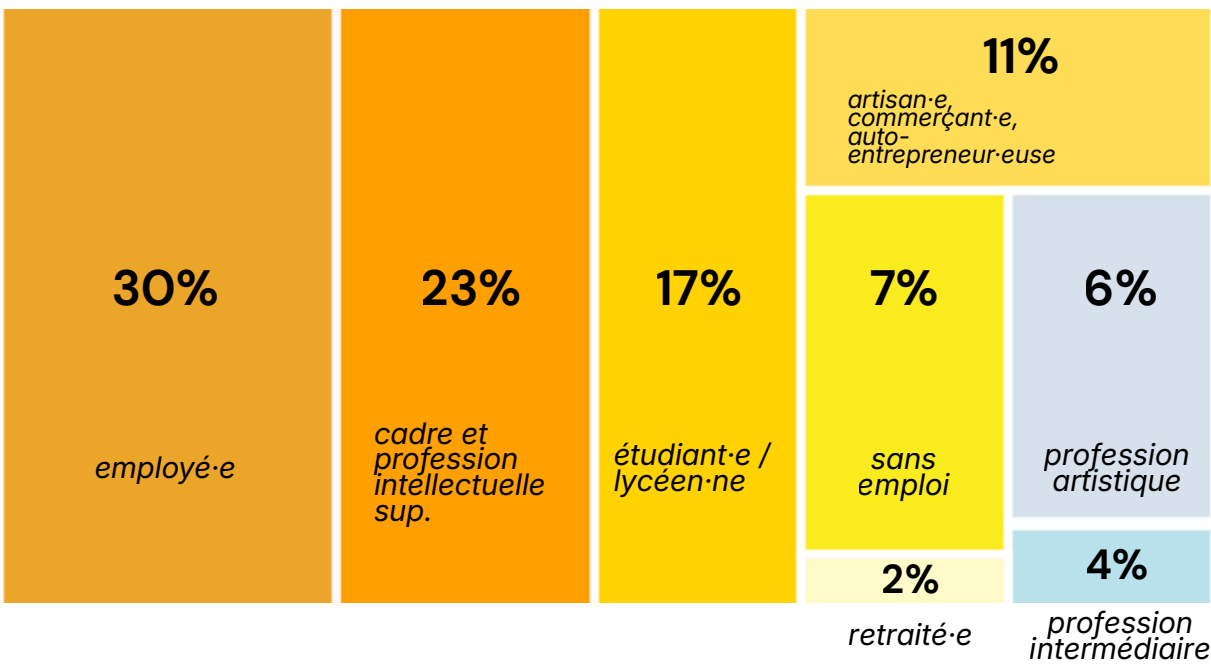
Le questionnaire ayant été mené uniquement en ligne, il s'adresse nécessairement à une population connectée. Bien qu'aujourd'hui plus de $\frac{3}{4}$ des antillais·es et guyanais·es se connectent à internet quotidiennement, des zones blanches persistent notamment en Guyane, dans certaines communes enclavées et sur le littoral.

Ces limites méthodologiques sont assumées : les résultats de cette étude sont à lire comme un **premier état des lieux des tendances**, venant combler un vide statistique réel, plutôt que comme une photographie exhaustive et parfaitement représentative de la population antillaise et guyanaise dans son ensemble.

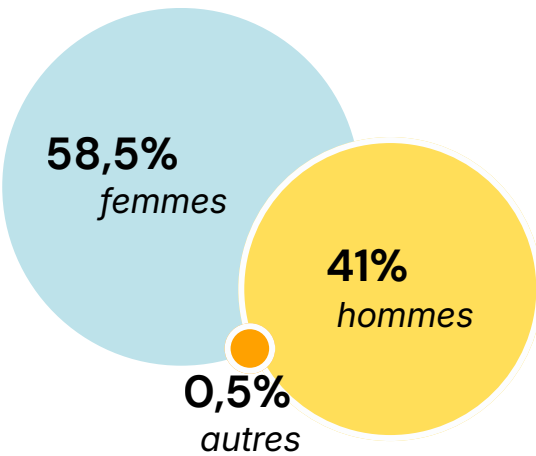
Dans un contexte où aucune donnée spécifique n'existait jusqu'alors sur la consommation musicale dans ces territoires, cet échantillon constitue une base solide et inédite pour engager une réflexion fondée sur des données concrètes.

Les répondant·es au sondage se caractérisent par **une frange d'adultes actif·ve** des Antilles-Guyane : majoritairement des **femmes** (59 %), exerçant des professions intermédiaires, ou employé·es, cadres, ou dans l'entrepreneuriat (64 % du panel), et **âgé·es de 18 à 44 ans** (80 %).

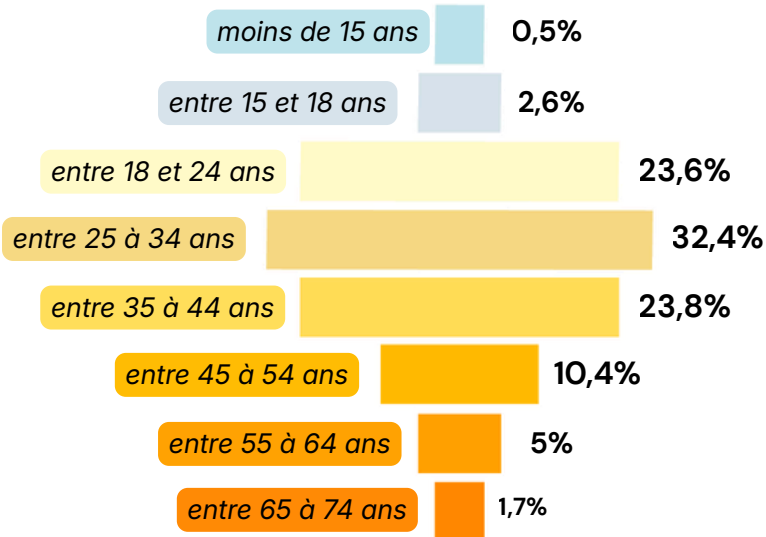
Catégories socio-professionnelles



Répartition des genres



Répartition des âges

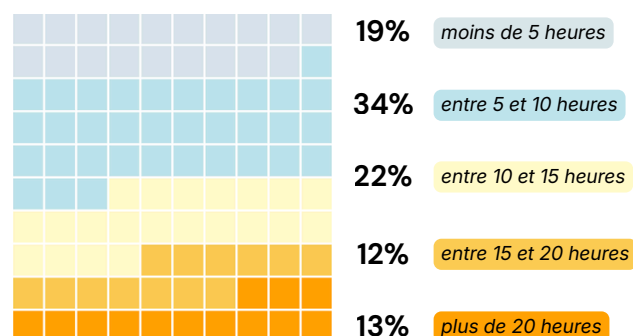


1) LES PRATIQUES D'ÉCOUTE

La musique est au cœur des cultures amazoniennes et caribéennes, et les chiffres le confirment : **elle est importante pour 98 % des habitant·es des Antilles-Guyane et constitue l'activité culturelle préférée de 88 % du panel**, contre 76 % des français·es d'hexagone selon le CNM¹.

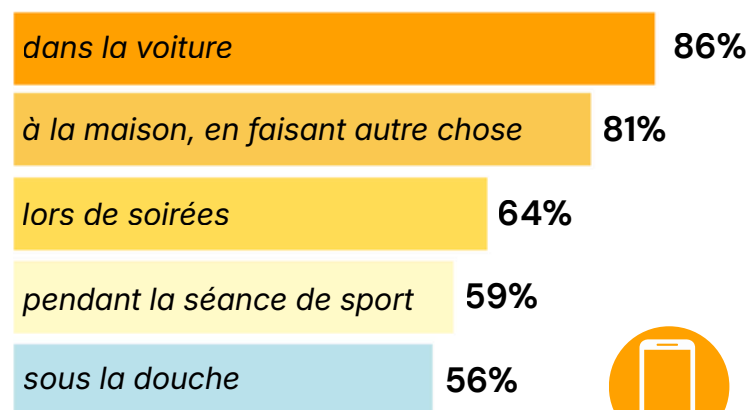
Cet attachement se traduit dans le temps consacré à l'écoute : en moyenne, **les antillais·es et guyanais·es écoutent de la musique 12 heures par semaine** : c'est presque **2 heures par jour**.

Temps d'écoute hebdomadaire de la musique



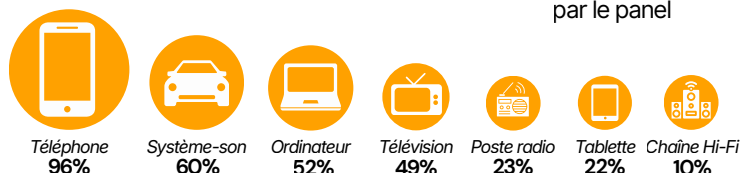
La musique rythme le quotidien de la population à différents moments de la journée. Les répondant·es indiquent l'écouter : à la maison en faisant autre chose (pour 81 %) lors de soirées (64 %), pendant une séance de sport (59 %) ou sous la douche (56 %).

Moments privilégiés pour écouter de la musique



Appareils d'écoute privilégiés

par le panel



Les appareils d'écoute privilégiés révèlent une écoute avant tout individuelle et nomade.

Le téléphone domine largement avec 96 %. La voiture, citée par 86 % des répondant·es et couplée au système sonore du véhicule (60 %), s'impose comme un lieu d'écoute à part entière, dans des territoires où les distances sont longues et les transports en commun peu développés. À l'inverse, les appareils davantage associés à une écoute collective ou familiale, comme la télévision (49 %) ou la chaîne hi-fi (10 %), arrivent en retrait, ce qui suggère que la musique est ici vécue davantage comme une expérience intime que partagée.

¹ Baromètre des usages de la musique en France (2023), CNM

Si les genres **Reggae-Dancehall**, **Zouk** et **Hip-Hop, Rap**, en tête des classements des genres musicaux préférés toutes régions confondues, ont trouvé leur public aux Antilles-Guyane, c'est aussi parce que ces territoires connaissent historiquement une forte production musicale liée à ceux-ci. À titre d'exemple pour les genres **Reggae-Dancehall** et **Hip-Hop, Rap** : en 2025, Megamazonie, association organisatrice des *Lindor*, cérémonie de remise de prix aux artistes musicaux de Guyane, a répertorié **plus de 600 sorties de titres et 300 clips 'urbains' sur cette région** l'année précédente.

Le **Zouk**, né aux Antilles françaises au début des années 80, n'a cessé d'inspirer artistes et public de ses territoires d'origine jusqu'au reste du monde, en témoigne le groupe français Kassav' avec plus de 47 ans de carrière.

Pour les amateur·ices des genres non mentionnés dans le classement, tels que le rock, les musiques électroniques ou classiques, l'accès à une offre musicale locale reste compliqué.

Certain·es répondant·es soulignent que *"les artistes rock sont quasi inexistantes aux Antilles"*, qu'il manque de *"représentation de musique classique en dehors du conservatoire"* et *"d'orchestres classiques : symphoniques, de chambre, philharmoniques..."*.

Le manque de visibilité des musiques religieuses, et plus particulièrement chrétiennes, aussi bien en live que dans les médias, est également soulevé par plusieurs répondant·es.

Classement des genres musicaux préférés

par régions

Guadeloupe



Guyane



Martinique



Hexagone²



² Baromètre des usages de la musique en France (2023), CNM

À la différence des genres musicaux, **les langues chantées** les plus écoutées aux Antilles-Guyane se rapprochent de celles écoutées en France hexagonale, **avec en première place le français**, suivi de l'anglais. La langue espagnole se place en 4ème position suivie par la catégorie instrumentale (sans paroles).

La 3ème place est occupée par les différentes langues créoles, une singularité locale puisqu'aucune langue régionale ne figure dans le classement à l'échelle nationale.

Ce chiffre illustre la place centrale de la culture créole aux Antilles-Guyane, où la langue ne se limite pas à la communication quotidienne mais s'exprime, se célèbre et se perpétue à travers la musique. En Guyane, où plus de **40 langues sont parlées**, le portugais est bien présent à la suite des langues précitées, en raison de sa proximité avec le Brésil et la présence de ses communautés.

Langues les plus écoutées

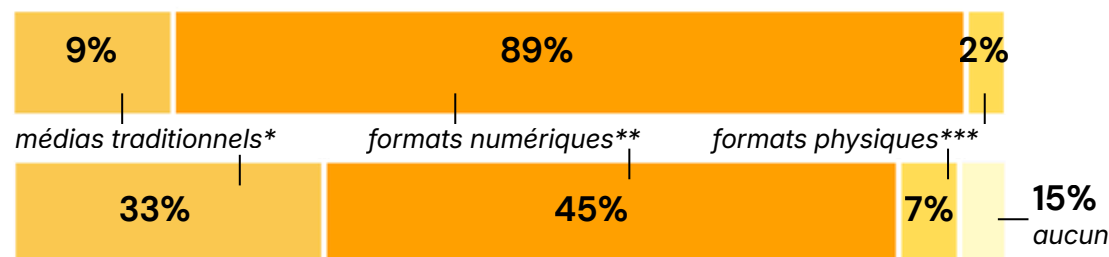
dans la musique, par le panel

Français	96%
Anglais	92%
Créole	92%
Espagnol	54%
Musique Instrumentale	33%

2) LA PLACE DE LA MUSIQUE ENREGISTRÉE

Alors que dans l'Hexagone "le principal support d'écoute de musique enregistrée est la radio, suivie par les plateformes de streaming"³, les Antilles-Guyane se distinguent par une forte écoute en format numérique (89 %), majoritairement sur les plateformes de streaming, qu'elles soient audio ou vidéo. La part restante du marché (environ 10 %) est partagée par les médias traditionnels (9 %) et les supports physiques (2 %), ces derniers étant plus difficiles d'accès dans les DROM.

Répartition des formats d'écoute principaux



Répartition des formats d'écoute secondaires

médias traditionnels* : radio, télévision

formats numériques** : streaming audio, streaming vidéo, téléchargement, réseaux sociaux

formats physiques*** : CD, vinyles, cassettes

Lecture du graphique :

90 % des répondant-es utilisent les formats numériques comme mode principal d'écoute de la musique.
45 % des répondant-es utilisent les formats numériques comme mode secondaire d'écoute de la musique.

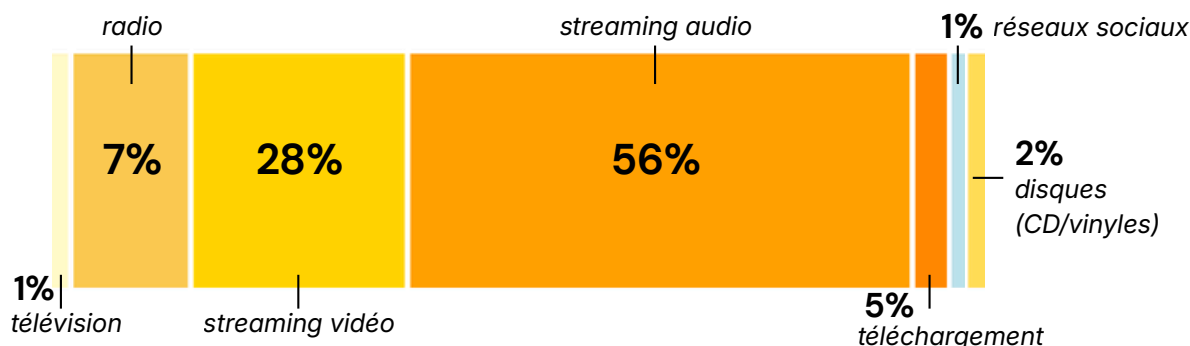
2.1 Les supports numériques

Les supports numériques représentent 89 % des usages principaux et près de la moitié des usages secondaires. Les auditeur-ices privilégiant le numérique ont une moyenne d'âge d'une trentaine d'années et écoutent de la musique 11 heures par semaine environ.

L'écoute se fait principalement en voiture, à la maison ou en faisant autre chose.

Répartition des formats d'écoute principaux

détail par supports

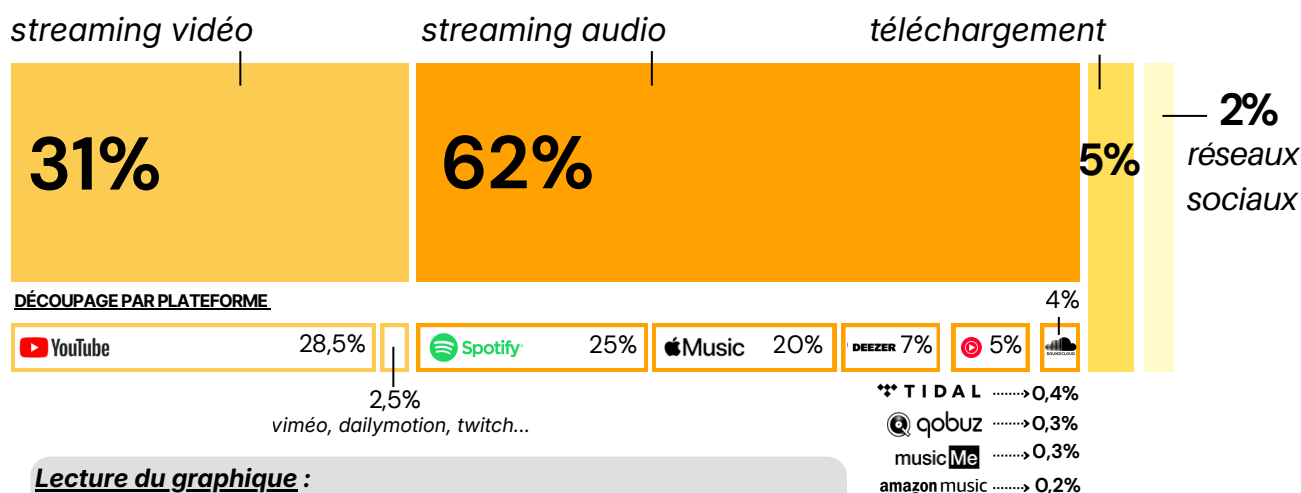


Parmi les supports numériques, le streaming audio est deux fois plus utilisé pour écouter de la musique (56 %) que le streaming vidéo (28 %). Le téléchargement atteint les 5 % et les réseaux sociaux ne sont presque pas utilisés pour écouter de la musique (2 %) mais plutôt pour la découvrir c'est la première source de découverte citée (voir page 20).

³ Baromètre des usages de la musique en France (2023), CNM

Modèles d'écoutes privilégiés

chez les personnes qui écoutent principalement de la musique via **les supports numériques**



Le streaming vidéo

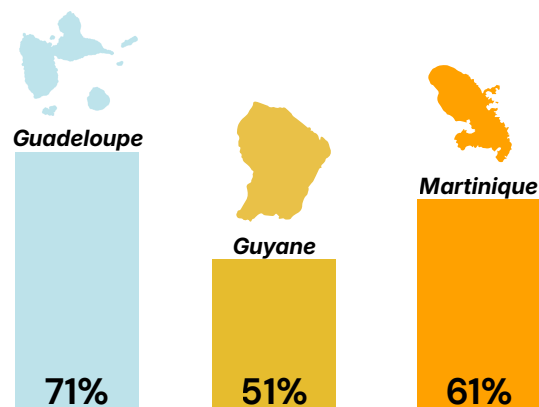
Près d'un tiers des antillais·es et guyanais·es (28 %) consomment la musique principalement via YouTube, qui s'impose comme la première plateforme, streaming vidéo et audio confondus, dans ces régions.

La plateforme doit ce positionnement aux **clips-vidéos**, **formats populaires** et clés pour la diffusion et la visibilité des artistes, largement consultés sur téléphone portable, télévision ou console de jeu. Parmi ces auditeur·ices, **68 % privilégient YouTube pour sa gratuité** (financement par la publicité), plutôt qu'une plateforme de streaming payante.

Cette sensibilité au prix se confirme également du côté du téléchargement, où seulement 14 % des utilisateur·ices achètent les titres qu'ils et elles téléchargent.

Le streaming audio

La majorité des antillais·es et guyanais·es écoute principalement de la musique via les plateformes de streaming audio (56 %), bien qu'on constate un écart entre chaque territoire :



Part des auditeur·ices utilisant principalement le streaming audio

comme mode principal d'écoute de la musique, Premium et Freemium confondus, par région

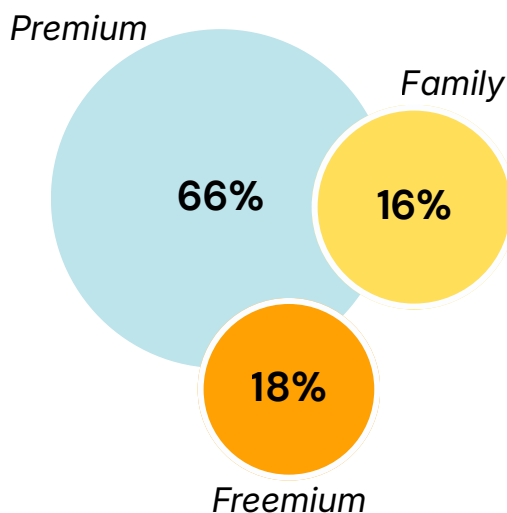
Le streaming audio s'impose davantage aux Antilles : 61 % des répondant·es déclarent écouter de la musique via ce mode, contre 43 % en Guyane.

Alors qu'elle n'est disponible dans la zone Caraïbes et Guyane française que depuis 2021, **Spotify est la plateforme de streaming audio leader aux Antilles-Guyane**, utilisée par 25 % des auditeur·ices de supports numériques. Apple Music (20 %) affiche également une présence importante au sein du marché. La plateforme française Deezer se distingue ensuite avec 7 % des utilisateur·ices de supports numériques, suivie de près par Youtube Music (5 %) puis Soundcloud (4 %). Les autres plateformes (Amazon music, Qobuz, Tidal, Music Me...) ont une faible présence aux Antilles-Guyane.

Les abonnements 'premium' représentent 66 % des utilisations du streaming audio, l'offre 'family' 18 % et le 'freemium' 16 %. Les offres destinées aux étudiant·es n'ont pas été prises en compte lors du sondage.

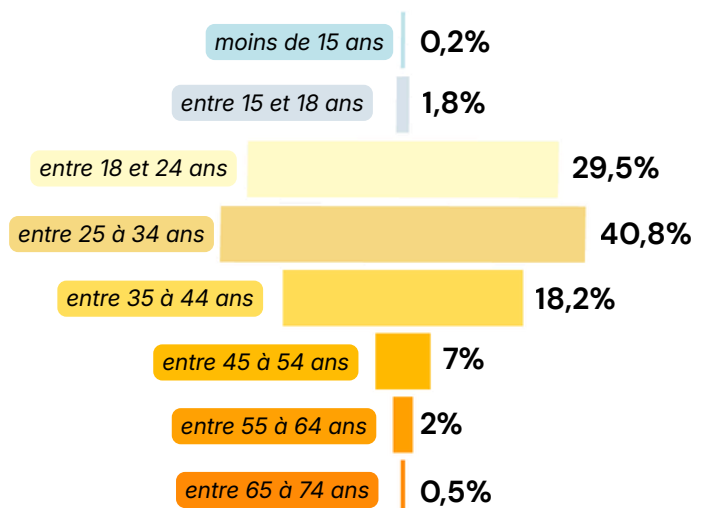
Répartitions des offres

chez personnes qui écoutent principalement de la musique via **le streaming audio**



Répartition des âges

chez les personnes qui écoutent principalement de la musique via **le streaming audio** avec un **abonnement premium**



En France hexagonale, selon le SNEP⁴, les abonnements aux plateformes de streaming sont répartis sur toutes les générations, les 15-34 ans représentent 40 % des abonné·es aux plateformes de streaming, les plus de 50 ans représentent près d'un tiers. Aux Antilles-Guyane, le profil est sensiblement différent : **les abonnements sont très concentrés chez les 25-34 ans** (72 %) et les plus de 45 ans n'en représentant que 9,5 %.

Ce marché est donc plus jeune, ce qui témoigne d'une adoption du streaming encore en cours au sein des générations plus âgées.

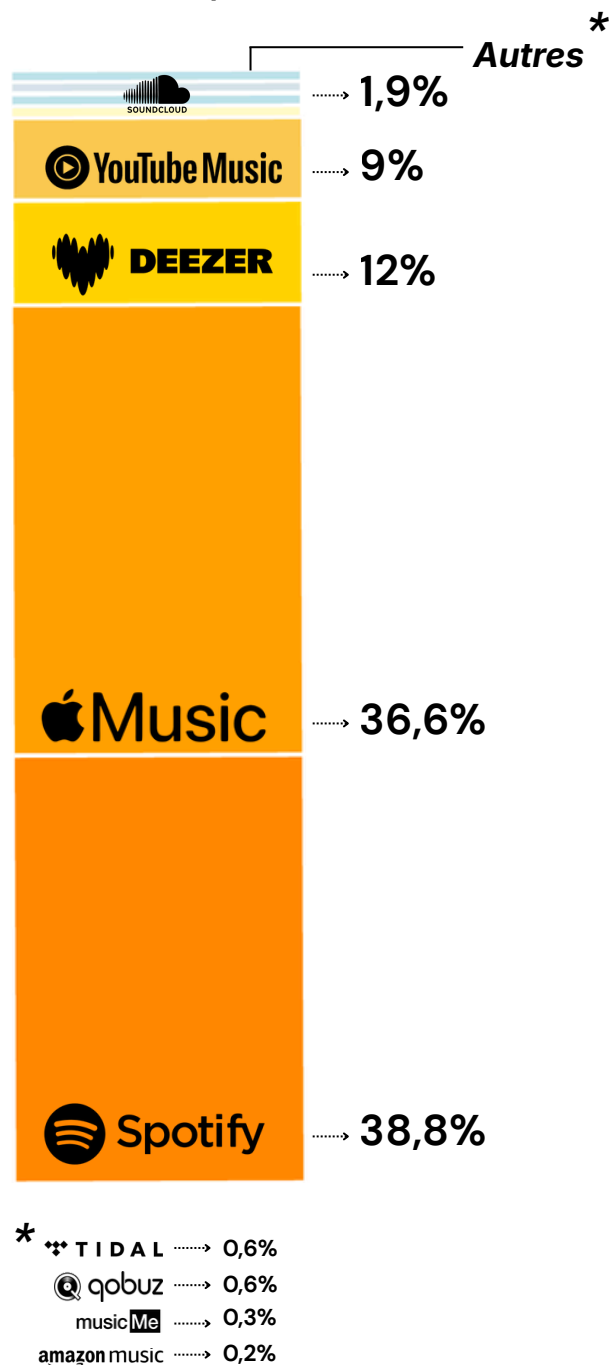
⁴ Bilan du marché de la musique enregistrée en 2025, Snep (2026)

Les tendances évoquées dans le découpage par plateforme des modes d'écoutes privilégiés au sein des supports numériques se retrouvent lorsque l'on analyse la place des différentes plateformes de streaming audio au sein du marché du streaming audio par abonnement.

Spotify et Apple Music se partagent les $\frac{3}{4}$ du marché 'premium' et le quart restant par une variété d'acteurs dont Deezer et YouTube Music se distinguent nettement. On remarque néanmoins que Soundcloud converti peu d'utilisateur·ices 'freemium' en abonné·es 'premium' alors que la plateforme propose des offres parmi les plus abordables : à partir de 5,99 € par mois pour une écoute sans publicités.

Plateformes d'écoute privilégiées

chez les personnes qui écoutent principalement de la musique
via le **streaming audio** avec un **abonnement premium**



Malgré des chiffres encourageants, l'absence de communication et de collaboration avec les entreprises locales freine l'appropriation de ces nouveaux outils par les populations des Antilles-Guyane. À titre d'exemple, l'achat de certains produits vendus à la Fnac en France hexagonale, proposent **3 mois d'accès gratuit** sur la plateforme française **Deezer**, sans que cette offre existe auprès des consommateur·ices ultramarin·es. À cela s'ajoute l'absence d'offres promotionnelles couplées aux opérateurs téléphoniques, offrant des périodes d'essai gratuites, qui permettent de convertir davantage d'utilisateur·ices.



En Hexagone, les plateformes de streaming occupent davantage l'espace public et médiatique grâce à des publicités marquées dans les transports en commun, à la télévision et sur les réseaux sociaux, autant de leviers d'activation qui restent peu ou pas déployés aux Antilles-Guyane. En termes de découvrabilité, sur les plateformes de streaming audio/vidéo, les guadeloupéen·nes se sont davantage saisi·es des recommandations algorithmiques : 61 % découvrent de la musique de cette manière, contre 28 % des martiniquais·es et 21 % des guyanais·es. Les playlists éditoriales sont peu utilisées pour découvrir de la nouvelle musique (14 %).

Si les genres issus des Antilles et de la Guyane gagnent en visibilité, leur présence dans les playlists éditoriales reste limitée : Dancehall Station et Zouk Station sont à ce jour les seules playlists dédiées sur **Spotify**, éditées par la plateforme. Sur **Deezer**, on retrouve davantage de playlists éditoriales : Grand Cru dédiée au Rap antillais et guyanais, Hits Zouk & Konpa, Shatta Motivation, Zouk Love, Soirée Shatta, Wine Up (zouk, konpa, dancehall, shatta, reggae, dembow et bouyon), Essentiels Zouk, Rhizome, toutes éditorialisées par Narjes Bahhar, Responsable éditoriale senior Rap & R&B FR chez Deezer.



D'autres caractéristiques des plateformes semblent moins adaptées aux attentes des populations locales, à commencer par le prix des abonnements, jugés "non adaptés aux territoires".

En effet, bien que les tarifs soient identiques à ceux pratiqués en France hexagonale (entre 5,99 € et 19,99 € par mois), le coût de la vie est globalement plus élevé dans les territoires ultramarins réduit la part du budget consacrée à la culture. Les revenus médians sont moins élevés qu'en Hexagone⁵, tandis que le niveau général des prix dépasse celui de la métropole de 14 à 16 %, pouvant atteindre +40 % pour les produits alimentaires. Dans ce contexte, le coût d'un abonnement aux plateformes de streaming, représentant entre 120 et 240 € par an selon la formule souscrite, constitue une charge non négligeable pour une part de la population.

⁵ Carte de niveau de vie médian en 2021, INSEE

⁶ Statistiques INSEE Guadeloupe et Martinique, 2023

Même si le coût d'accès à la musique demeure donc un facteur déterminant dans les habitudes de consommation des populations des Antilles-Guyane, certain·es répondant·es espèrent une évolution des pratiques en précisant : *"consommer de la musique gratuite ne permet pas aux artistes locaux de vivre de leur musique"* et *"ne permet donc pas un développement de l'industrie musicale"* locale.

Selon eux·elles, *"un travail pédagogique [sur la rémunération des artistes] dans les îles et en Guyane est primordial pour permettre l'expansion concrète des artistes ultramarins"*.

En effet, malgré l'ampleur de son audience, le streaming vidéo ne représente que 7 % des revenus de la musique enregistrée en France⁷, creusant l'écart entre usages et bénéfices pour les artistes et producteur·ices de musique enregistrée.

Du côté des artistes et producteur·ices locaux·les, le streaming demeure difficile à appréhender faute de distributeurs spécialisés sur les marchés ultramarins. Même si celui-ci constitue un levier de visibilité exceptionnel, capable de propulser un titre bien au-delà de ses frontières, le manque d'outils de suivi des écoutes prive la filière locale des données nécessaires à la promotion de sa musique.

**"UN TRAVAIL PÉDAGOGIQUE
[SUR LA RÉMUNÉRATION DES ARTISTES]
DANS LES ÎLES ET EN GUYANE EST
PRIMORDIAL POUR PERMETTRE
L'EXPANSION CONCRÈTE DES ARTISTES
ULTRAMARINS"**

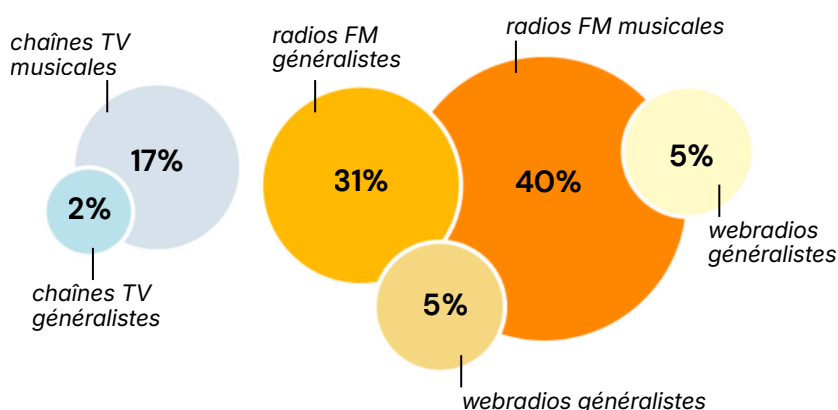
2.2 - Les médias traditionnels

Les médias traditionnels du type télévision et radio représentent 9 % des usages principaux et plus d'un tiers des usages secondaires. Leurs auditeur-ices ont une moyenne d'âge de 43 ans et écoutent de la musique 9 heures par semaine environ.

L'écoute se fait principalement en voiture ou à la maison en faisant autre chose.

Modes d'écoute privilégiés

chez les personnes qui écoutent principalement de la musique via **les médias**



Les stations de radio FM généralistes et FM musicales sont en tête des usages pour 30 à 40 % du panel indiquant écouter de la musique principalement à travers les médias traditionnels, suivies par les chaînes TV musicales. Les webradios sont nettement moins populaires.

Aux Antilles et en Guyane, comme dans beaucoup des 190 territoires où sont déployées les chaînes de télévision et **les stations de radio du groupe Trace**, fondé en 2003 par l'entrepreneur martiniquais Olivier Laouchez et dont la ligne éditoriale met en lumière les musiques afro-caribéennes et hip-hop, ces dernières **s'imposent comme les grandes favorites du public**.

Parmi les radios les plus écoutées, NRJ Antilles et NRJ Guyane se distinguent en 2ème position, suivie des chaînes et stations du groupe Outre-Mer La 1ère. Le reste du classement des 10 stations ou chaînes préférées est dominé par des stations de radios locales généralistes ou musicales, toutes guyanaises : Métis FM, BBlack, Radio Péyi, KFM et HITRADIO.

Classement des médias traditionnels préférés

chez les personnes qui écoutent principalement de la musique via **les médias** (chaînes TV et stations de radio confondues)

1	Trace		6	BBlack	
2	NRJ Antilles-Guyane		7	Nostalgie	
3	La 1ère Outre-Mer		8	Chérie FM	
4	Métis FM		9	HIT radio	
5	Radio Péyi		10	KFM	

Environ un tiers du panel indique découvrir de la musique via la radio.

Certain-es répondant-es reconnaissent vouloir entendre davantage de diversité musicale sur les ondes avec **plus de place pour les artistes locaux émergents**.

2.3 - Les supports physiques

Seulement 2 % des antillais-es et guyanais-es écoutent principalement de la musique sur des supports physiques (CD, vinyles, cassettes), avec un budget médian de 300 € et environ 8 à 16 achats par an.

Si le vinyle connaît un renouveau en France hexagonale, notamment chez les jeunes⁸, la situation est tout autre aux Antilles-Guyane : **les points de vente ont presque disparu**, les acheteur-euses de supports physiques y sont en moyenne âgé-es de 44 ans. Par conséquent, 21 % des personnes interrogées sur les supports physiques déclarent ne pas en acheter dans leur région.

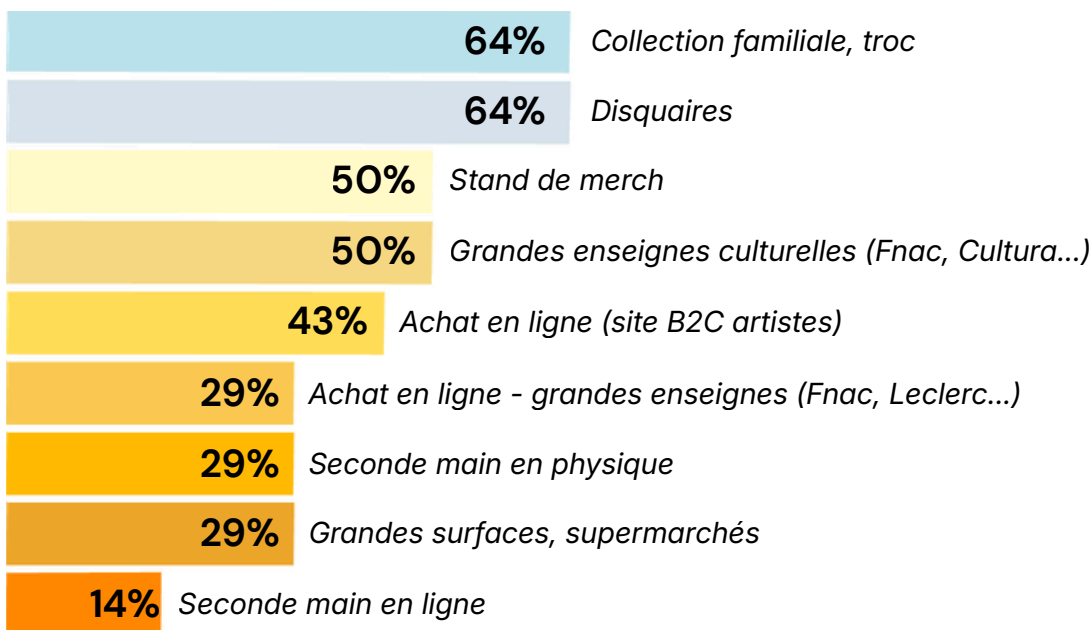
Les grandes surfaces et enseignes culturelles (Cultura, Fnac, Espace Culturel E.Leclerc...) pourtant présentes sur place avec plusieurs magasins ne proposent plus de disques à la vente, et les disquaires indépendant-es disparaissent peu à peu : **Sun'Studio**, tenu par Jean-Pierre Rotam à Cayenne, est le dernier disquaire de Guyane, tout comme **Sunshine Disquaire**, géré par Jules Henry Malaki au Moule en Guadeloupe.

Pour agrandir sa collection, acheter directement auprès des artistes est une solution : 50 % des auditeur-ices privilégiant les supports physiques achètent sur les stands de merch en concert ou sur les sites D2C ('direct to consumer') des artistes (43 %).

Bien que l'achat en ligne constitue une alternative efficace, les répondant-es déplorent des frais de douane et des frais de port élevés. En effet, tout achat effectué auprès d'un distributeur basé en hexagone est soumis, dès réception dans les DROM, à l'octroi de mer et selon le territoire, à la TVA locale, auxquels s'ajoutent des frais de gestion douanière facturés par les transporteurs, ce qui peut rapidement représenter plus d'une dizaine d'euros en plus du prix du disque.

Mode d'achat des disques

chez les personnes qui écoutent principalement de la musique
via **les supports physiques**



Ces chiffres mettent en évidence que les antillais-es et guyanais-es ont opéré une transition numérique marquée, dépassant la France hexagonale sur ce point. Cependant, on rappelle que ce sondage étant en ligne, ses résultats concernent uniquement des personnes connectées à internet.

Cela s'inscrit dans une tendance continentale : selon le rapport annuel de l'IFPI⁹ (Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique), le streaming audio en Amérique centrale et du Sud connaît une croissance importante pour la 16ème année consécutive.

L'utilisation du streaming audio reflète une adaptation aux contraintes propres aux DROM : l'accessibilité limitée aux supports physiques semble accélérer ce basculement vers le numérique, faisant des **Antilles-Guyane des territoires en croissance dans l'adoption des plateformes de streaming à l'échelle nationale**.

⁹ [IFPI Global Music Report 2025](#), IFPI (2026)

3) LA DÉCOUVERTE DE LA MUSIQUE

Les modes de découverte musicale aux Antilles-Guyane révèlent quels outils sont les plus accessibles et les plus utilisés pour trouver de nouveaux·elles artistes et musiques à écouter.

Pour 80 % des répondant·es du panel, **les réseaux sociaux constituent la première source de découverte** de nouveaux artistes, contre seulement 20 % des hexagonaux qui déclarent les utiliser pour découvrir de la musique de manière générale¹⁰.

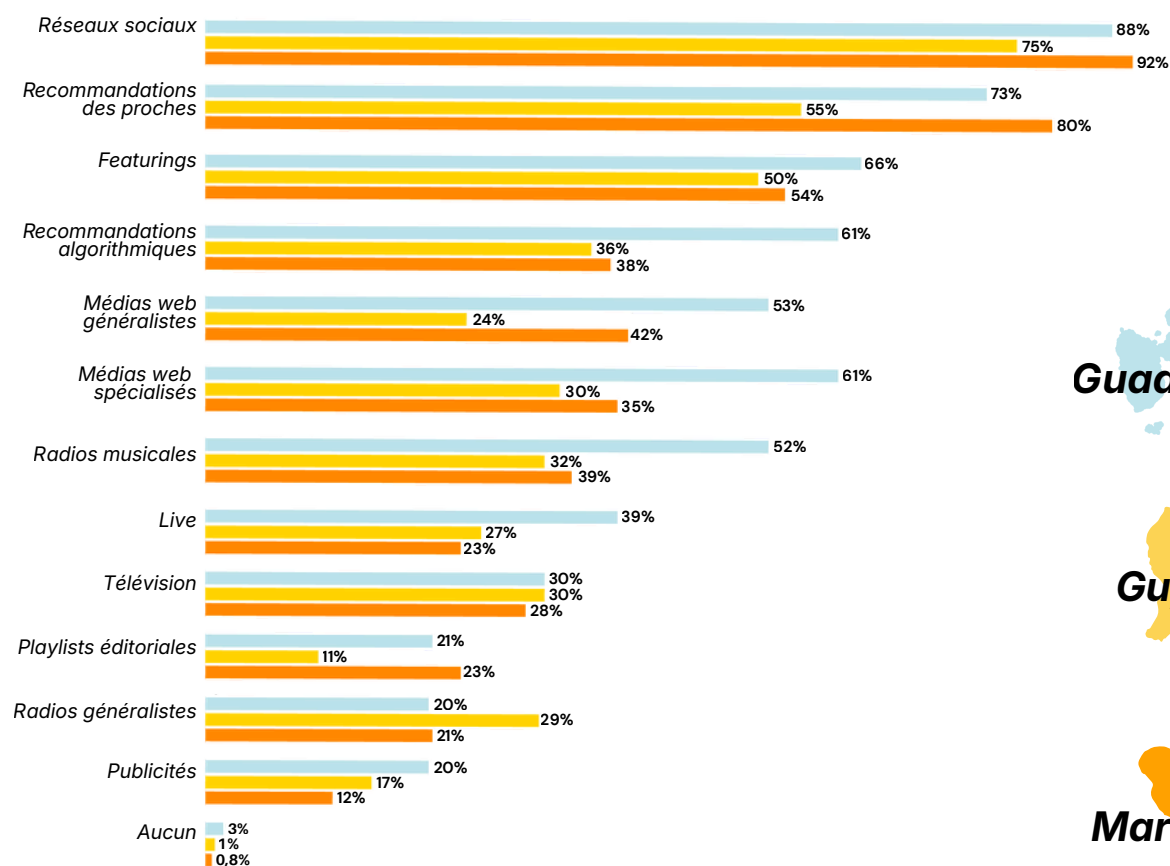
TikTok a joué un rôle déterminant dans l'essor des genres caribéens ces dernières années.

Cela se traduit concrètement par un nombre croissant de certifications **SNEP** pour des titres '*Made in Caraïbes*'. Avec des titres comme "*Shatta Confessions*" de Meryl featuring N'ken, sorti en juin 2025, le titre est certifié Or en 3 mois, Platine en 7 mois et cumule plus de 40 000 utilisations sur la plateforme en début de 2026.

À l'inverse, la radio arrive en tête des modes de découverte pour 58 % des hexagonaux, tandis qu'un·e antillais·es ou une guyanais·es **sur trois l'utilise à cet effet**. Ces dernier·ères déplorent d'ailleurs que ces médias pourraient davantage mettre en valeur les artistes locaux et émergent·es.

Les **featurings** représentent également une source de découverte importante pour 55 % des répondant·es, tout comme **les recommandations de leurs proches** (58 %), contre 30 % en hexagone¹⁰. On remarque enfin que les guadeloupéen·nes semblent davantage diversifier leurs modes de découverte que les martiniquais·es ou les guyanais·es : les médias web généralistes et spécialisés y sont deux fois plus utilisés, tout comme les recommandations algorithmiques.

Sources de découverte de la musique



¹⁰ Baromètre des usages de la musique en France (2023), CNM

4) LA PLACE DE LA MUSIQUE LIVE

La musique live occupe une place importante dans les sorties culturelles des antillais-es et des guyanais-es. Héritière d'une longue tradition de musique en plein air, de sound systems et de fêtes populaires, la scène live se vit autant dans les rues lors du carnaval que dans les clubs et sur les scènes de festivals.

Il est néanmoins difficile de connaître de manière exhaustive l'offre de spectacles dans les territoires ultramarins, les données publiques disponibles à ce sujet étant particulièrement limitées.

Le Département des Études, de la Prospective, des Statistiques et de la documentation¹¹ (DEPS) du Ministère de la Culture dénombre pour l'année 2024 : en Guadeloupe 290 représentations pour 40 000 billets vendus, en Martinique 111 représentations pour 46 000 billets vendus et 60 représentations en Guyane pour 6 000 billets vendus, toutes disciplines confondues.

Le CNM, dont le champ englobe les musiques actuelles, les variétés et l'humour, estime quant à lui à **247 le nombre de représentations payantes ayant eu lieu en 2024** sur l'ensemble des DROM¹², La Réunion et Mayotte inclus, pour 215 000 entrées. Les territoires ultramarins représenteraient au total, moins de 1 % de la diffusion nationale.

Afin de mieux appréhender les pratiques des antillais-es et guyanais-es en matière de musique live, **un comptage plus précis de l'offre d'événements musicaux a été entrepris à la main** dans le cadre de cette étude. Il repose sur un recensement des spectacles mis en vente sur la billetterie [Bizouk.com](https://bizouk.com), présentée comme le "*point de convergence des contenus culturels afro-caribéens*", sur l'année 2025 et pour chacune des régions étudiées. La grande majorité des propositions événementielles y est référencée et archivée ; cependant quelques événements musicaux non inscrits sur [Bizouk.com](https://bizouk.com) ont été ajoutés manuellement.

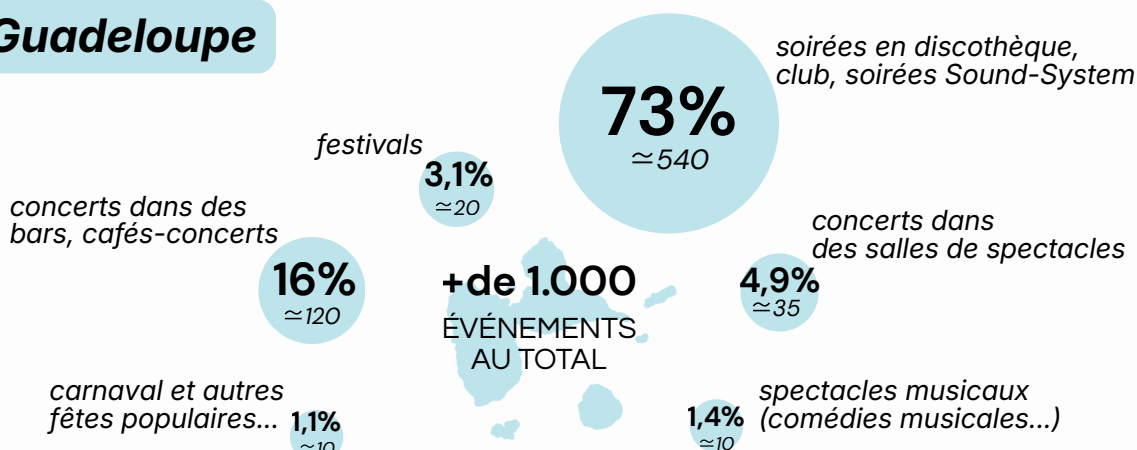
Ces statistiques sont les plus complètes disponibles à ce jour, sans pour autant garantir une exhaustivité totale, puisque tous les événements ne sont pas mis en avant sur cette plateforme. Beaucoup d'événements restent communiqués par bouche-à-oreille, street marketing ou communication informelle et difficilement trouvables en ligne.

¹¹ Billetterie du spectacle vivant en 2024, DEPS, Ministère de la Culture (2025)

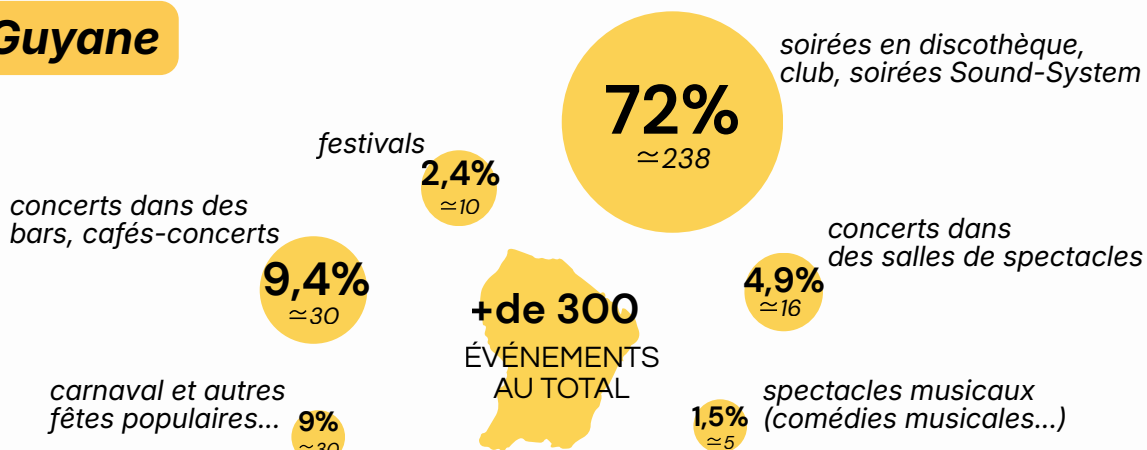
¹² La diffusion live en 2024, Analyse détaillée par région, CNM (2026)

ÉVÉNEMENTS MUSICAUX RECENSÉS EN 2025

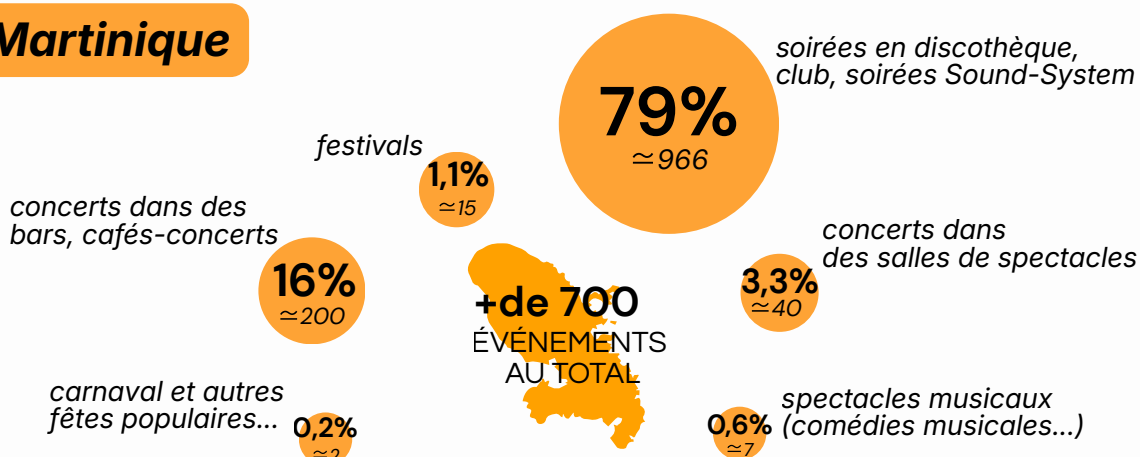
Guadeloupe



Guyane



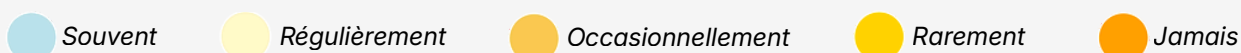
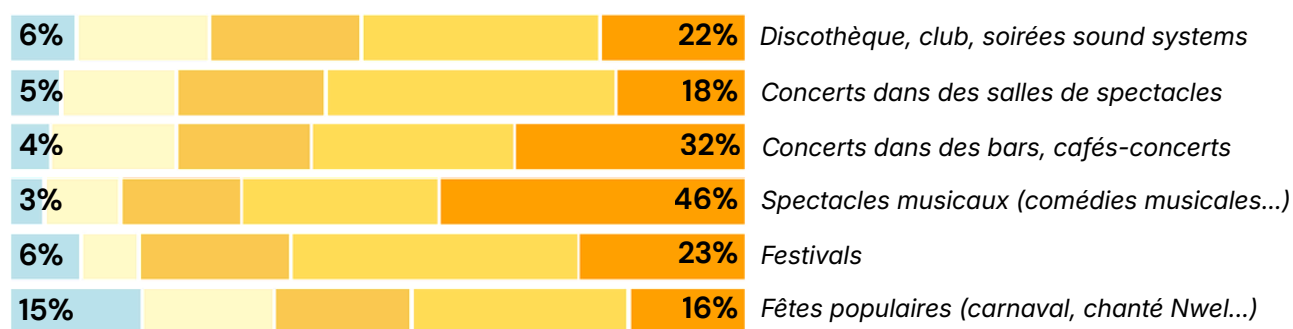
Martinique



La Martinique concentre le plus grand nombre d'événements musicaux avec plus de 1 200 propositions recensées, contre environ 700 en Guadeloupe et moitié moins (autour de 300) en Guyane, un écart qui reflète à la fois les différences de densité de population et de développement de l'offre culturelle.

Fréquentation d'événements musicaux locaux

du panel



Aux Antilles-Guyane, la musique live dépasse la simple notion de spectacle musical : le carnaval en Guyane *Bal Paré-Masqué*, les fêtes communales, ou encore les *Chanté Nwèl* aux Antilles, les *Swaré Léwòz* en Guadeloupe constituent des rendez-vous culturels essentiels.

Selon Florabelle Spielmann dans un récent article du CNMlab¹³, ces événements sont profondément ancrés dans une histoire postcoloniale où l'espace public a longtemps été le principal lieu d'expression musicale. Ces événements semblent sous-représentés dans les statistiques de diffusion car généralement, aucune billetterie n'est mise en place.

Cependant, au sein des pratiques, **c'est la typologie d'événement la plus populaire** selon le sondage : 15 % des antillais-es et guyanais-es y vont souvent, 14 % régulièrement et 19 % occasionnellement. Les enquêtes sur les pratiques culturelles en Guadeloupe et Martinique de l'INSEE¹⁴ confirment l'importance de ces traditions : en 2019-2020, entre 24 et 32 % de la population antillaise a participé au carnaval et autour de 45 % aux Chanté Nwèl.

Dans toute la Caraïbe, carnivals et festivals constituent un pilier économique majeur, représentant jusqu'à 30 % du PIB de certaines îles grâce à leur capacité à attirer des visiteur·ices internationaux·les. **Les Antilles-Guyane s'inscrivent dans cet espace caribéen où les fêtes populaires sont un pilier économique, une réalité que les outils statistiques français ne permettent pas encore de mesurer à sa juste valeur.**

Par rapport au nombre de concerts dans des salles de spectacles, **l'offre de festivals est notable**. Leur part au sein de l'offre globale, hors discothèques, semble comparable à la moyenne nationale (8 % sur les trois territoires contre 11 % en France en 2024 selon le CNM)¹⁵.

Ces événements bénéficient d'une force de frappe importante, puisqu'ils permettent la venue d'artistes de renommée internationale comme Vybz Kartel au *Boom Jam One Day 2025* à Kourou ou Rema au *All Day In Music Festival 2025* au Moule.

Même si les festivals semblent appréciés, une majorité de la population s'y rend rarement voire jamais (70 %) : *"Le prix des festivals ne permet pas d'y aller autant qu'on aimerait"* ; ils restent néanmoins davantage fréquentés par les moins de 25 ans.

¹³ Perspectives sur la structuration de la musique en Guadeloupe, Florabelle Spielmann, CNMlab (2025)

¹⁴ Billetterie du spectacle vivant en 2024, DEPS, Ministère de la Culture (2025)

¹⁵ Enquête sur les pratiques culturelles des Martiniquais et des Guadeloupéens, INSEE (2021)

Les DJ sets sont les formats de musique live les plus récurrents : les soirées en club, discothèques ou sound-system représentent l'offre principale de musique live, et ce peu importe le territoire, **concentrant 73 % de l'offre en Guadeloupe, 72 % en Martinique et 79 % en Guyane.**

La Guyane a par ailleurs contribué à populariser au sein de sa région et dans les autres régions françaises de la Caraïbe, la pratique du **Money Pull Up**, cette tradition jamaïcaine où le public paie le DJ ou l'artiste pour rejouer un morceau. Ainsi, les DJ antillais-es et guyanais-es semblent être les artistes les plus diffusés-es, avec parfois plusieurs représentations par semaine.

L'appréciation de la population suit cette tendance : **c'est la troisième typologie d'événement la plus fréquentée par le panel**, 36 % des répondant-es indiquant s'y rendre rarement et 22 % occasionnellement.

L'offre de 'concerts en salles de spectacles' et de 'spectacles musicaux' reste concentrée sur un nombre restreint de formats, représentant **moins d'une cinquantaine de représentations par territoire**. Cette situation s'explique en grande partie par l'insuffisance de salles de spectacles adaptées : **aux Antilles-Guyane, il n'existe actuellement aucune Scène de Musiques Actuelles (SMAC)**. La seule structure ultramarine labellisée SMAC¹⁶ à ce jour par le Ministère de la Culture est Kabardock, située à La Réunion.

Les répondant-es sont nombreux-ses à pointer ce manque de lieux : *"Il manque cruellement de salles de concert dédiées avec une bonne sonorisation"*. Par ailleurs, la mobilité reste un enjeu majeur, les contraintes géographiques et logistiques, limitent la venue d'artistes d'Hexagone ou internationaux et contribue ainsi au manque d'offres variées dans ces territoires.

De fait, un tiers des répondant-es seulement déclarent découvrir de la musique via le live, ce qui en fait le 8ème mode de découverte sur 13. Les témoignages recueillis révèlent une demande forte de davantage de propositions de musique live, avec une préférence marquée pour les artistes hexagonaux et internationaux. Néanmoins, l'implication croissante des villes dans l'organisation de fêtes communales a été soulignée comme une dynamique positive.

Déplacements du panel pour assister à des événements de musique live



42%	50%	47%	ne se sont jamais déplacé-es dans un autre territoire pour voir du live
31%	13%	23%	se sont déjà déplacé-es dans un autre territoire ultra-marin français pour voir du live
37%	30%	35%	se sont déjà déplacé-es en Hexagone pour voir du live
17%	17%	15%	se sont déjà déplacé-es dans une île / un territoire frontalier pour voir du live
25%	11%	11%	se sont déjà déplacé-es ailleurs dans le monde pour voir du live

¹⁶ Label « Scène de musiques actuelles - SMAC », Ministère de la Culture

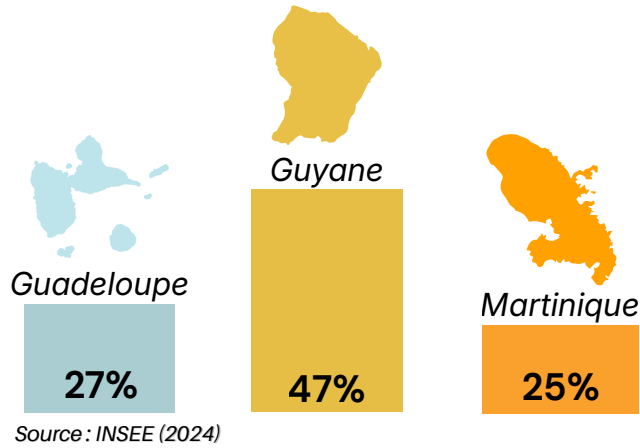
Les amateur·ices de musique live sont néanmoins prêt·es à voyager pour voir des artistes sur scène, les guadeloupéen·nes se révélant les plus enclin·es à se déplacer, quelle que soit la destination : 58 % d'entre eux·elles ont déjà quitté leur territoire pour un concert, contre 53 % des martiniquais·es et 50 % des guyanais·es.

L'hexagone constitue la destination principale dans les trois territoires (entre 30 % et 37 %), suivi des autres territoires ultra-marins français, avec une proportion nettement plus marquée en Guadeloupe (31 %) et en Martinique (23 %) qu'en Guyane (13 %), ce qui s'explique par la proximité géographique et les liens historiques entre les îles antillaises. Les déplacements vers les territoires étrangers frontaliers sont quant à eux réguliers sur l'ensemble des territoires (entre 15 % et 17 %).

5) FOCUS GEN Z - ALPHA

Observer les habitudes musicales des jeunes antillais·es et guyanais·es de la *Génération Z* (15-25 ans) et de la *Génération Alpha* (moins de 15 ans) permet de comprendre ce que sera la consommation de musique de demain aux Antilles-Guyane.

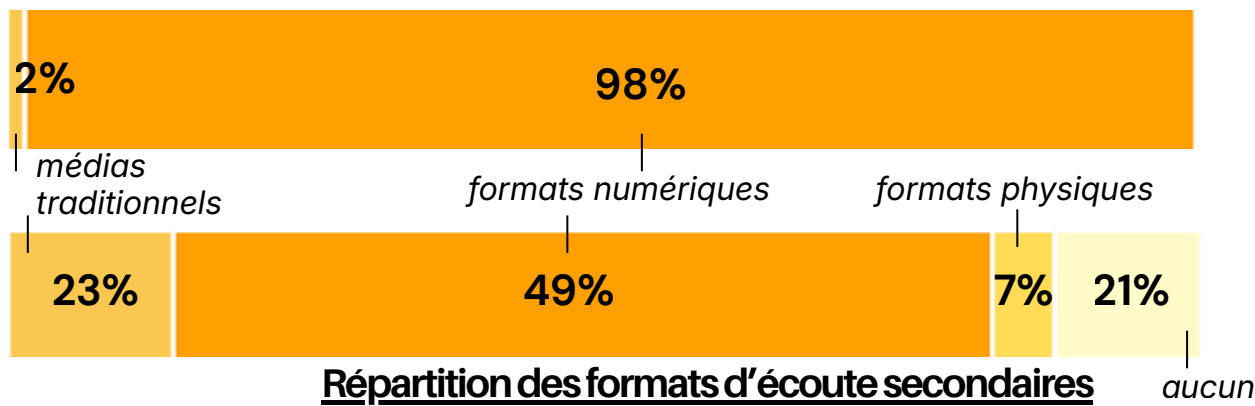
Part des moins de 25 ans par région



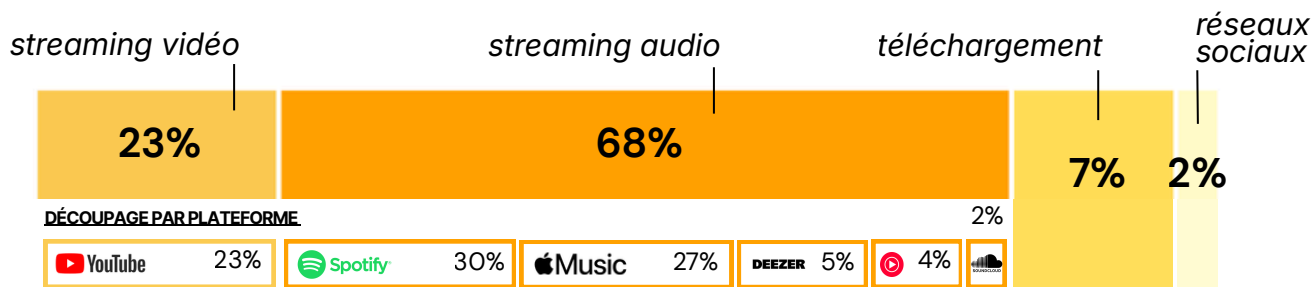
En effet, la Guyane est un territoire particulièrement jeune, avec près de la moitié de sa population (47 %) âgée de moins de 25 ans. Aux Antilles, la part des moins de 25 ans est plus proche de la moyenne nationale (27 %).

Pour 98 % des 15-25 ans, la musique est leur activité culturelle favorite, soit dix points de plus que l'ensemble du panel.

Répartition des formats d'écoute principaux



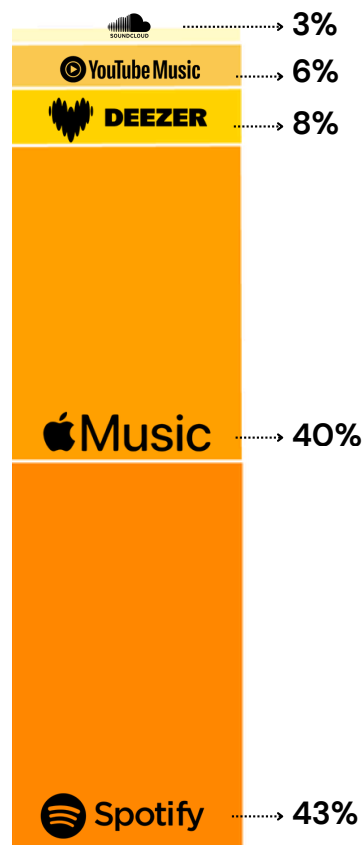
Modes d'écoute privilégiés - supports numériques chez les moins de 25 ans



Presque tous·tes écoutent principalement de la musique en format numérique et privilégient les plateformes audio (68 %) aux plateformes vidéo (23 %). La tendance en faveur de Spotify et Apple Music est particulièrement marquée chez les moins de 25 ans : **ces deux plateformes réunissent à elles seules plus de 80 % des jeunes utilisateur·ices de streaming audio**, dont seulement 18 % déclarent ne pas disposer d'abonnement payant.

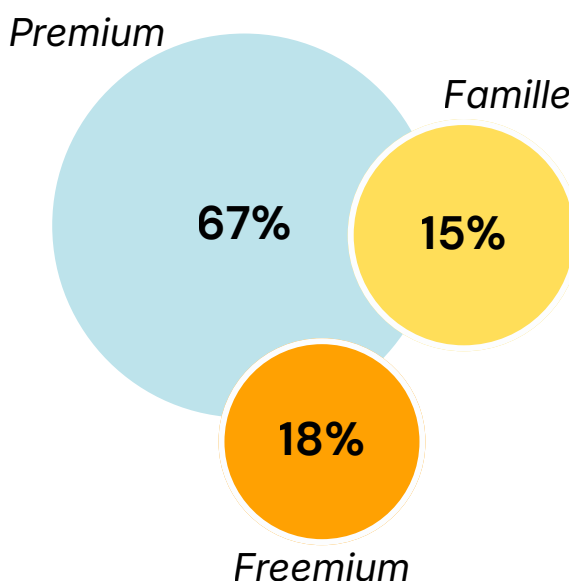
Plateformes d'écoute privilégiées

chez les moins de 25 ans écoutant principalement de la musique via le streaming audio premium et freemium.



Répartition des abonnements

chez les moins de 25 ans qui écoutent principalement de la musique via le streaming audio.

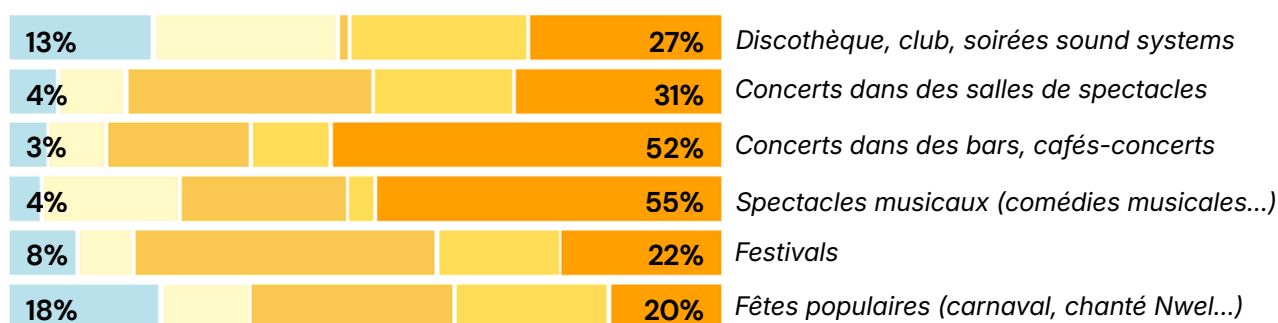


Le téléchargement (7 %) et les réseaux sociaux (2 %) restent des modes d'écoute marginaux, bien que ce dernier constitue le premier vecteur de découverte de nouveaux artistes pour 93 % des jeunes.

Bien que le **Reggae-Dancehall**, le **Zouk** et le **Hip-Hop, Rap** restent les genres les plus plébiscités par les jeunes de moins de 25 ans, ces dernier·es écoutent une plus grande diversité d'esthétiques que leurs aîné·es. Cela peut s'expliquer par l'écoute de différentes musiques en famille, par exemple lors de la préparation des repas ou du fameux ménage. Le dimanche est souvent un moment où les familles se réunissent et partagent des esthétiques musicales comme la mazurka, la biguine et le kompa. Les populations des Antilles-Guyane grandissent ainsi avec les sons transmis par les grands-parents et les parents, permettant d'entretenir un héritage musical très fort.

Fréquentation d'événements musicaux locaux

par les moins de 25 ans



● Souvent
 ● Régulièrement
 ● Occasionnellement
 ● Rarement
 ● Jamais

En matière de consommation live, les générations Z - Alpha se rendent plus régulièrement en discothèque, en club et dans les soirées sound systems, que les générations plus âgées, ainsi qu'en festival. Ils·elles aimeraient fréquenter davantage les concerts mais déplorent un manque de propositions locales à la fois diversifiées et abordables.

De ce fait, les concerts en bars et cafés-concerts restent peu fréquentés par cette tranche d'âge et ceux en salles de spectacle le sont occasionnellement. Ils·elles ne se déplacent pas davantage que l'ensemble du panel pour assister à des concerts : plus de la moitié d'entre eux·elles (53 %) n'ont jamais quitté leur territoire de résidence pour voir un artiste en live.

Quant aux carnavals et aux fêtes populaires, ceux-ci s'imposent comme la forme de live la plus consommée, aussi bien par les jeunes que par l'ensemble de la population : véritables événements intergénérationnels, ils continuent de rassembler largement.

CONCLUSION

L'analyse des usages et de la consommation de musique aux Antilles-Guyane permet de mieux appréhender une part du marché français de la musique à la fois dynamique, singulière et encore sous-exploitée.

Les antillais-es et les guyanais-es se distinguent par une forte implication dans la consommation de musique, qui constitue à la fois un pilier culturel, un marqueur identitaire et une pratique quotidienne intensive.

Avec l'envie de s'engager davantage dans la vie musicale, ils-elles se heurtent néanmoins à un manque d'accessibilité persistant : **retard d'implantation des plateformes de streaming audio, disparition des points de vente physiques et pénurie de salles de spectacles**, autant de freins qui accentuent les inégalités entre l'Hexagone et les Outre-Mer.

Ainsi, les Antilles-Guyane apparaissent comme des territoires en avance sur les usages, mais en décalage sur les modèles économiques et les outils proposés.

Les résultats de cette étude encouragent tous-tes les acteur-ices de la musique, en particulier ceux et celles qui la distribuent et la diffusent, à adapter leurs outils et leurs stratégies pour atteindre également ce bassin de consommateur-ices, maintenant qu'une analyse plus précise de ce marché est disponible.

Les résultats de cette étude pointent vers plusieurs axes de développement prioritaires : adapter les modèles économiques des plateformes aux réalités ultramarines, notamment en matière de tarification et de partenariats avec les opérateurs locaux ; renforcer la visibilité des artistes antillais-es et guyanais-es sur les outils numériques, de la distribution aux playlists éditoriales ; et structurer l'écosystème du live, en développant les infrastructures, en soutenant les événements existants et en améliorant la circulation des artistes entre les territoires.

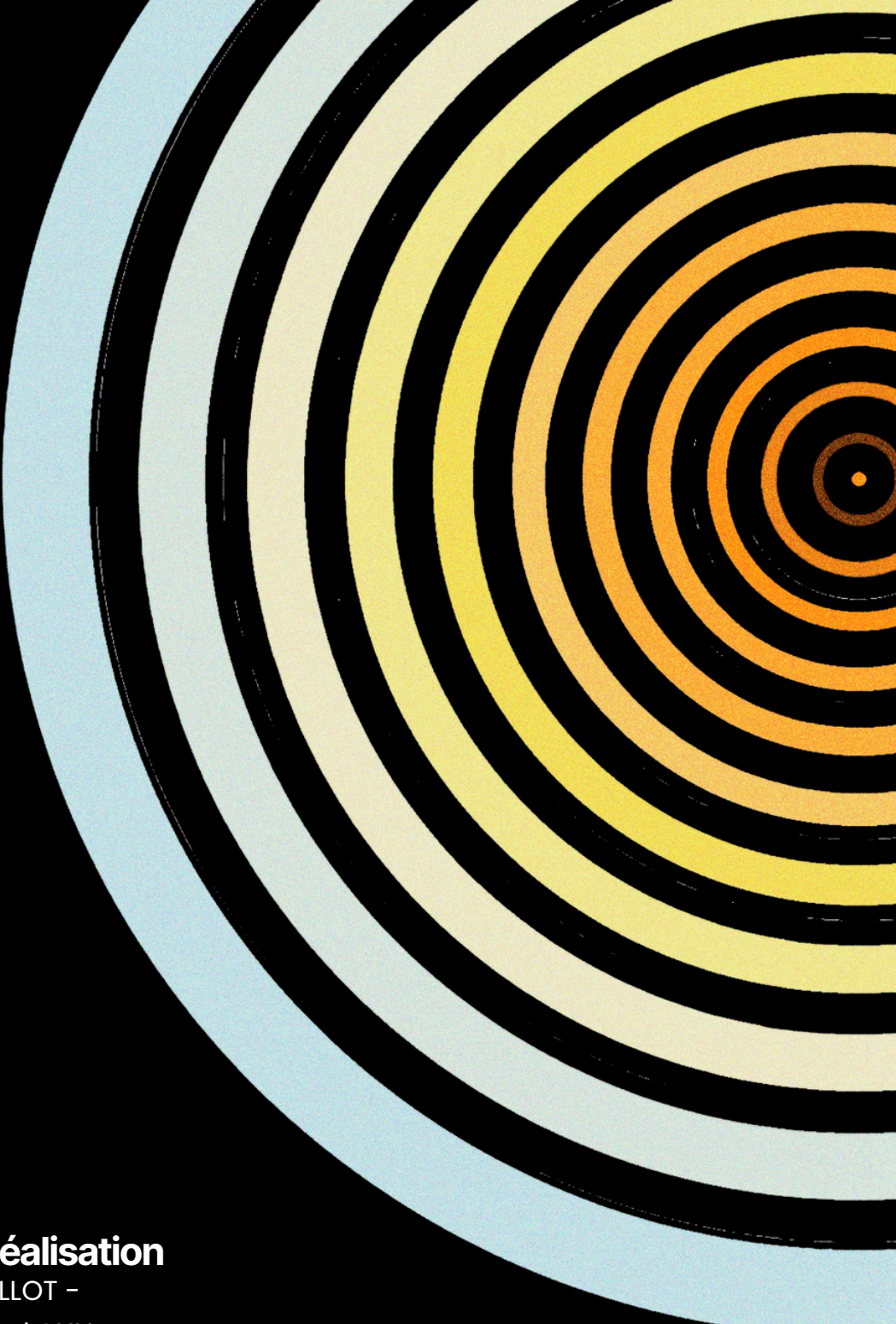
Cette étude espère servir de point de départ pour une observation plus précise des usages et de la consommation de la musique dans les territoires ultra-marins, et invite toutes les structures du secteur en capacité de produire ou d'analyser des données sur le marché musical ultra-marin à effectuer le même travail statistique qui peut déjà être mené à l'échelle hexagonale.

Les Antilles-Guyane se positionnent aujourd'hui comme un marché stratégique à fort potentiel, par son ancrage sur le continent américain et la proximité que ces régions partagent avec certaines des scènes musicales les plus influentes du monde.

Il appartient désormais aux professionnel·les du secteur, aux institutions et aux pouvoirs publics de se saisir de ces réalités pour construire, avec les acteur-ices locales ultra-marin-es, un écosystème plus équitable et pleinement intégré aux dynamiques globales de l'industrie musicale.

BIBLIOGRAPHIE

- Bllan du marché de la musique enregistrée 2024, Snep (2025)
- Bilan du marché de la musique enregistrée en 2025, Snep (2026)
- Baromètre des usages de la musique en France, CNM (2023)
Rapport détaillé, Rapport synthétique
- Enquête sur les pratiques culturelles des martiniquais, INSEE (2021)
- Enquête sur les pratiques culturelles des guadeloupéens, INSEE (2021)
- Perspectives sur la structuration de la musique en Guadeloupe, Florabelle Spielmann, CNMlab (2025)
- Label « Scène de musiques actuelles - SMAC », Ministère de la Culture



Ont contribué à la réalisation

Andy BADAMIE – Leila BELLOT –
Quentin ROLLAND – Ismael ALIN

Remerciements

tous les relecteur·ices

le conseil d'administration de Fédérap

le SNEP (Syndicat National des Éditeurs Phonographiques)

Keys For U

Contact

lechewingum973@gmail.com

contact@federap.info



fédérap
fédération des musiques rap