

Communiqué de presse

Musique et Intelligence Artificielle : 74% des Français redoutent des contenus sans âme ni émotion

Baromètre Verian pour le Crédit Mutuel « La musique dans la vie des Français » - 5^e édition

Paris, le 16 juin 2025

Cette 5^e édition étudie l'arrivée de l'intelligence artificielle dans l'univers musical, entre fascination technologique et crainte d'une déshumanisation artistique.

Alors que s'ouvre la France Music Week et en amont de la Fête de la musique, le Crédit Mutuel donne le LA en dévoilant son baromètre annuel « La musique dans la vie des Français »*. Cette 5^{ème} édition se penche avec acuité sur l'impact grandissant de l'intelligence artificielle dans nos vies et plus spécifiquement sur son empreinte dans l'écosystème musical : comment va-t-elle façonner nos écoutes ? Craignent-ils qu'elle envahisse les créations ? Se préoccupent-ils de la rémunération des créateurs ? Vont-ils se détourner des compositions faites avec l'IA ou au contraire sont-ils curieux de ce qu'elle peut apporter ? Partenaire Premium de la France Music Week et acteur engagé de la scène musicale en France depuis plus de 20 ans, le Crédit Mutuel avec cette 5^e édition propose, au-delà de l'arrivée de l'IA, une vaste plongée au cœur de la relation intime des Français avec la musique.

La crainte d'une musique sans âme

Le constat est frappant et traverse toutes les générations : **3/4 des Français** redoutent que l'IA ne produise des contenus musicaux "sans âme ni émotion"**. Cette statistique n'est pas anodine ; elle révèle une certaine appréhension face au risque de déshumanisation de la musique. Au-delà de la prouesse technique, la musique est avant tout un vecteur d'émotions, un miroir de l'expérience humaine. Cette défiance souligne l'attachement des auditeurs à l'authenticité et à la profondeur émotionnelle que seul un artiste semble, à leurs yeux, pouvoir insuffler.

Une menace consensuelle pour les droits d'auteurs

L'autre point d'achoppement majeur concerne la protection des créateurs. Un consensus quasi-unanime se dégage : **84% des Français** estiment que l'usage de l'Intelligence Artificielle dans le domaine musical représente une menace directe pour les droits d'auteur**. Cette préoccupation est légitime et résonne avec les débats actuels sur la propriété intellectuelle à l'ère de l'IA générative : comment garantir une juste rétribution et protéger le travail des artistes face à une technologie capable de "digérer" et de "régurgiter" des millions d'œuvres en un instant.

** Baromètre Crédit Mutuel « La musique dans la vie des Français » réalisé par Verian - Enquête réalisée par internet du 10 au 21 avril 2025 auprès d'un échantillon de 2 001 Français représentatif de l'ensemble de la population française âgée de 16 ans et plus. Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne de référence et région). Les évolutions sont indiquées en comparaison avec la/les précédente(s) vague(s) de l'étude, réalisée depuis 2021.*

*** Parmi les Français qui se sont exprimés sur cette question. En effet 1 Français sur 5 peine à exprimer une opinion sur l'impact de l'IA sur la musique*

IA et travail artistique : une vision plus contrastée

Malgré les préoccupations autour de l'IA, le baromètre révèle que les Français sont plus partagés concernant son impact sur le travail des artistes : 42%** pensent que l'IA remplacera les artistes et 53%** que la majorité des créations musicales seront bientôt l'apanage de l'IA.

Les moins de 35 ans se montrent plus ouverts, voire enthousiastes : **56% d'entre eux sont convaincus que l'IA va stimuler et développer la création musicale.** Pour eux, l'IA est capable d'ouvrir des horizons créatifs inexplorés.

« *La musique est un moteur de partage et de création* », relève **Isabelle Ferrand**, directrice générale de la Confédération Nationale du Crédit Mutuel. « *Si l'industrie musicale doit rester en prise avec son temps, nous devons être vigilants face à ses transformations afin de préserver l'âme de la musique et le travail des artistes. La transparence devient un enjeu pour maintenir la confiance et permettre une consommation éclairée.* »

Le cœur battant de la musique chez les Français

Au-delà des interrogations sur l'IA, le rapport complet du Crédit Mutuel dresse un panorama détaillé des habitudes musicales des Français, confirmant des tendances et en révélant de nouvelles :

- **Une consommation quotidienne et éclectique** : la musique reste une compagne fidèle. 58% des Français en écoutent au moins une heure par jour, un chiffre qui grimpe à 3/4 chez les 16-24 ans et 2/3 chez les 25-34 ans. L'éclectisme est de mise, avec une moyenne de 2,5 styles musicaux préférés cités, traversant les générations.
- **La variété française, indémodable pilier** : la variété française demeure le style musical le plus écouté, par un Français sur deux, bien qu'en net recul par rapport à 2021 (-10 points). Si elle séduit 60% des plus de 50 ans, elle ne capte qu'1/3 des moins de 35 ans, signe d'une fragmentation des goûts musicaux selon l'âge.
- **Radio et Streaming sont les voies royales de l'écoute** : la radio demeure le canal privilégié pour l'écoute (71%) et la découverte musicale (55%). **Le streaming payant, quant à lui, a doublé en quatre ans, passant de 18 à 32%, notamment sous l'influence des jeunes.**
- **Festivals et live, la jeunesse décroche** : l'attrait des festivals et concerts live marque un net recul chez les jeunes. Seuls 48% des moins de 35 ans envisagent de s'y rendre, soit 7 points de moins que l'an dernier. Le budget s'impose comme le principal obstacle, cité par 26% des Français et 31% des moins de 35 ans.

* Baromètre Crédit Mutuel « La musique dans la vie des Français » réalisé par Verian - Enquête réalisée par internet du 10 au 21 avril 2025 auprès d'un échantillon de 2 001 Français représentatif de l'ensemble de la population française âgée de 16 ans et plus. Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne de référence et région). Les évolutions sont indiquées en comparaison avec la/les précédente(s) vague(s) de l'étude, réalisée depuis 2021.

** Parmi les Français qui se sont exprimés sur cette question. En effet 1 Français sur 5 peine à exprimer une opinion sur l'impact de l'IA sur la musique

A propos du groupe Crédit Mutuel

Le Crédit Mutuel est un groupe bancaire mutualiste et coopératif exclusivement détenu par ses clients sociétaires. Il est composé de 18 fédérations régionales de Crédit Mutuel et d'une fédération agricole à vocation nationale ainsi que de nombreuses filiales spécialisées, offrant essentiellement des services financiers et d'assurances. Ses principales filiales sont le CIC, les Assurances du Crédit Mutuel, Suravenir, TARGOBANK en Allemagne, Beobank en Belgique, la Banque Européenne du Crédit Mutuel, Cofidis-Group, la Française, Fortunéo, Monabanq

Au 31 décembre 2024, le groupe Crédit Mutuel compte 37,8 millions de clients dont 9,2 millions de sociétaires et 87 105 collaborateurs.

Plus d'informations sur www.creditmutuel.com

Contacts presse**Confédération Nationale du Crédit Mutuel**

Caroline Gin - caroline.gin@creditmutuel.fr

Agence Ogilvy Paris

creditmutuel@ogilvy.com

Pour découvrir le groupe Crédit Mutuel, cliquez [ici](#) ou retrouvez nous sur :



* Baromètre Crédit Mutuel « La musique dans la vie des Français » réalisé par Verian - Enquête réalisée par internet du 10 au 21 avril 2025 auprès d'un échantillon de 2 001 Français représentatif de l'ensemble de la population française âgée de 16 ans et plus. Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne de référence et région). Les évolutions sont indiquées en comparaison avec la/les précédente(s) vague(s) de l'étude, réalisée depuis 2021.

** Parmi les Français qui se sont exprimés sur cette question. En effet 1 Français sur 5 peine à exprimer une opinion sur l'impact de l'IA sur la musique