

Midem 2014

ETUDES EXCLUSIVES

LES FRANÇAIS ET LA MUSIQUE

LA MUSIQUE DANS LES LIEUX DE VENTE

Sacem, Christophe Waignier, 2 février 2014

Les Français et la musique, Le rôle de la musique dans les lieux de vente

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS D'ENQUÊTES
PAR CHRISTOPHE WAIGNIER, DIRECTEUR RESSOURCES ET STRATÉGIE

La Sacem s'intéresse

- > à la **place de la musique dans la vie des Français** : temps d'écoute, genre musical apprécié, supports utilisés, source d'information...
- > à la **musique diffusée dans les lieux de vente** : valeur, intérêt pour les professionnels du secteur de la vente

Ce secteur, qui représente 14% des droits collectés par la Sacem en 2013, est clé pour les auteurs compositeurs et les éditeurs.



MOOD:



Ces enquêtes, en partenariat avec la Spré qui collecte les droits voisins des artistes et producteurs et regroupe l'Adami, la Spedidam, la SCPP et la SPPF et Mood Média, leader mondial de la musique de sonorisation dans les lieux de vente, ont été réalisées par :

- **Ipsos MediaCT** auprès du grand public et de professionnels des secteurs de la vente
- Et simultanément par **Enov research** dans 2 lieux de vente : une grande surface et un magasin d'habillement

Les Français et la musique

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



Auprès du
grand public

2003 personnes représentatives de la population française
âgée de 15 ans

- Quotas : sexe, âge, catégories socioprofessionnelles et région,
- enquête en ligne sur l'Access Panel du groupe Ipsos

Terrain du 30 octobre au 5 novembre 2013

Les Français et la musique

LA MUSIQUE EST AU CŒUR DE LA VIE DES FRANÇAIS



99%

des Français écoutent de la musique

et

3 Français sur 4
ne pourraient pas s'en passer



Les Français et la musique

TOUS LES FRANÇAIS ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE ET SUR UNE DIVERSITÉ D'APPAREILS

En voiture, à la maison, pour plus de 60 % des Français, c'est presque tous les jours !



65%
des Français écoutent
de la musique **en**
voiture, tous les jours
ou presque



61%
des Français écoutent de
la musique **à la maison**,
tous les jours ou presque

- 1 autoradio (68%)
 - 2 ordinateur (59%)
 - 3 radio (56%)
 - 4 chaîne hifi (42%)
 - 5 télévision (39%)
 - 6 smartphone (31%)
- *3,8 en moyenne

Les Français et la musique

C'EST TOUS LES JOURS ET 2H25 PAR JOUR

- Près de **9 Français sur 10**
c'est tous les jours



et

- en moyenne
2h25
de musique par jour



- 22%** de Français pratiquent la **musique ou le chant en amateur** : 15% jouent d'un instrument et 12% chantent

Les Français et la musique

LES MÉDIAS AUDIOVISUELS SONT TOUJOURS LA 1ÈRE SOURCE D'INFORMATION SUR LA MUSIQUE

- Près de **9 Français sur 10** se tiennent informés de l'actualité musicale



- Sources d'info



1

Médias traditionnels à 75%

Radio : 59%

Télévision : 46%

Presse : 33%



2

Internet à 47%

Moteurs de recherche : 22%

sites de vente de places de concert : 18%

sites spécialisés : 16%

3

Entourage à 36%

Les Français et la musique

LA MUSIQUE FAIT DU BIEN AU MORAL

- Pour **94%** des Français
Elle rappelle **des souvenirs**
- Pour **92%** des Français
Elle met de **bonne humeur**
- Pour **87%** des Français
Elle est appréciée dans ses **différents styles** en fonction de son humeur
- Pour **85%** des Français
Elle donne de **l'énergie**

Les Français et la musique

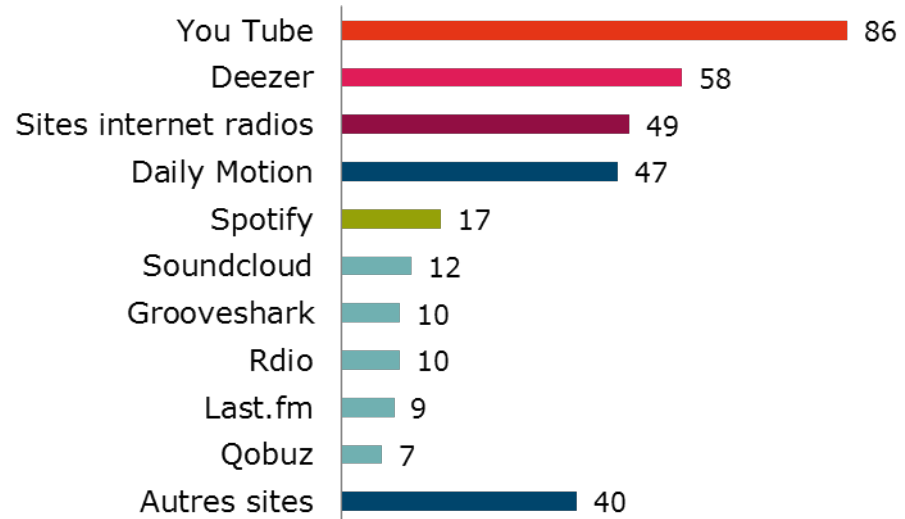
L'ÉCOUTE EN CONTINU (STREAMING) EST DEvenu UNE PRATIQUE COURANTE



70%

des Français écoutent de la
musique en ligne
au moins une fois par semaine

▪ Régulièrement sur :



Les Français et la musique

LE SPECTACLE VIVANT OCCUPE UNE PLACE IMPORTANTE DANS LA VIE DES FRANÇAIS

6 Français sur 10 vont au concert et sur un festival,
au moins une fois par an



La musique dans les magasins d'habillement, chez les coiffeurs, dans les cafés, les grandes surfaces alimentaires et d'équipement

2 ENQUÊTES EN PARTENARIAT AVEC LA  ET MOOD:

1 | Après des professionnels de la vente et du grand public



2003 interviews en ligne auprès **du grand public**

525 interviews réalisées par téléphone auprès des **directeurs/ gérants** de :

→ **café, salons de coiffure, magasins d'habillement, grandes surfaces alimentaires et magasins d'équipement du foyer**

→ du 28 octobre au 4 novembre 2013

2 | Enquête terrain



Grande surface alimentaire

3 périodes testées de 10 jours chacune

Pas de musique

Musique de répertoire

Musique d'ambiance

du 7/10 au 17/10

du 21/10 au 30/10

du 4/11 au 14/11

267 interviews

291 interviews

284 interviews

→ 13 interviews d'employés

Magasin d'habillement

2 périodes testées

Musique de répertoire

Musique d'ambiance

du 18/11 au 21/11

du 9/11 au 16/11

153 interviews

127 interviews

La musique est un élément CLÉ pour les lieux de vente

POUR LES PROFESSIONNELS LA MUSIQUE EST UN ÉLÉMENT CLÉ DE L'AMBIANCE DE LEUR ÉTABLISSEMENT



71%

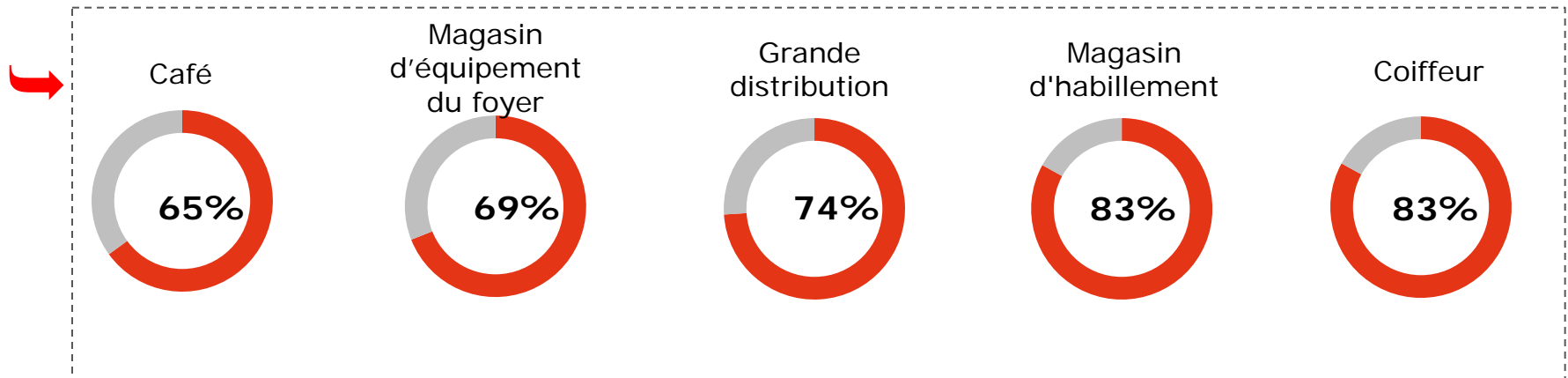
des professionnels du secteur de la vente diffusent de la **musique dans leur magasin**

Pour

Créer une ambiance (76%)

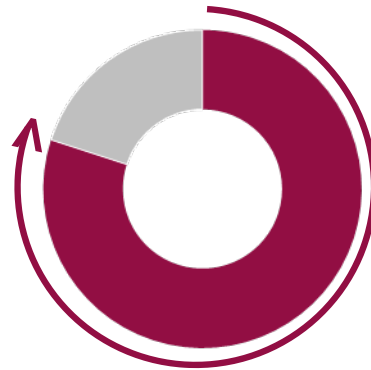
Permettre aux clients de **passer un bon moment** (53%)

... et **75%** estiment que la **musique est un élément important**



La musique est un élément CLÉ pour les lieux de vente

PROFESSIONNELS ET CLIENTS S'ACCORDENT POUR DIRE QUE LA MUSIQUE AMÉLIORE L'EXPÉRIENCE EN MAGASIN



80%
des Français préfèrent qu'il y ait de la **musique dans les magasins**

Et les professionnels diffusent de la musique pour améliorer l'expérience client :

- **92%** pour rendre la **visite agréable** aux clients
- **82%** pour faire **bonne impression** aux clients
- **81%** pour mettre les clients de **bonne humeur**
- **59%** pour leur **donner envie de revenir**

La musique est un élément CLÉ pour les lieux de vente

LA MUSIQUE EST UN ÉLÉMENT CLÉ DE LA CONVIVIALITÉ DES LIEUX DE VENTE AUX YEUX DES FRANÇAIS

→ Sans musique...

- 71% des clients auraient trouvé le lieu triste, moins convivial
- 69% des clients auraient trouvé le lieu moins agréable
- 61% des clients auraient été plus gênés par le bruit ambiant

Un élément CLÉ pour la motivation des employés

LES MANAGEURS SOUS-ESTIMENT LE BÉNÉFICE DE LA MUSIQUE POUR LES EMPLOYÉS

Le premier public de la musique : les employés

En tant qu'**employés**, la musique diffusée...

	Employés	Managers
... les met de bonne humeur	96%	74%
... rend leur journée plus agréable	97%	89%
... les apaise et les déstresse	93%	73%
... les motive	89%	61%
... leur fait passer le temps plus vite	88%	67%

L'enquête terrain



2 ENQUÊTES

3 périodes testées de 10 jours chacune

Pas de musique



du 7/10 au 17/10
267 interviews

Musique de répertoire



du 21/10 au 30/10
291 interviews

Musique d'ambiance



du 4/11 au 14/11
284 interviews

Périodes musique  575 interviews

→ 13 interviews d'employés

3 périodes testées de 6 jours chacune

Musique de répertoire



du 18/11 au 21/11
153 interviews

Musique d'ambiance



du 9/11 au 16/11
127 interviews

1 | Grande distribution

2 | Magasin d'habillement

Grande distribution

SUR LE TERRAIN, L'IMPORTANCE DE LA MUSIQUE SE CONFIRME

L'absence de musique pèse sur le moral des clients et des employés

Quand il n'y en a pas,
elle pèse sur le moral
des employés



« Travailler sans
musique, c'est comme
travailler dans un
cimetière »

« Les clients parlaient moins
facilement, du fait du
manque de musique ».

Et des clients



« Ca manque de
musique »
« C'est calme, un peu
triste, il n'y a pas de
musique ».

« C'est un peu glauque,
triste, les gens font la
tête, il n'y a pas de
musique »

et



63%
des clients remarquent spontanément
l'absence de musique

Grande distribution

LA MUSIQUE AMÉLIORE FORTEMENT L'EXPÉRIENCE QUALITATIVE



Près de 70% trouvent que c'est agréable d'écouter de la musique pendant qu'on fait ses courses au supermarché.

Des clients



La perception de l'attente en caisse est améliorée de 9%

La perception du temps passé en magasin est améliorée de 9%

La perception du caractère agréable du magasin est améliorée

La diffusion de musique en magasin augmente l'envie d'en écouter

Et des employés

Tous les employés apprécient d'écouter de la musique sur leur lieu de travail et quasiment tous se disent plus motivés

Grande distribution

LES CLIENTS ET EMPLOYÉS PRÉFÈRENT LA MUSIQUE QU'ILS CONNAISSENT

Côté clients

Quand de la musique connue est diffusée,
les clients la remarque à **55%**...

...et l'apprécie à **65%** parce qu'elle est
moderne, joyeuse et dynamique

53% des clients souhaitent
spontanément écouter de la **musique avec
des artistes ou des groupes connus**
pendant qu'ils font leur course

Côté employés, le
jugement est sans
appel



«C'est clairement un
vecteur de motivation »



Et pour le manager

« Mon équipe était plus
enjouée que pendant
les autres périodes,
moins agressive »

Magasin d'habillement

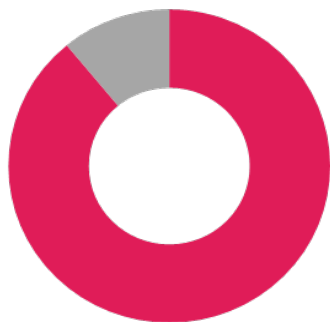
LA MUSIQUE CONNUE JOUE UN RÔLE ESSENTIEL DANS LE SOUTIEN AUX VALEURS DE LA MARQUE

Pourquoi ?



Elle correspond aux goûts de la clientèle : C'est le style de musique qu'ils écoutent à **51%**

Pour près de **70% des clients** la musique connue est jeune, moderne et dynamique



88% des clients indiquent que la musique diffusée correspond à l'image du magasin



Ils se reconnaissent dans la musique diffusée

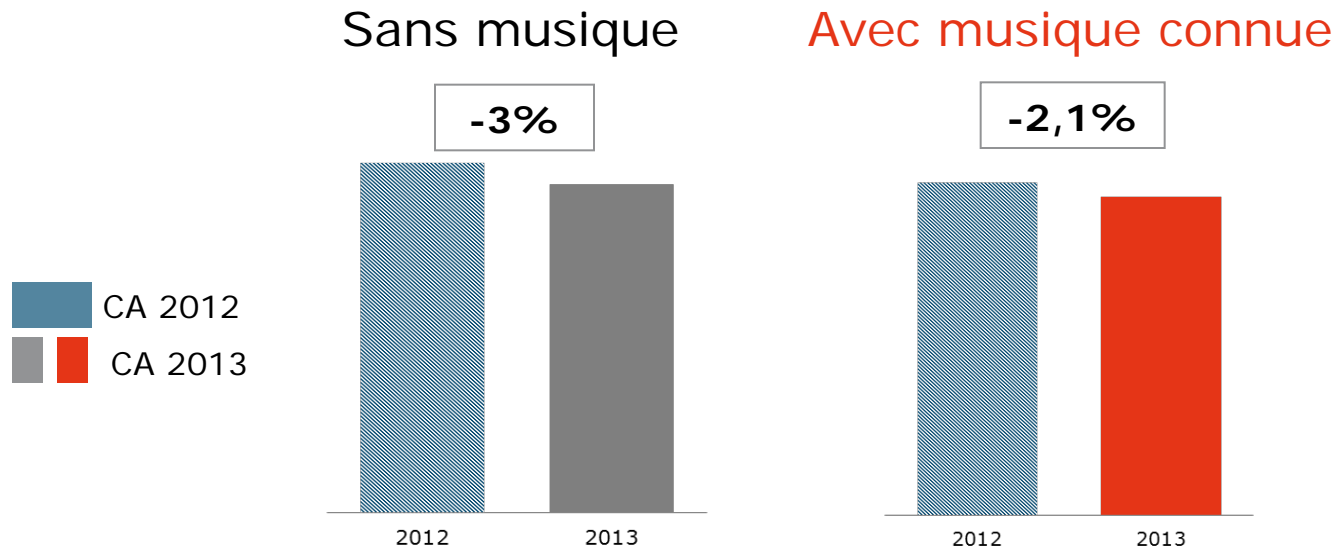


80% des clients du magasin d'habillement souhaitent de la **musique avec des artistes ou des groupes connus**

La musique a un impact sur les ventes

Aucun magasin d'habillement contacté par *Enov Research* n'a voulu prendre le risque de supprimer la musique pendant 1 semaine

Dans cette enseigne de la grande distribution et dans un contexte économique difficile, **la musique a eu un effet amortisseur de la baisse de chiffre d'affaires et a amélioré la performance d'1/3**



Comparaison des chiffres d'affaire 2013 v/s même période 2012 en base 100 en 2012 – Source enseigne

Merci