



MUSIQUE ET POINTS DE VENTE SYNTHÈSE GÉNÉRALE

Service études et prospective, Direction des ressources et de
la stratégie, Juliette Delfaud
Octobre 2014

RAPPEL DES OBJECTIFS ET DE LA MÉTHODOLOGIE

LES POINTS CLÉS A RETENIR

1. LA MUSIQUE OCCUPE UNE PLACE CENTRALE DANS LA VIE DES FRANÇAIS
2. LA DIFFUSION DE MUSIQUE EST PLÉBISCITÉE DANS LES LIEUX DE VENTE TANT PAR LES CLIENTS, QUE LES PROFESSIONNELS ET LES EMPLOYÉS
3. L'ABSENCE DE MUSIQUE A UN IMPACT NÉGATIF
4. LA DIFFUSION DE MUSIQUE AMÉLIORE L'EXPÉRIENCE CLIENT
5. LA MUSIQUE CONNUE A DE TRÈS LOIN LA PRÉFÉRENCE DES CLIENTS COMME DES EMPLOYÉS

LES OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

1 | **Comprendre les motivations des professionnels** qui diffusent de la musique et les confronter au **ressenti du Grand Public**

2 | **Mesurer sur le terrain**, en situation réelle, **l'impact de la musique sur l'expérience client** et sur **les employés**

→ Un partenariat entre :



qui collecte et répartit les droits d'auteur pour les auteurs, compositeurs et éditeurs de musique



qui collecte les droits voisins des artistes interprètes et des producteurs

MOOD:

qui est le leader mondial de la communication en points de vente

MÉTHODOLOGIE :

2 DISPOSITIFS D'ENQUÊTE COMPLÉMENTAIRES (1/2)

1 | Auprès des professionnels et du grand public



2003 interviews en ligne auprès **du grand public** du 30/10 au 05/11/13



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

café (111 interviews)

salons de coiffure (96 interviews)

magasins d'habillement (111 interviews)

grandes surfaces alimentaires (86 interviews)

magasins d'équipement du foyer (121 interviews)

MÉTHODOLOGIE :

2 DISPOSITIFS D'ENQUÊTE COMPLÉMENTAIRES (2/2)

2 | Enquête terrain 

+ 13 interviews d'employés



 Trois périodes testées de 10 jours chacune

Pas de musique



du 7/10 au 17/10
267 interviews

Musique connue*



du 21/10 au 30/10
291 interviews

Musique de fond**



du 4/11 au 14/11
284 interviews

Périodes musique  **575 interviews**



Deux périodes testées

Musique connue



du 9/11 au 16/11
153 interviews

Musique de fond



du 18/11 au 21/11/13
127 interviews

* *Musique de répertoire protégé*

** *Musique hors gestion collective dite « libre de droits »*

LES POINTS CLÉS À RETENIR SUR LA DIFFUSION DE MUSIQUE DANS LES LIEUX DE VENTE (1/2)

1) LA MUSIQUE OCCUPE UNE PLACE CENTRALE DANS LA VIE DES FRANÇAIS

- 99% DES FRANÇAIS ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE ET 86% LE FONT TOUS LES JOURS OU PRESQUE.
- PLUS DE 60% DES FRANÇAIS SE RENDENT À UN CONCERT AU MOINS UNE FOIS PAR AN ET PLUS DE 20% PRATIQUENT LA MUSIQUE EN AMATEUR.
- LA MUSIQUE FAIT DU BIEN AU MORAL : ELLE MET 92% DES FRANÇAIS DE BONNE HUMEUR ET POUR 85% D'ENTRE EUX, ELLE DONNE DE L'ÉNERGIE.

2) LA DIFFUSION DE MUSIQUE EST PLÉBISCITÉE DANS LES LIEUX PUBLICS. TOUT LE MONDE S'Y RETROUVE :

- LES CLIENTS QUI, À PLUS DE 80%, PRÉFÈRENT QU'IL Y AIT DE LA MUSIQUE.
- LES PATRONS QUI, À 71%, DIFFUSENT DE LA MUSIQUE DANS LEUR ÉTABLISSEMENT ET QUI CONSIDÈRENT À 76% QUE C'EST UN ÉLÉMENT CLÉ DE L'AMBIANCE DE LEUR ÉTABLISSEMENT.
- LES EMPLOYÉS, QUE LA MUSIQUE MOTIVE (89%) ET MET DE BONNE HUMEUR (96%).

3) L'ABSENCE DE MUSIQUE A UN IMPACT NÉGATIF

- QUAND ILS IMAGINENT UN LIEU SANS MUSIQUE, 71% DES CLIENTS PENSENT QUE LE LIEU SERAIT PLUS TRISTE, MOINS AGRÉABLE.
- ET EFFECTIVEMENT, QUAND ON SUPPRIME LA MUSIQUE SUR LE TERRAIN, 63% DES CLIENTS DU SUPERMARCHÉ LE REMARQUENT ET L'ABSENCE DE MUSIQUE PÈSE TANT SUR L'AMBIANCE GÉNÉRALE DU MAGASIN QUE SUR LE MORAL DES EMPLOYÉS.

LES POINTS CLÉS À RETENIR SUR LA DIFFUSION DE MUSIQUE DANS LES LIEUX DE VENTE (2/2)

4) LA MUSIQUE AMÉLIORE L'EXPÉRIENCE CLIENT

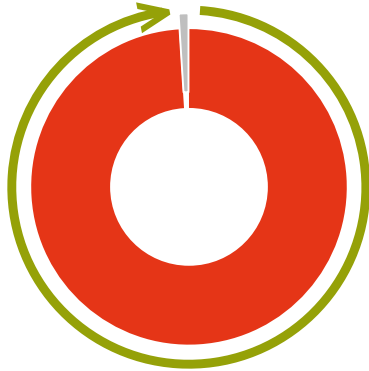
- **PROFESSIONNELS ET CLIENTS S'ACCORDENT POUR DIRE QUE LA MUSIQUE AMÉLIORE L'EXPÉRIENCE EN MAGASIN : ELLE REND LA VISITE PLUS AGRÉABLE (72%), MET LES CLIENTS DE BONNE HUMEUR (66%), DONNE UNE BONNE IMPRESSION SUR LE LIEU (67%), DONNE ENVIE DE REVENIR (52%)...**
- **SUR LE TERRAIN, QUAND ON COMPARE LES PÉRIODES AVEC ET SANS MUSIQUE, ON A PU MESURER QUE LA DIFFUSION DE MUSIQUE AMÉLIORE LA PERCEPTION DU TEMPS PASSÉ EN CAISSE DANS LE SUPERMARCHÉ DE PRÈS DE 10%.**

5) LA MUSIQUE CONNUE A DE TRÈS LOIN LA PRÉFÉRENCE DES CLIENTS COMME DES EMPLOYÉS

- **65% DES CLIENTS DÉCLARENT VOULOIR ENTENDRE DE LA MUSIQUE AVEC DES CHANSONS/ARTISTES QU'ILS CONNAISSENT.**
- **EN SUPERMARCHÉ SUR LE TERRAIN, QUAND DE LA MUSIQUE CONNUE EST DIFFUSÉE, LES CLIENTS Y PRÊTENT ATTENTION ET L'APPRÉCIENT (65%) ALORS QUE LA MUSIQUE DE FOND N'EST PAS CONSIDÉRÉE COMME DE LA MUSIQUE MAIS COMME UN... BRUIT DE FOND PAR 64% DES CLIENTS ! CÔTÉ EMPLOYÉ, LE JUGEMENT EN FAVEUR DE LA MUSIQUE CONNUE EST SANS APPEL.**
- **DANS L'HABILLEMENT, ON CONSTATE SUR LE TERRAIN UNE TRÈS FORTE AFFINITÉ ENTRE LA MUSIQUE CONNUE ET L'ENSEIGNE : 88% DES CLIENTS TROUVENT QUE LA MUSIQUE CONNUE DIFFUSÉE CORRESPOND À L'IMAGE QU'ILS ONT DU MAGASIN ; ET EN MIROIR D'EUX MÊMES, AVEC PRÈS DE 70% QUI LA TROUVENT EN EFFET, JEUNE, MODERNE, DYNAMIQUE.**

1 | La musique occupe une place centrale dans la vie des Français

TOUS LES FRANÇAIS ÉCOUTENT DE LA MUSIQUE



99%

des Français écoutent de la musique
et 86% le font tous les jours

▪ en moyenne
de musique par
jour

02

25

3 Français sur 4 (73%)
ne pourraient pas s'en passer



« Je ne peux pas imaginer la vie sans
musique. »

Base : Tous

A1. A quelle fréquence écoutez-vous de la musique dans chacun des lieux suivants ?

A2. En moyenne, combien d'heures par jour/semaine écoutez-vous de la musique ?

B2. Pour chacune des phrases suivantes, merci d'indiquer si vous êtes d'accord ou non

LES FRANÇAIS AIMENT LA MUSIQUE LIVE

6 Français sur 10 (62%) vont au concert et sur un festival,
au moins une fois par an



22% de Français pratiquent la **musique** ou le **chant** en amateur



15% jouent d'un instrument



12% chantent

Base : Tous

A7. En moyenne, combien de fois par an assistez-vous à des concerts ou à des festivals ?

A9. Vous-même, pratiquez-vous la musique en amateur ?

LA MUSIQUE ACCOMPAGNE LES FRANÇAIS DANS LEUR VIE QUOTIDIENNE

POUR **94%** DES FRANÇAIS

ELLE RAPPELLE **DES SOUVENIRS**

« *Chaque chanson a son histoire pour moi, chaque chanson que j'aime est un souvenir de quelqu'un, ou d'un moment ; la musique, c'est quelque chose de magique tout simplement !* »

- **87%** des Français écoutent **différents styles** de musique en fonction de leur **humeur**

« *C'est un compagnon dans ma vie de tous les jours. J'écoute des musiques au gré de mes humeurs.* »

- Pour **92%** des Français
Elle met de **bonne humeur**

« *C'est une habitude et un réflexe dès que je me lève le matin et cela égaye la maison et met de bonne humeur. Je ne pourrais pas faire sans musique.* »

- Pour **85%** des Français
Elle donne de **l'énergie**

« *La musique me donne la pêche, envie de bouger. En bref, ça me booste. J'ai besoin de la musique.* »

Base : Ecoute de la musique

B1 Pour quelles raisons écoutez-vous de la musique ? Qu'est-ce que cela vous apporte ?

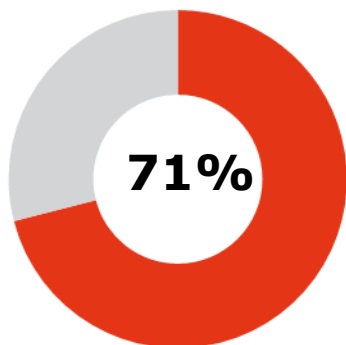
B2 Pour chacune des phrases suivantes, merci d'indiquer si vous êtes d'accord ou non.

2 | La diffusion de musique est plébiscitée dans les lieux de vente tant par les clients, que les professionnels et les employés



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

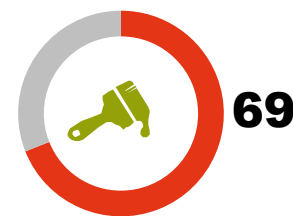
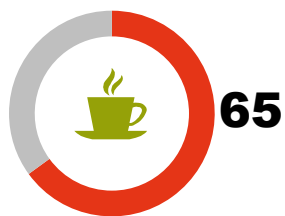
PLUS DE 70% DES PROFESSIONNELS DIFFUSENT DE LA MUSIQUE ET LES TROIS QUARTS ESTIMENT QUE C'EST UN ÉLÉMENT IMPORTANT



des professionnels diffusent de la musique dans leur établissement...



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



A1 : Diffusez-vous de la musique dans votre établissement ?


A1b. Le fait que votre établissement diffuse de la musique, est-ce pour votre activité très, assez, pas très ou pas du tout important ?

AUX YEUX DES PROFESSIONNELS, LA MUSIQUE PERMET AVANT TOUT DE CRÉER UNE AMBIANCE




Raisons de diffusion de la musique

Créer une ambiance 76%

Permettre aux clients de passer un bon moment 53%  67%

Masquer les bruits 37%

Diffuser de la pub pour des opérations promo 21%  60%



UN MAGASIN SANS MUSIQUE EST TROP TRISTE.

C'EST IMPORTANT LA MUSIQUE POUR L'IMAGE DU BAR.

POUR DISTRAIRE LE CLIENT, LUI RENDRE SES COURSES PLUS AGRÉABLES.

CELA MASQUE LA VOIX DES CLIENTS ET CELA JOUE SUR LEUR COMPORTEMENT D'ACHAT.

POUR LA CONFIDENTIALITÉ ENTRE LES CLIENTS DU SALON.

POUR COMMERCIALEMENT, POUVOIR PASSER DE LA PROMOTION.

POUR CRÉER UNE DYNAMIQUE D'ACHAT.



Base : Diffuse de la musique

B2. Parmi celles que je vais vous citer, quelles sont les 3 principales raisons pour lesquelles vous avez choisi ou la direction du groupe a choisi de diffuser de la musique dans votre établissement ?

B1. Pour quelles raisons diffusez-vous de la musique dans votre établissement – [Question Ouverte](#)



LA DIFFUSION DE MUSIQUE SUR LE LIEU DE TRAVAIL EST PLÉBISCITÉE PAR LES EMPLOYÉS


TOUS SECTEURS D'ACTIVITÉ CONFONDUS, 96% DES EMPLOYÉS APPRÉCIENT QUE DE LA MUSIQUE SOIT DIFFUSÉE SUR LEUR LIEU DE TRAVAIL


18% des français écoutent de la musique sur leur lieu de travail




ST apprécie

96%

 Je préférerais qu'il n'y ait pas de musique diffusée

 Je trouve bien que de la musique soit diffusée mais n'apprécie pas le style de musique choisi

 J'aime la musique diffusée

Base : Travailleur, chômeur ou en congé maternité, parental ou sabbatique
E1. Ecoutez-vous de la musique sur votre lieu de travail ?
E2.E2b. Parmi les phrases suivantes, quelle est celle qui vous correspond le mieux ?

LES PROFESSIONNELS RECONNAISSENT L'IMPACT POSITIF DE LA MUSIQUE SUR LEURS EMPLOYÉS

En tant que **employés**, la musique diffusée...

Sous total d'accord



... 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%  72%

... leur fait **passer le temps plus vite**

88%

67%

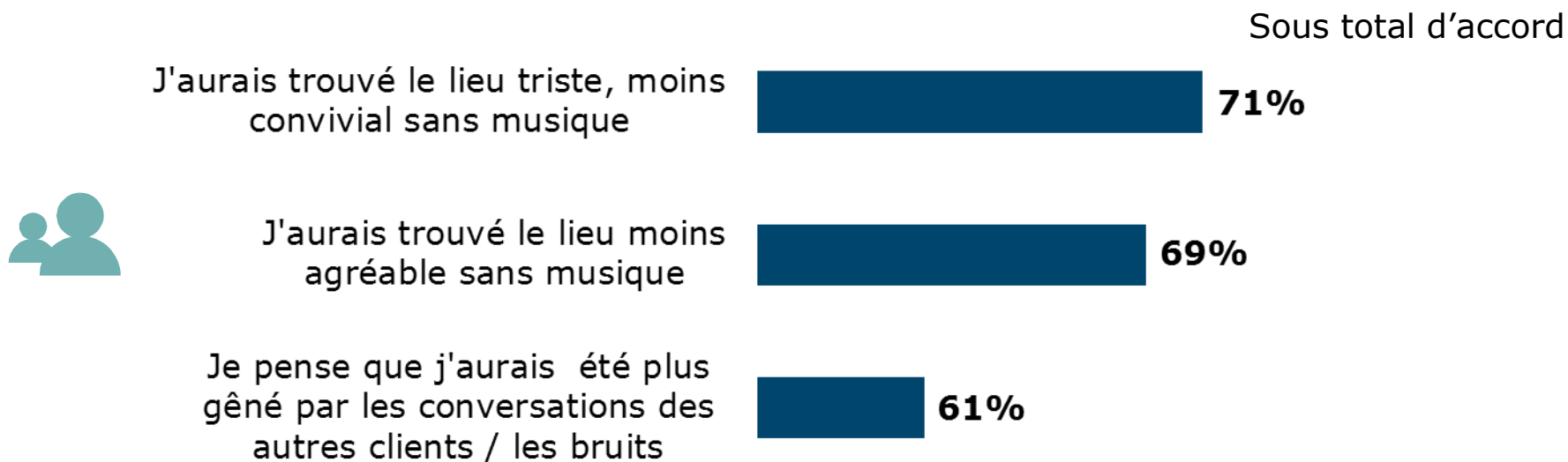
Base : Ecoute de la musique diffusée sur le lieu de travail ou souhaite que l'on diffuse de la musique sur son lieu de travail
E5. Pour chacune des phrases suivantes, merci d'indiquer si vous êtes d'accord ou non.

Base : Au moins un employé et diffuse de la musique

B5. Je vais vous citer différentes affirmations concernant l'impact que pourrait avoir la musique sur le comportement de VOS EMPLOYÉS. Pour chacune d'entre elles, vous me direz si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

3 | L'absence de musique a un impact négatif

QUAND ILS SE PROJETTENT SANS MUSIQUE, LES CLIENTS TROUVERAIENT LES LIEUX PLUS TRISTES, MOINS AGRÉABLES



Base : A visité le lieu au cours des 6 derniers mois et se souvient que de la musique était diffusée
C12. Imaginez maintenant qu'il n'y ait pas eu de musique la dernière fois où vous vous êtes rendu dans un magasin/salon de coiffure/café.... Pour chacune des phrases suivantes, merci d'indiquer si vous êtes d'accord ou non.



SUR LE TERRAIN, L'ABSENCE DE MUSIQUE PÈSE SUR LE MORAL DES CLIENTS ET DES EMPLOYÉS

Clients



63%

des clients remarquent l'absence de musique

« Il manque un fond musical.

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. »

Employés



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

C'est bien calme ! C'est mort !

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

Base : Période sans musique

Q13. Avez-vous remarqué qu'il n'y avait pas de musique diffusée pendant que vous faisiez vos courses aujourd'hui ?

Q9. Nous allons maintenant parler plus précisément de l'ambiance dans ce magasin. Qu'est-ce que vous en avez pensé aujourd'hui ? - Question ouverte

Base : Employés

Q7. Nous allons maintenant parler plus précisément de l'ambiance dans ce magasin. Qu'avez-vous pensé du fait qu'il n'y ait pas de musique diffusée aujourd'hui? - Question ouverte

4 | La musique améliore l'expérience client

PROFESSIONNELS ET CLIENTS S'ACCORDENT POUR DIRE QUE LA MUSIQUE AMÉLIORE L'EXPÉRIENCE DANS L'ÉTABLISSEMENT

Sous total d'accord

En tant que **clients**, la musique diffusée...



... a rendu leur **visite plus agréable**

72%

92%



... correspondait bien à l'image du lieu

70%

80%

... leur a fait **bonne impression sur le lieu**

67%

82%  90%



... les a mis de **bonne humeur**

66%

81%



... leur a donné **envie de revenir**

52%

59%  72%

Base : A visité le lieu au cours des 6 derniers mois et se souvient que de la musique était diffusée C11. Et toujours en pensant à la dernière fois où vous êtes allé dans le magasin/salon de coiffure/café ..., merci d'indiquer si vous êtes d'accord ou non avec chacune des phrases suivantes

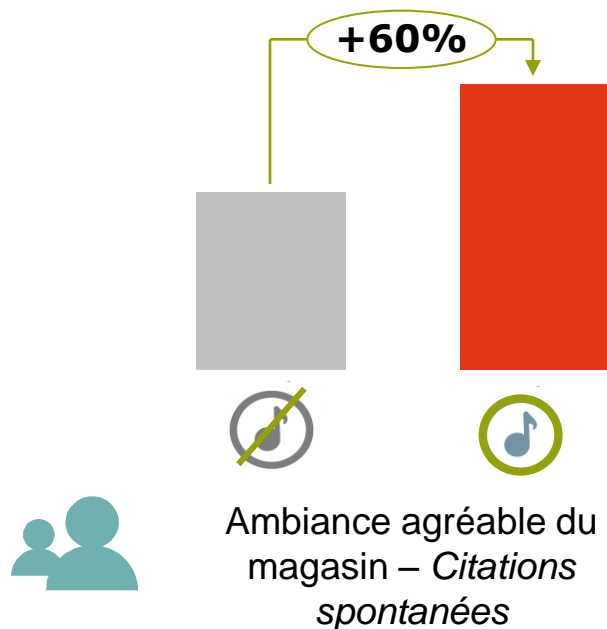
Base : Diffuse de la musique

B6. Je vais à présent vous citer d'autres affirmations concernant l'impact que pourrait avoir la musique sur VOTRE CLIENTELE. Pour chacune d'entre elles, vous me direz si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.



SUR LE TERRAIN, LA MUSIQUE REND L'EXPÉRIENCE DES COURSES PLUS AGRÉABLE

Quand de la musique est diffusée, la perception spontanée du caractère agréable du magasin est améliorée de 60%



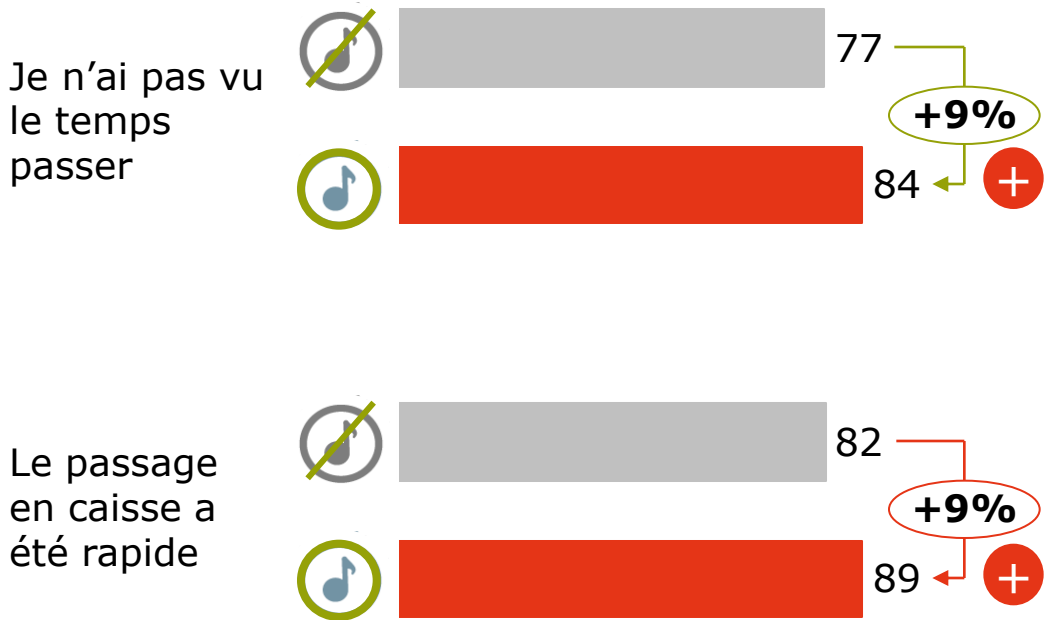
Base : Période sans musique et période avec musique

Q9. Nous allons maintenant parler plus précisément de l'ambiance dans ce magasin. Qu'est-ce que vous en avez pensé aujourd'hui ? – Question ouverte



EN MUSIQUE, LE TEMPS PASSE PLUS VITE!

La perception du temps d'attente en caisse et du temps passé dans le magasin est améliorée de près de 10%



Sous total d'accord

Base : Période sans musique et période avec musique

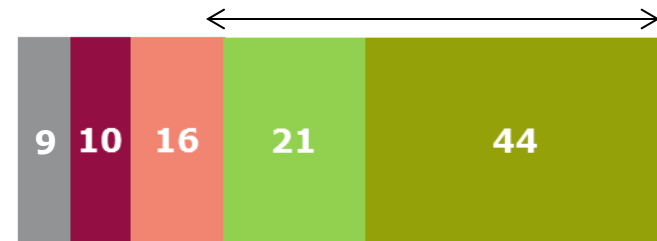
Q11. Je vais vous citer plusieurs affirmations à propos de ce que vous avez vécu AUJOURD'HUI dans votre magasin. Merci de me dire si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec ces affirmations

5 | La musique connue a de très loin la
préférence des clients comme des employés

SUR LE TERRAIN, QUAND DE LA MUSIQUE CONNUE EST DIFFUSÉE, LES CLIENTS Y PRÊTENT ATTENTION ET L'APPRÉCIENT



🛒 **65% ont apprécié la musique connue diffusée**



■ NSP ■ Pas du tout plu ■ Plutôt pas plu ■ Plutôt plu ■ Tout à fait plu

« C'était une musique moderne, ça rend l'ambiance plus agréable [...] ça détend.

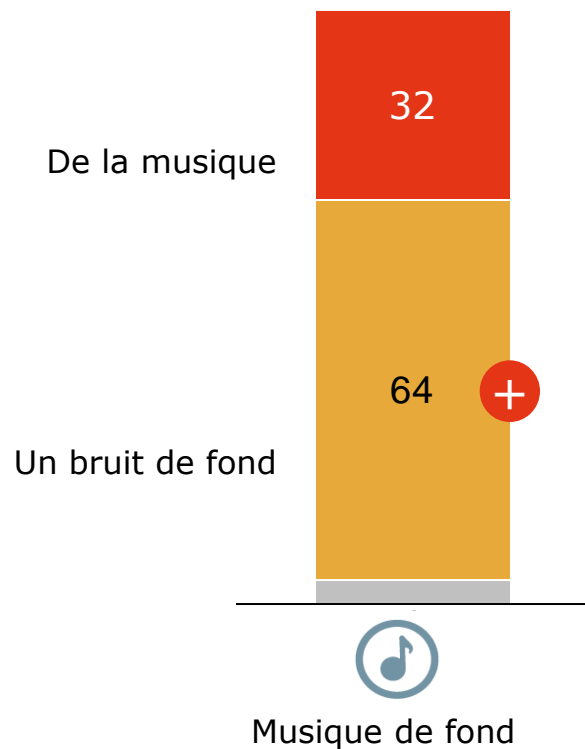
Je connaissais et c'était dynamique, j'ai chanté dans ma tête et c'est passé plus vite.

Ça fait passer le temps en caisse plus agréablement parce que c'était de la variété. »

Base : Période avec musique connue
Q19/Q20. Avez-vous remarqué/écouté la musique qui était diffusée pendant que vous faisiez vos courses aujourd'hui ?
Q25. Diriez-vous que la musique qui a été diffusée aujourd'hui vous a tout à fait plu, plutôt plu, plutôt pas plu, pas du tout plu

LA MUSIQUE DE FOND N'EST PAS CONSIDÉRÉE COMME DE LA MUSIQUE

La musique de fond est considérée comme... un bruit de fond !



« La musique est détestable ça fait musique d'ascenseur.

J'ai trouvé le style ringard.

Ce n'est pas connu, c'est un bruit de fond et ce n'est pas distrayant. »

Base : période avec musique de fond
Q24. Parlons maintenant de la musique qui a été diffusée aujourd'hui, c'était pour vous de la musique ou un bruit de fond ?

LA MUSIQUE CONNUE EST ÉGALEMENT PLÉBISCITÉE PAR LES EMPLOYÉS



Musique connue

« La musique a pu détendre ou rendre un peu plus de bonne humeur certains de mes collègues que j'ai pu entendre chantonner.

La musique qui passe est plutôt variée [...]. C'est positif.

J'ai entendu les clients chantonner.

Mes employés étaient plus enjoués que les autres périodes, moins agressifs.

C'est clairement un vecteur de motivation. >>>



Musique de fond

« La musique d'ambiance est une musique « passe-partout ».

Ça donnait vraiment envie d'aller se pendre.

Musique répétitive difficile à supporter toute la journée et qui tapait sur les nerfs de mes employés. >>>

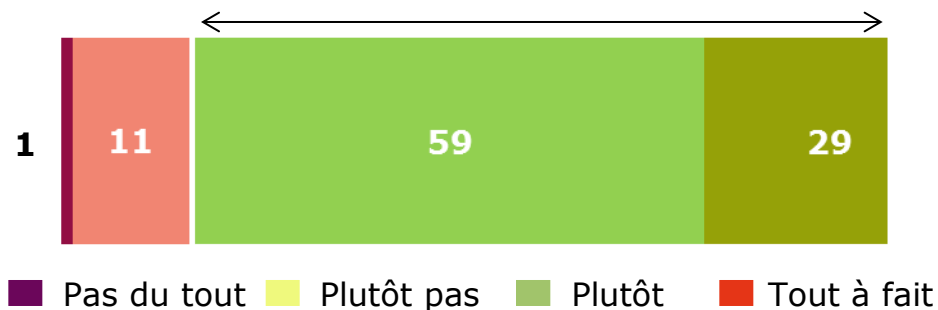
Base : employés

Q7. Qu'avez-vous pensé du fait qu'il y ait ce type de musique aujourd'hui dans le magasin ? [Question ouverte](#)



DANS L'HABILLEMENT, LA MUSIQUE CONNUE JOUE UN RÔLE TRÈS AFFINITAIRE AVEC L'ENSEIGNE

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



C'est le style de musique qu'ils souhaitent écouter...



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

... et dans laquelle, ils se reconnaissent



69% des clients pensent que la musique connue diffusée est **jeune, moderne, dynamique**

Base : Période avec musique connue

Q28. En ce qui concerne la musique qui a été diffusée aujourd'hui, diriez-vous qu'elle correspond à l'image que vous avez de votre magasin ?

Q23. Et plus précisément quels artistes, chansons ou groupe aimeriez-vous entendre ? - [Question ouverte](#)

Q26a. Qu'est-ce qui vous a plu dans la musique qui a été diffusée aujourd'hui ? - [Question ouverte](#)

MERCI !

