



# MUSIQUE ET POINTS DE VENTE FOCUS HABILLEMENT

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 MAGASINS D'HABILLEMENT 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 JOUE UN RÔLE TRÈS AFFINITAIRE À LA MARQUE DE L'ENSEIGNE

# 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 | 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)

2 | Enquête terrain



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 UN MAGASIN D'HABILLEMENT (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 MAGASINS D'HABILLEMENT. TOUT LE MONDE S'Y RETROUVE :

- LES CLIENTS QUI, À 90%, TROUVENT AGRÉABLE D'ÉCOUTER DE LA MUSIQUE PENDANT QU'ILS FONT LEURS COURSES DANS LE MAGASIN D'HABILLEMENT.
- LES PATRONS QUI, À 73%, DIFFUSENT DE LA MUSIQUE DANS LEUR MAGASIN, ET QUI CONSIDÈRENT, À 83%, QUE C'EST UN ÉLÉMENT IMPORTANT POUR LEUR ACTIVITÉ.
- 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 MAGASIN D'HABILLEMENT SANS MUSIQUE, 70% DES CLIENTS PENSENT QUE LE LIEU SERAIT PLUS TRISTE, MOINS AGRÉABLE.



# LES POINTS CLÉS À RETENIR SUR LA DIFFUSION DE MUSIQUE UN MAGASIN D'HABILLEMENT (2/2)

## 4) LA MUSIQUE AMÉLIORE L'EXPÉRIENCE CLIENT

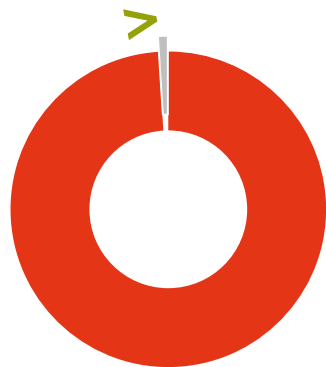
- **PROFESSIONNELS ET CLIENTS S'ACCORDENT POUR DIRE QUE LA MUSIQUE AMÉLIORE L'EXPÉRIENCE EN MAGASIN : ELLE REND LA VISITE PLUS AGRÉABLE (67%), MET LES CLIENTS DE BONNE HUMEUR (59%), DONNE UNE BONNE IMPRESSION SUR LE LIEU (58%).**
- **SUR LE TERRAIN, 63% DES CLIENTS DU MAGASIN D'HABILLEMENT SONT D'ACCORD POUR DIRE QU'EN MUSIQUE LE TEMPS D'ATTENTE EN CAISSE OU EN CABINE SEMBLE MOINS LONG.**
- **L'IMPACT SUR LES VENTES NE FAIT VISIBLEMENT AUCUN DOUTE AUX YEUX DES PROFESSIONNELS DE L'HABILLEMENT, PUISQUE AUCUNE DES ENSEIGNES CONTACTÉES N'A ACCEPTÉ DE SE PASSER DE MUSIQUE PENDANT QUELQUES JOURS !**

## 5) LA MUSIQUE CONNUE JOUE UN RÔLE TRÈS AFFINITAIRE À LA MARQUE DE L'ENSEIGNE

- **SUR LE TERRAIN, QUAND DE LA MUSIQUE CONNUE EST DIFFUSÉE, PRESQUE TOUS LES CLIENTS (94%) Y PRÊTENT ATTENTION ALORS QUE LA MUSIQUE DE FOND N'EST PAS CONSIDÉRÉE COMME DE LA MUSIQUE, MAIS COMME UN... BRUIT DE FOND !**
- **ON CONSTATE 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

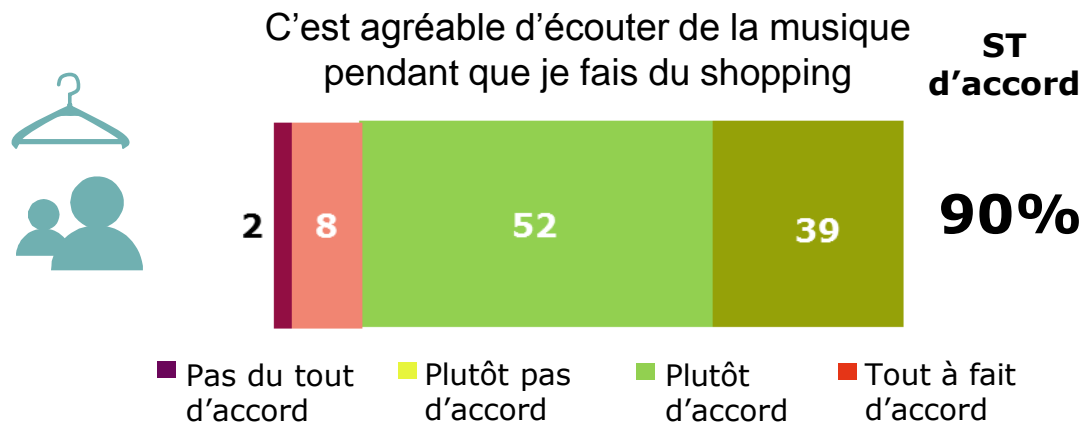
Elle donne de **l'énergie**

« *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 magasins d'habillement tant par les clients, que les professionnels et les employés

# PRÈS DE 90% DES CLIENTS TROUVENT QUE C'EST AGRÉABLE D'ÉCOUTER DE LA MUSIQUE PENDANT QU'ON FAIT SES COURSES



Base : Périodes avec musique connue et musique de fond

Q18-21. Pour chacune des affirmations suivantes, merci d'indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord

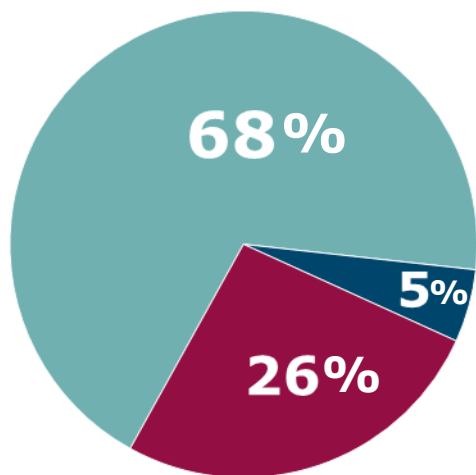


**POUR LES PROFESSIONNELS, LA MUSIQUE EST UN  
ÉLÉMENT CLÉ DE L'AMBIANCE DE LEUR  
ÉTABLISSEMENT**

# PRÈS DES TROIS QUARTS DES PROFESSIONNELS DE L'HABILLEMENT DIFFUSENT DE LA MUSIQUE ET PLUS DE 80% ESTIMENT QUE C'EST UN ÉLÉMENT IMPORTANT



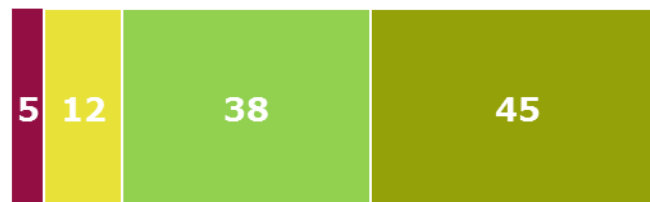
**73% des magasins d'habillement interrogés diffusent de la musique**



**Oui, en permanence**  
**Oui, de temps en temps**  
**Non, jamais**

**83% estiment que c'est un élément important**

Diffuse de la musique - HORS NSP



**Très important**  
**Assez important**  
**Pas très important**  
**Pas du tout important**

**ST important**  
**83%**

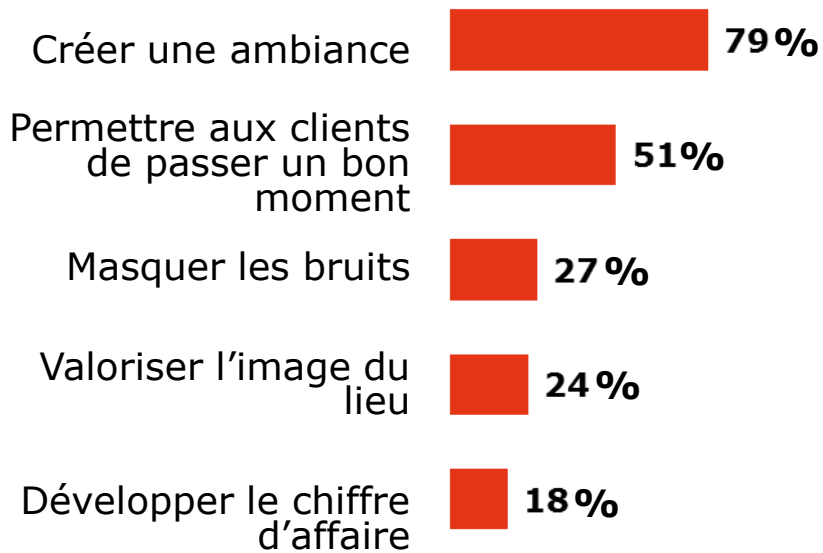
A1 : Diffusez-vous de la musique dans votre établissement ?

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



**POUR L'AMBIANCE, ÇA DONNE DE LA CHALEUR ET DU DYNAMISME.**

**POUR LE BIEN-ÊTRE DU CLIENT, POUR QUE CE SOIT PLUS VIVANT, PLUS CHALEUREUX.**

**TOUTES NOS BOUTIQUES ONT LES MÊMES MUSIQUE, C'EST L'IDENTITÉ DE NOTRE MARQUE.**

**POUR NE PAS AVOIR DE BRUIT ET AVOIR UN FOND SONORE QUI ANIME L'ESPACE DE VENTE.**

**POUR CRÉER UNE DYNAMIQUE D'ACHAT.**

**SANS MUSIQUE, LES GENS ACHÈTERAIENT MOINS.**



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...



... les met de **bonne humeur**



... rend leur **journée plus agréable**



... les **apaise** et les **déstresse**

... les **motive**



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

Sous total d'accord



**96%**

**81%**

**97%**

**89%**

**93%**

**76%**

**89%**

**72%**

**88%**

**71%**

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

Sous total d'accord



J'aurais trouvé le lieu triste, moins convivial sans musique



J'aurais trouvé le lieu moins agréable sans musique



Je pense que j'aurais été plus gêné par les conversations des autres clients / les bruits



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

# 4 | La musique améliore l'expérience client

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

## Sous total d'accord

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



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



67%

93%



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

58%

90%



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

59%

85%

Base : A visité le lieu au cours des 6 derniers mois et se souvient que de la musique était diffusée

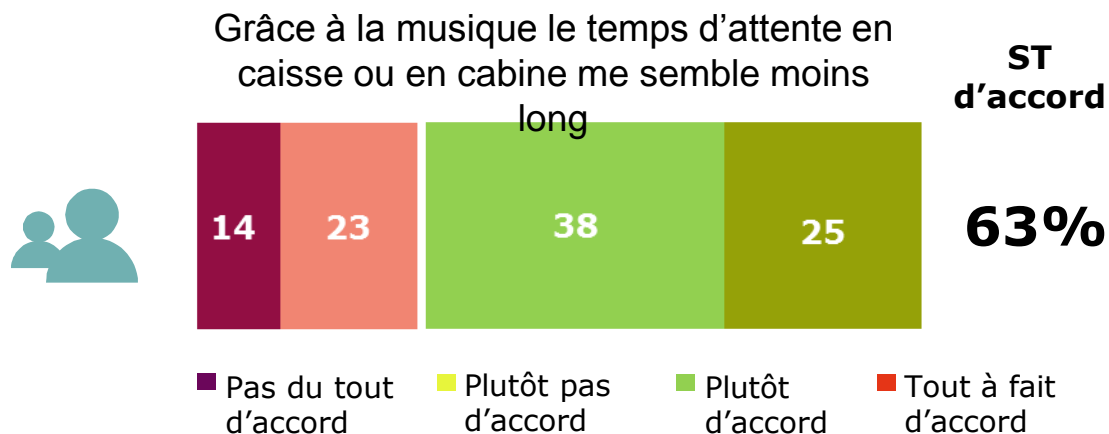
C11. Et toujours en pensant à la dernière fois où vous êtes allé dans un hypermarché, merci d'indiquer si vous êtes d'accord ou non avec chacune des phrases suivantes

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, 63% DES CLIENTS PENSENT QU'EN MUSIQUE LE TEMPS PASSE PLUS VITE



Base : Périodes avec musique connue et musique de fond

Q21. Pour chacune des affirmations suivantes, merci d'indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord

# L'IMPACT SUR LES VENTES NE FAIT VISIBLEMENT AUCUN DOUTE AU YEUX DES PROFESSIONNELS DE L'HABILLEMENT


 **ENOV A CONTACTÉ 6  
ENSEIGNES DE  
L'HABILLEMENT.**



**5 ont refusé de prendre part au test**

→ Les enseignes sont **convaincues de l'impact positif de la musique** sur le point de vente

→ **Peur de l'impact négatif de l'absence de musique sur le chiffre d'affaires** du magasin

 a accepté de prendre part au test, mais seulement pour tester les différents types de musique. L'enseigne n'a pas souhaité couper totalement la musique pendant une semaine.

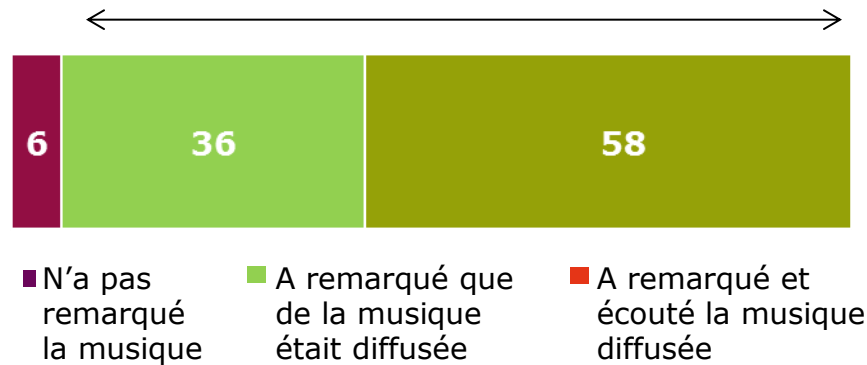


# 5 | La musique connue joue un rôle très affinitaire à la marque de l'enseigne

# QUAND DE LA MUSIQUE CONNUE EST DIFFUSÉE, QUASIMENT TOUS LES CLIENTS DU MAGASIN LE REMARQUENT



**94% des clients on remarqué la musique connue quand elle a été diffusée**

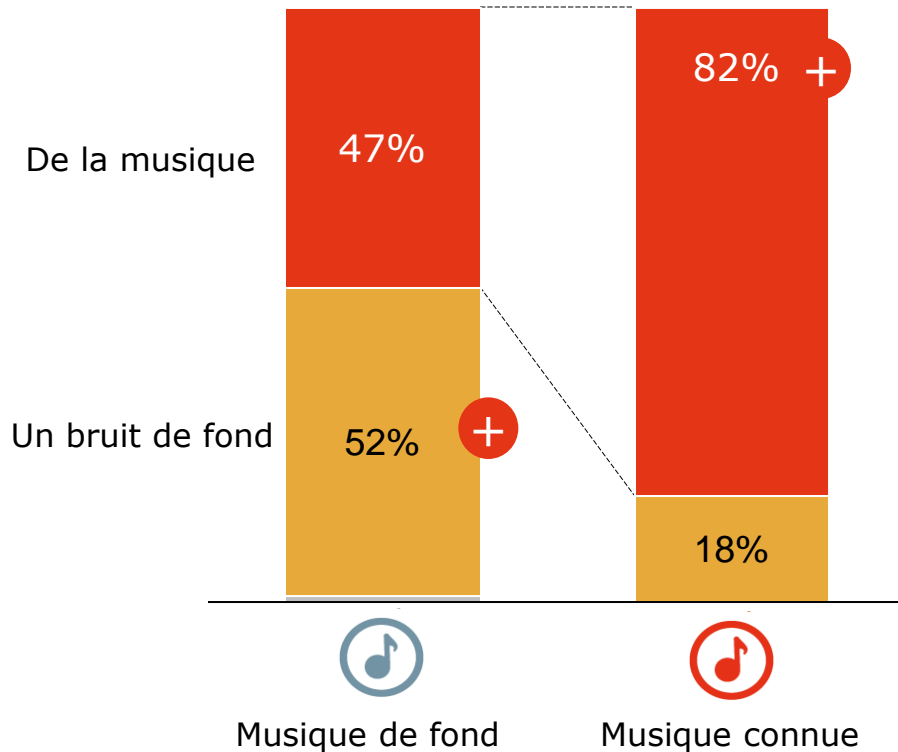


Base : Période avec musique connue  
Q19/Q20. Avez-vous remarqué/écouté la musique qui était diffusée pendant que vous faisiez vos courses aujourd'hui ?



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

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



« Je ne connais pas, j'aime pas.

La musique d'ambiance me fait mal au crâne.

C'est trop calme.

J'aime pas, trop monotone.

Je ne l'ai pas capté tout de suite en arrivant.

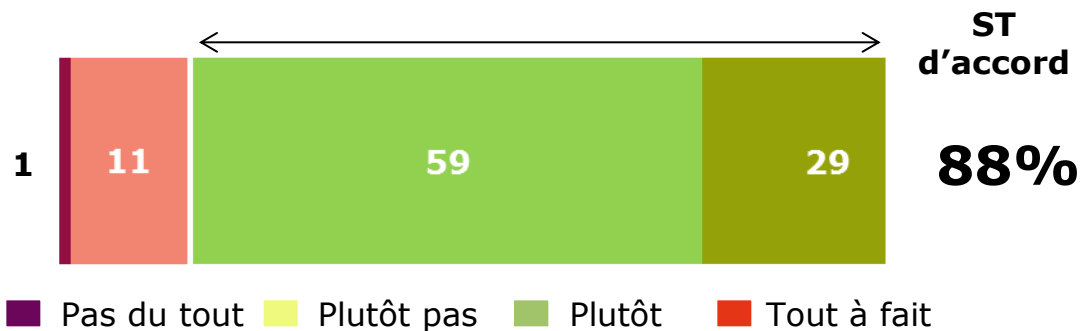
Je préfère de la musique qui bouge. »

Base : Périodes avec musique connue et 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 CORRESPOND À L'IMAGE DU MAGASIN

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



Base : période avec musique connue

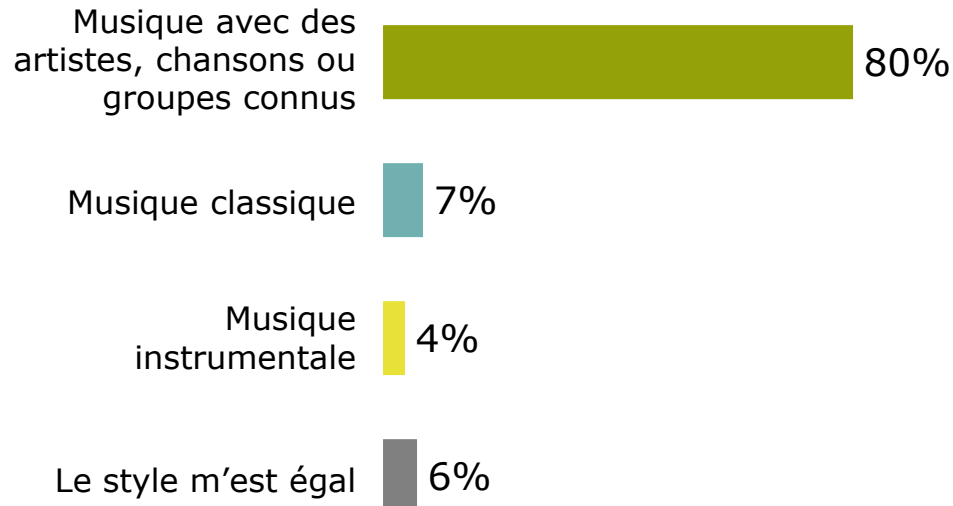
Q28. En ce qui concerne la musique qui a été diffusée aujourd'hui, diriez-vous qu'elle correspond à l'image que vous avez de votre magasin

# C'EST LE STYLE DE MUSIQUE QUE LES CLIENTS SOUHAITENT ÉCOUTER...

**80% des clients souhaitent de la musique avec des artistes ou des groupes connus**



*Total citations spontanées des 2 périodes avec musique*



Base : Périodes avec musique connue et avec musique de fond Q23. Et plus précisément quels artistes, chansons ou groupe aimeriez-vous entendre ? – [Question ouverte](#)



# ...ET DANS LAQUELLE, ILS SE RECONNAISSENT!



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

◀◀ *C'est une musique qui bouge, ça met de l'ambiance.*

*Ça me ressemble.*

*C'est ce que j'écoute.*

*J'aime bien le genre et je connais les artistes.*

*Ça donne envie de rester.*

*Ça va avec le magasin c'est une ambiance jeune et dynamique. ▶▶*

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

MERCI !

