

Etude de cadrage

La diffusion de musique dans les entreprises

ANNE VALADOU, ISABELLE BAUTHIAN, LEO BLANCHET

30 mai 2017

→ *Ce document présente les résultats du volet
quantitatif.*



Les objectifs de l'étude



EXPLORER



Les pratiques des entreprises en matière de diffusion de musique

- En identifiant les occasions de diffusion
- En évaluant la fréquence de diffusion
- En dressant le profil des entreprises les plus « consommatrices ».



IDENTIFIER



Identifier les bénéfices associés à la diffusion de musique

- En identifiant les motivations des entreprises diffusant de la musique

Un dispositif en 2 volets successifs

Quali
préparatoire

16 entretiens téléphoniques
de 45 minutes

- **Recenser** toutes les **occasions de diffusion de la musique**
- Identifier les **bénéfices associés**

Quanti de
mesure

2566 interviews téléphoniques
de 12 minutes

- **Disposer d'indicateurs chiffrés sur la diffusion de musique en entreprise** : occasions, fréquence, secteurs d'activités les plus concernés.
- **Hiérarchiser les bénéfices les plus porteurs** liés à la diffusion de musique

Méthodologie du volet quantitatif



CIBLE

- Etablissements comptant **10 salariés et plus**.
- L'ensemble des secteurs d'activité faisaient partie du champ de l'enquête, à l'exception des secteurs déjà couverts par la Sacem et de quelques secteurs trop atypiques (et représentant un nombre d'entreprises peu important). *Voir page suivante*
- L'interlocuteur privilégié était : le chef d'entreprise, le responsable du site, une personne en charge des ressources humaines ou de la communication interne.



ECHANTILLON

- **2566 interviews ont été réalisées**
- **L'échantillon était raisonné** par taille d'entreprise (3 tailles salariales : établissements appartenant à des entreprises de 10 à 249 salariés / 250 à 1999 salariés et 2000 salariés et plus).
- Au sein de chaque taille salariale, des quotas par secteur ont été fixés de façon à obtenir des lectures des résultats sur un maximum de secteurs (un minimum de 30 observations étant jugé nécessaire pour obtenir une lecture des résultats sur un secteur donné).
- **Un redressement des données** (RIM weighting) a été réalisé afin de rétablir la représentativité de l'échantillon (celui-ci était basé sur la structure réelle des établissements telle que fournie par l'INSEE).



COLLECTE

- Recueil par téléphone (Computer Assisted Telephone Interview)
- Questionnaire de 12 minutes
- Terrain réalisé entre le **22 Mars et 27 Avril 2017**



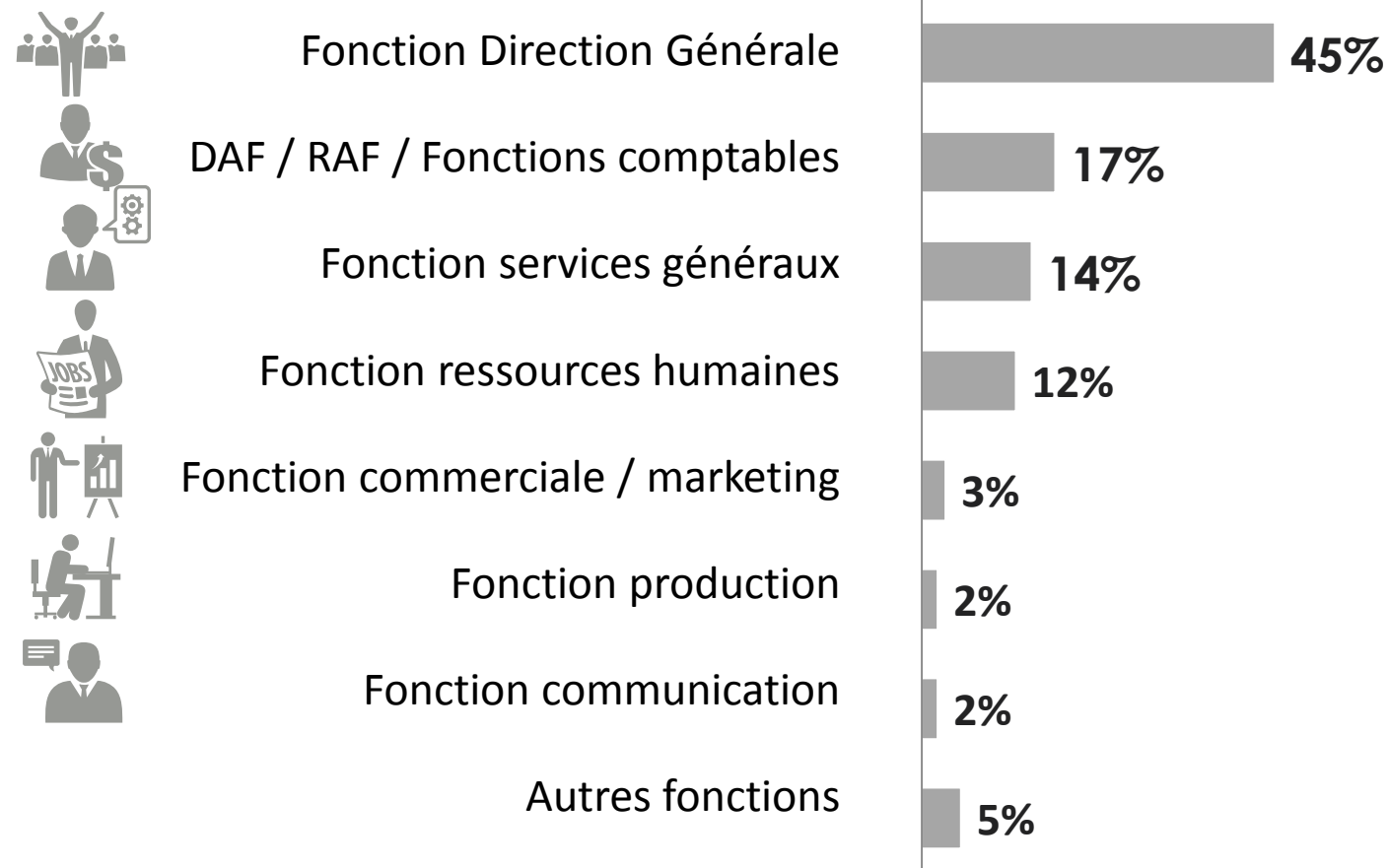
ANALYSE

- Des résultats globaux
- Des résultats détaillés par taille salariale et par secteur d'activité
- Des résultats centrés sur les entreprises diffusant de la musique

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON INTERROGÉ : FONCTION DU RÉPONDANT (1/2)



Total Etablissement (n=2566)



RAPPEL

Les enquêteurs avaient pour consigne de demander à parler en priorité ... :

- au chef d'entreprise
- au responsable du site
- à une personne en charge des ressources humaines
- à une personne en charge de la communication interne.

Base : Total Etablissements (n=2566)

A4. Quelle est votre fonction au sein de l'entreprise ?

STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON INTERROGÉ :


FONCTION DU RÉPONDANT (2/2)




Total Etablissement (n=2566)

Logiquement, le niveau Direction Générale a été moins touché dans les plus grosses structures, au profit des fonctions ressources humaines et communication.

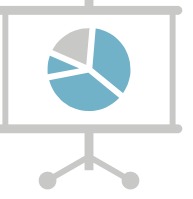
	TOTAL	Taille de l'établissement				
		10 à 19 salariés	20 à 49 salariés	50 à 99 salariés	100 à 249 salariés	250 salariés et plus
<i>Base brute</i>	2566	980	780	347	255	101
Fonction Direction Générale	45%	51%	43%	53%	28%	29%
DAF / RAF / Fonctions comptables	17%	20%	21%	7%	7%	4%
Fonction services généraux	14%	13%	15%	13%	16%	13%
Fonction ressources humaines	12%	6%	9%	15%	33%	32%
Fonction commerciale / marketing	3%	4%	3%	2%	2%	2%
Fonction production	2%	1%	4%	4%	1%	0%
Fonction communication	2%	1%	2%	1%	6%	8%
Autres fonctions	5%	3%	4%	5%	7%	13%

 Significativement supérieur au Total (Seuil de risque : 5%)

 Significativement inférieur au Total (Seuil de risque : 5%)

Base : Total Etablissements (n=2566)

A4. Quelle est votre fonction au sein de l'entreprise ?



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

- 
1. **Quelles pratiques de diffusion de musique en entreprise ?**
 - ▶ a. **Quantification des pratiques**
 - b. **Quels facteurs prédictifs de la diffusion de musique?**
 2. **Quels bénéfices associés ?**

PRÉCISION MÉTHODOLOGIQUE : COMMENT LA QUESTION DE LA DIFFUSION DE MUSIQUE A ÉTÉ ABORDÉE AVEC LES RÉPONDANTS

Pour fiabiliser le recueil des pratiques de diffusion de musique dans les entreprises, la question a été abordée sous plusieurs angles :

1. LA MUSIQUE D'ATTENTE TÉLÉPHONIQUE

2. LES ÉQUIPEMENTS AUDIOVISUELS POSSÉDÉS ET LEUR USAGE

ÉCRANS TV

CHAÎNES HI-FI / LECTEURS CD / RADIOS

HAUT-PARLEURS

3. LES ESPACES DANS LESQUELS DE LA MUSIQUE EST DIFFUSÉE

ESPACES DE BUREAU

HALL OU ESPACE D'ACCUEIL

ASCENSEURS

CAFÉTÉRIA

ESPACES DU TYPE ATELIER, USINE, HANGAR ETC.

SALONS DE RÉCEPTION

ESPACES DE CIRCULATION

RESTAURANT D'ENTREPRISE

SALLES DE RÉUNION

SHOWROOM

TOILETTES / SANITAIRES

SALLES DE PAUSE / ESPACES DÉTENTE

SALLE DE SPORT

4. LES ÉVÉNEMENTS AU COURS DESQUELS DE LA MUSIQUE EST DIFFUSÉE

ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS PAR LE COMITÉ D'ENTREPRISE (Arbre de Noël, fêtes)

ÉVÉNEMENTS FESTIFS SAISONNIERS (galette des rois, cocktail de fin d'année, journée/repas à thème...)

ÉVÉNEMENTS DE COMMUNICATION INTERNE du type vœux de la Direction, présentation des résultats / stratégie de l'entreprise, remise de prix après un challenge interne...

SÉMINAIRE INTERNE DANS LES LOCAUX DE L'ENTREPRISE

ÉVÉNEMENTS CLIENTS DANS LES LOCAUX DE L'ENTREPRISE

ETABLISSEMENTS DIFFUSANT DE LA MUSIQUE

% D'ÉTABLISSEMENTS ...

... DIFFUSANT DE LA MUSIQUE DANS AU MOINS UN ESPACE

18%

... DIFFUSANT DE LA MUSIQUE AU COURS D'AU MOINS UN ÉVÉNEMENT

12%

... DIFFUSANT DES PROGRAMMES AVEC SON SUR ÉCRANS TV

14%

... DISPOSANT D'UNE MUSIQUE D'ATTENTE TÉLÉPHONIQUE

Dont exclusivement

59%

40%

23%

28%

des établissements diffusent de la musique ne serait-ce qu'occasionnellement

✓ Soit 65 000 établissements en France

68%

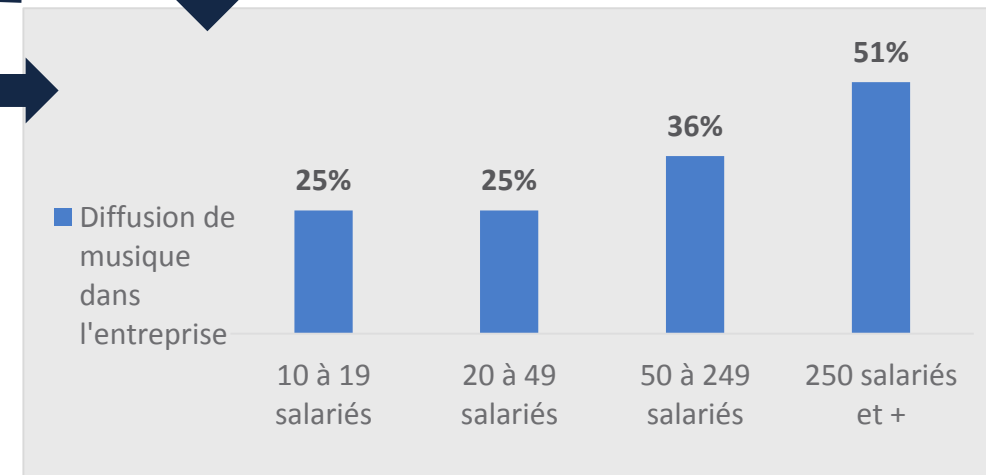
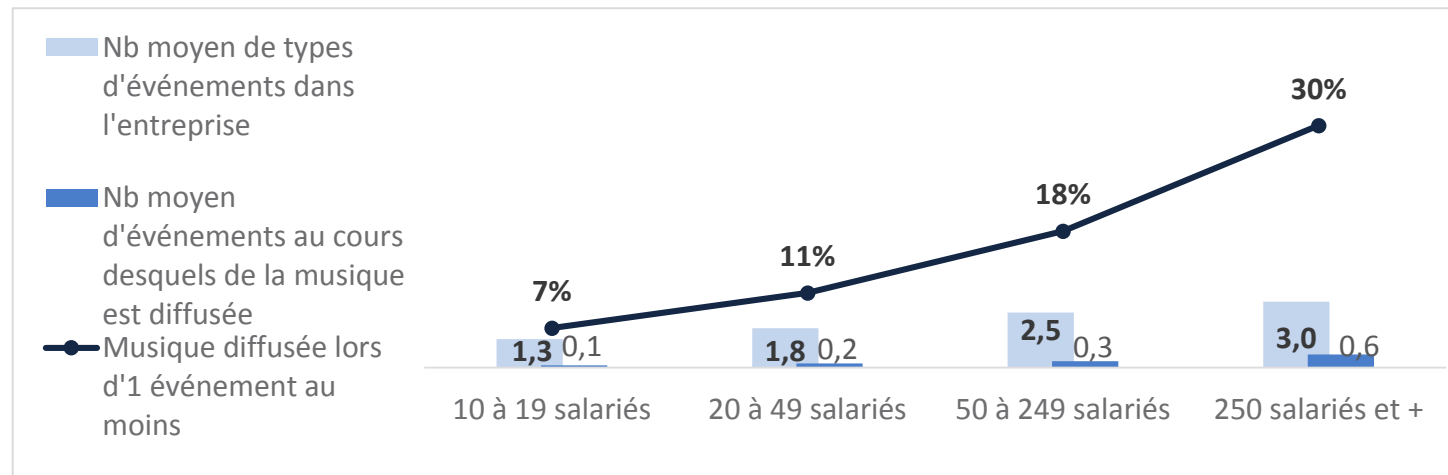
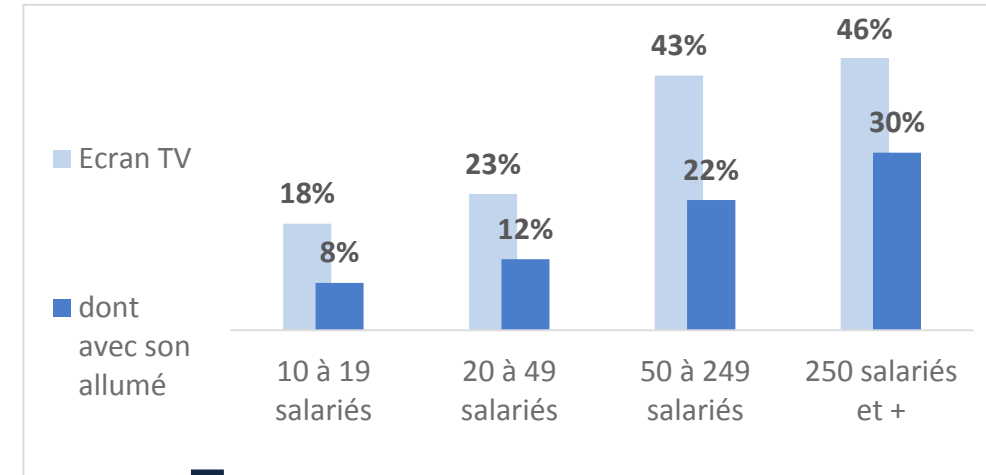
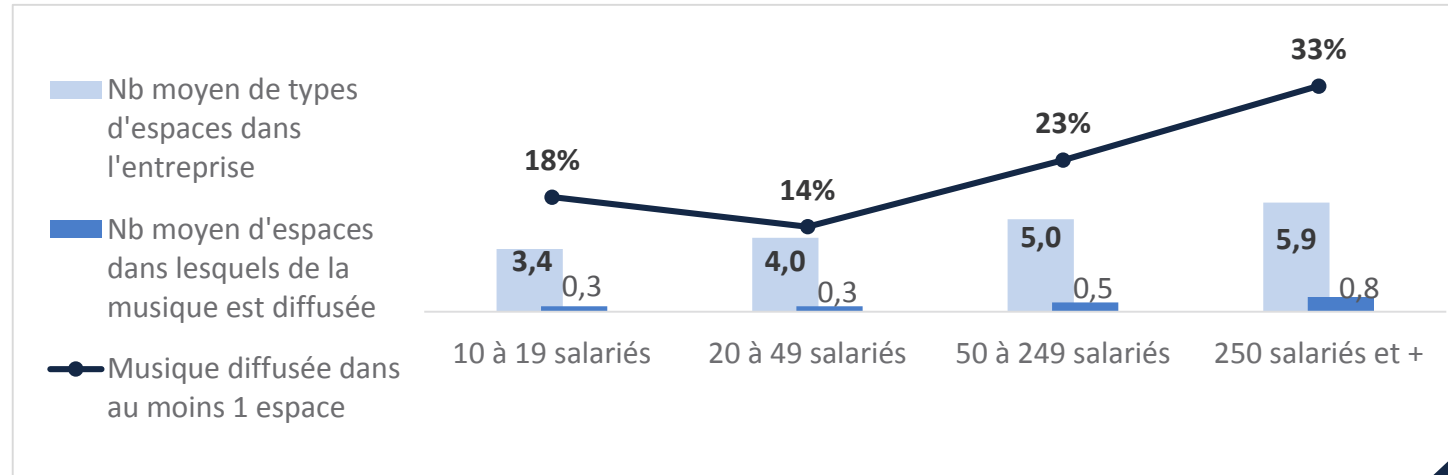
des établissements diffusent de la musique ne serait-ce qu'occasionnellement ou dispose d'une musique d'attente téléphonique

✓ 157 000 établissements en France

- 
1. **Quelles pratiques de diffusion de musique en entreprise ?**
 - a. **Quantification des pratiques**
 - ▶ b. **Quels facteurs prédictifs de la diffusion de musique?**
 2. **Quels bénéfices associés ?**

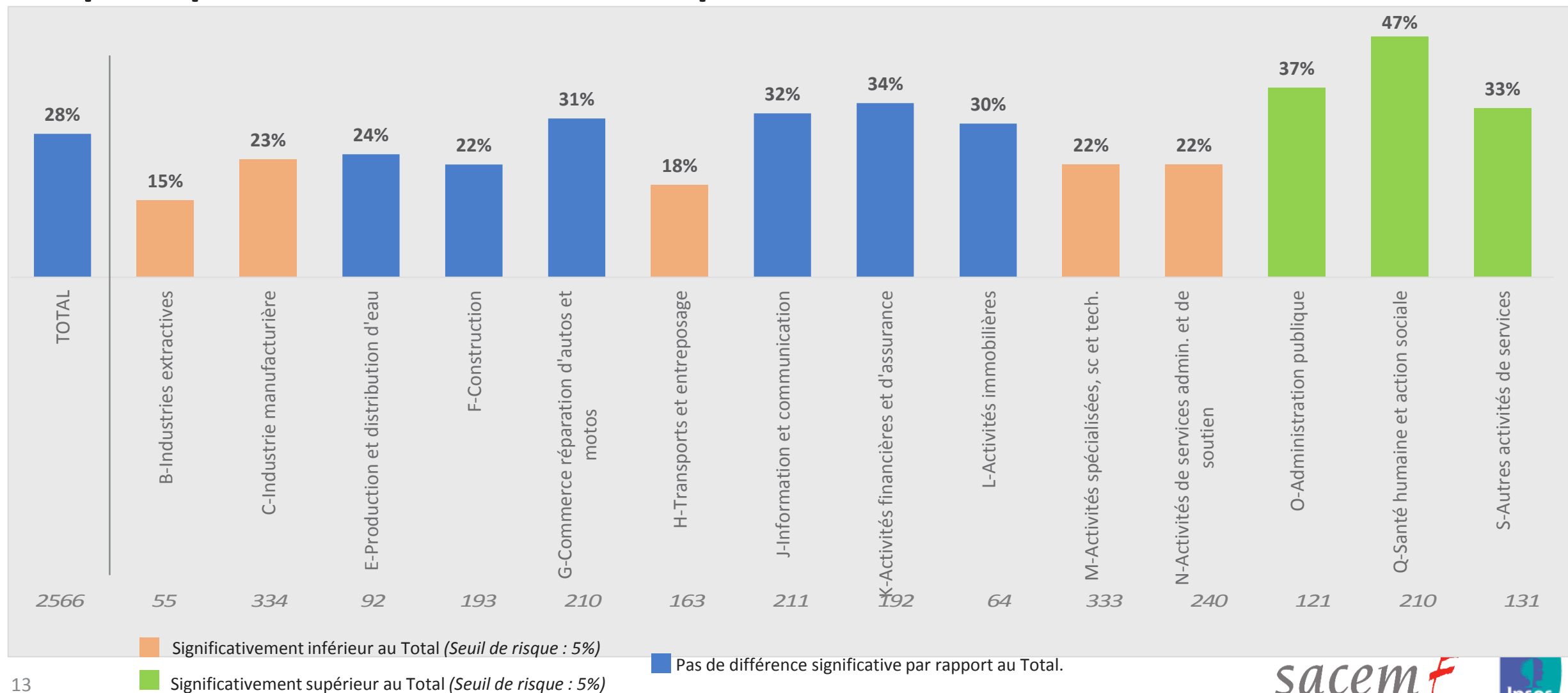
DIFFUSION DE MUSIQUE SELON LA TAILLE DE L'ÉTABLISSEMENT (1/2)

La diffusion de musique est très fortement corrélée à la taille de l'établissement.



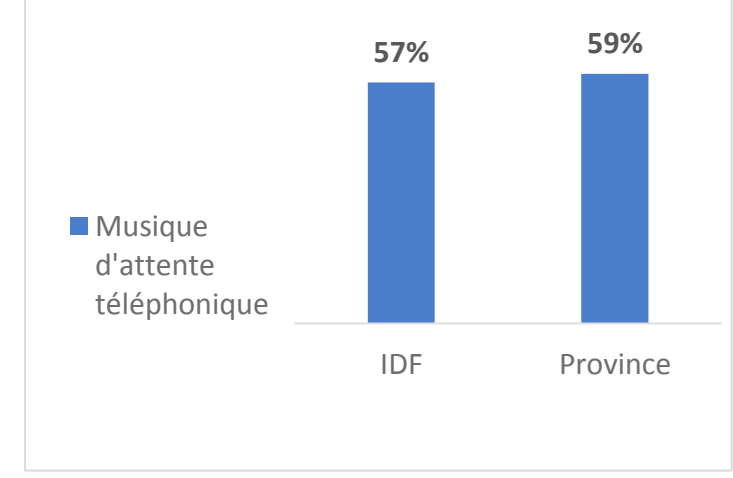
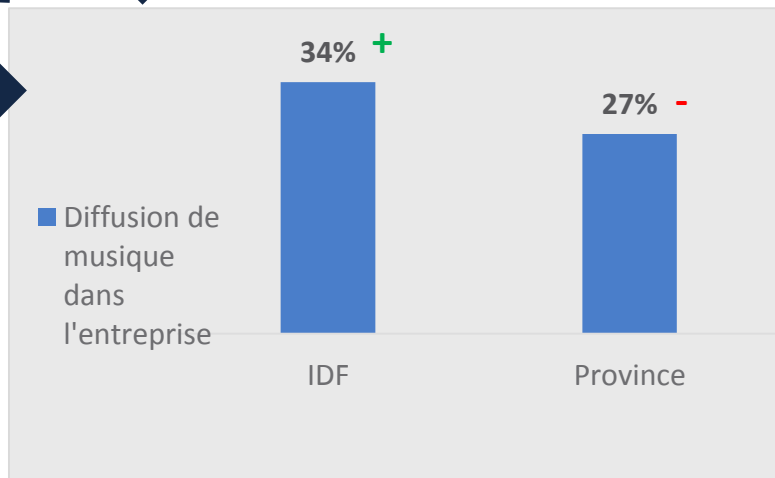
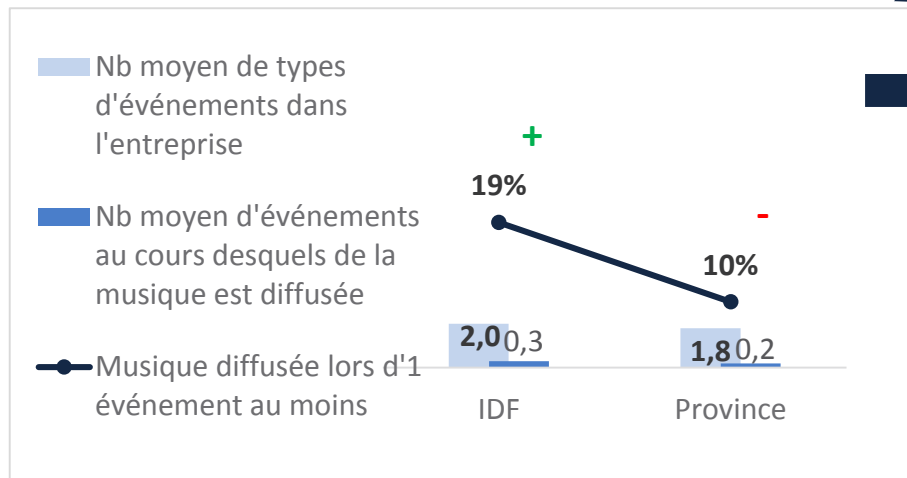
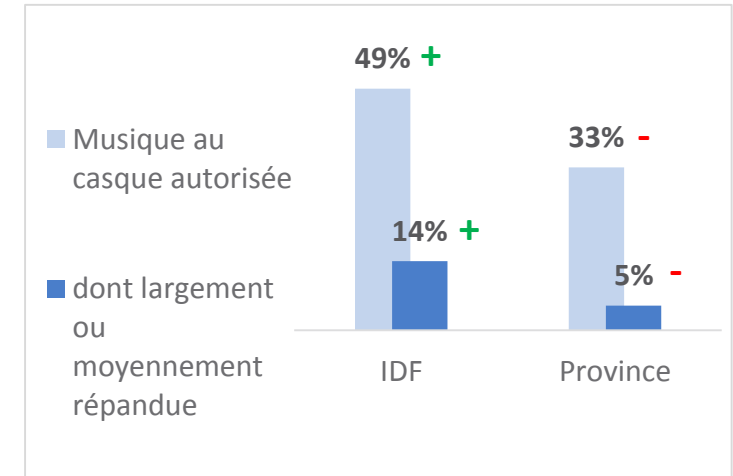
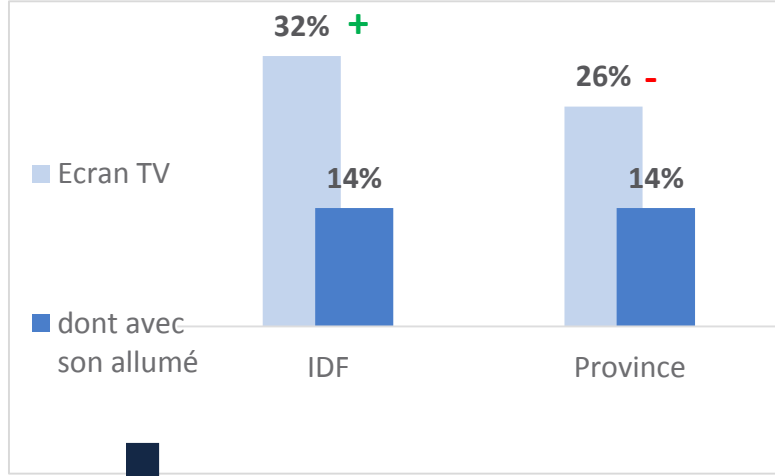
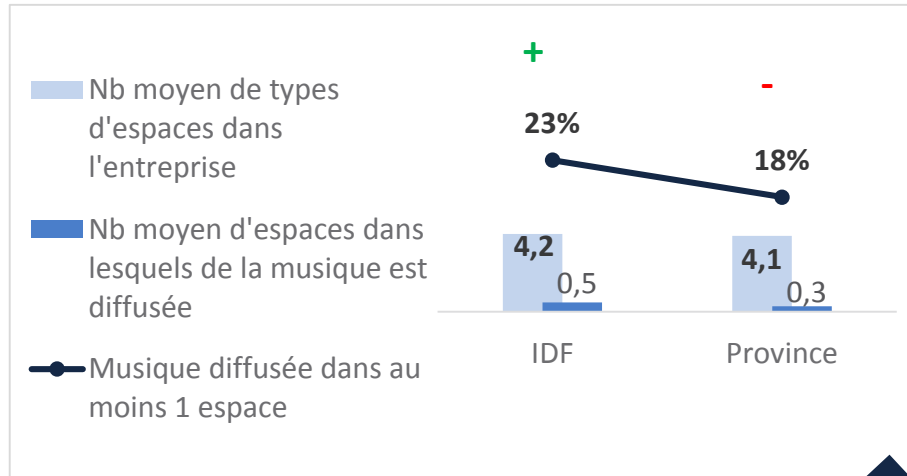
DIFFUSION DE MUSIQUE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Les pratiques de diffusion de musique varient selon le secteur d'activité



DIFFUSION DE MUSIQUE SELON LA LOCALISATION GEOGRAPHIQUE

Des pratiques de diffusion de musique plus répandues en Ile-de-France qu'en province.



- 
1. Quelles pratiques de diffusion de musique en entreprise ?
 - 2. Quels bénéfices associés ?**

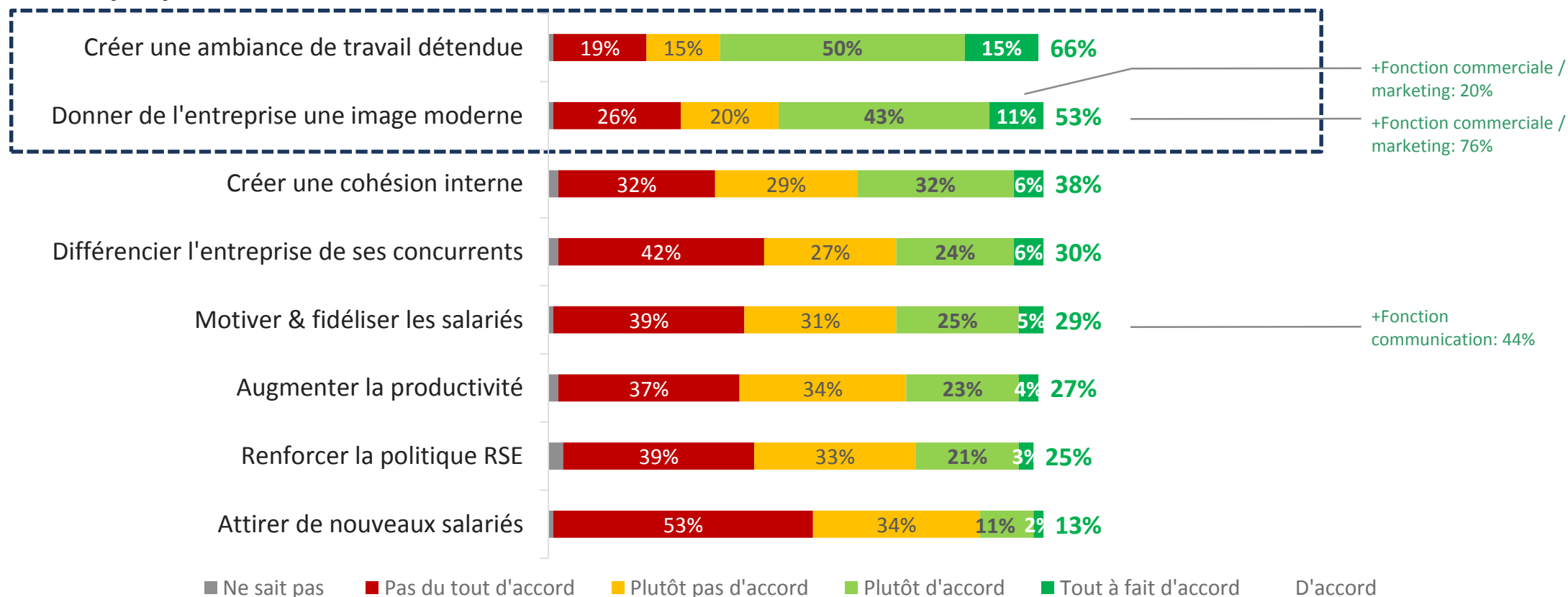
BÉNÉFICES ASSOCIÉS (1/2)

2 bénéfices associés à la diffusion de musique : créer une ambiance de travail détendue et donner de l'entreprise une image moderne.



Total Etablissement (n=2566)

Diffuser de la musique permet de ...

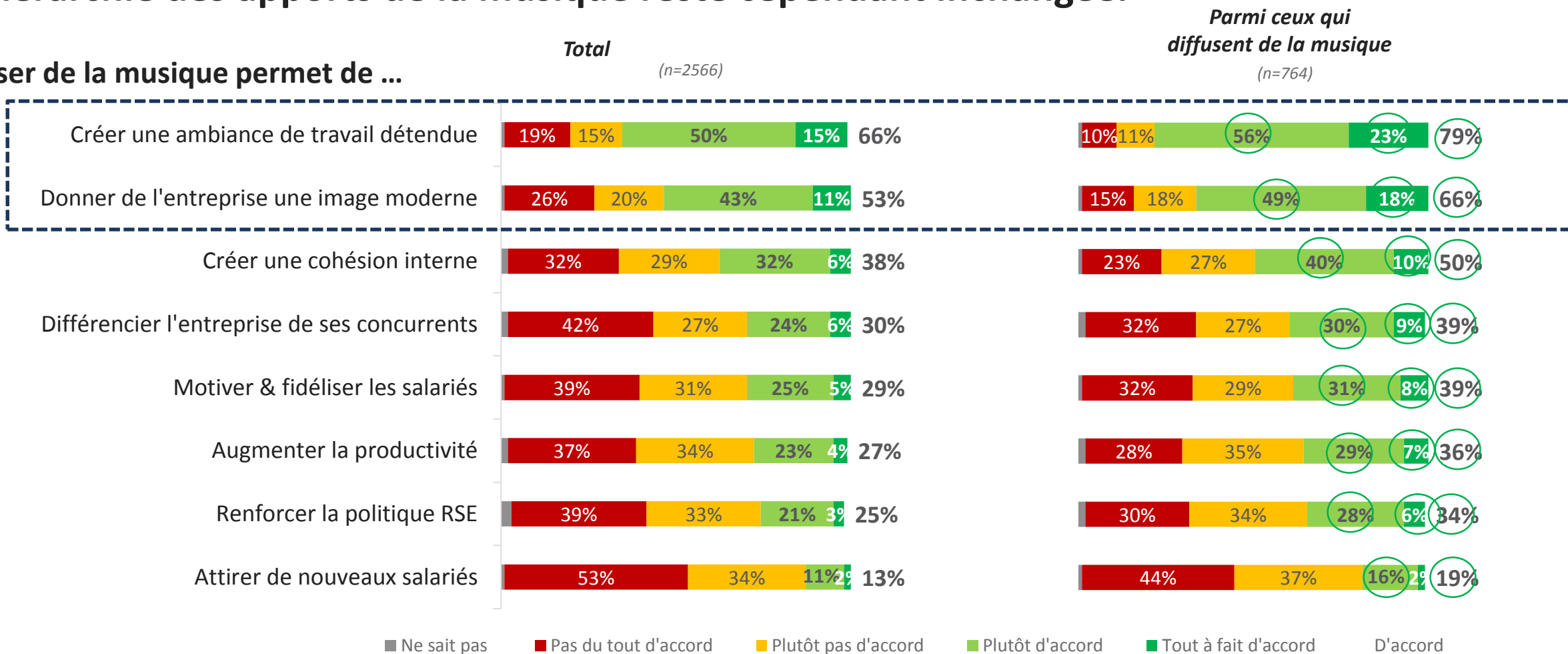


Base : Total Etablissements (n=2566)

BÉNÉFICES ASSOCIÉS (2/2)

Les entreprises qui diffusent de la musique ne serait-ce qu'occasionnellement associent davantage de bénéfices à cette pratique. La hiérarchie des apports de la musique reste cependant inchangée.

Diffuser de la musique permet de ...



Base : Total Etablissements (n=2566)



CONCLUSIONS



LA DIFFUSION DE MUSIQUE, UNE PRATIQUE PONCTUELLE

- La diffusion de musique en entreprises reste à date une **pratique ponctuelle** bien plus qu'une démarche volontariste et structurée.
- **38%** des établissements disposent d'**équipements audio-visuels** (écrans TV, chaînes Hi-Fi, haut-parleurs).
- **28% diffusent au moins occasionnellement** de la musique dans les locaux.
- La sonorisation permanente de certains espaces au sein de l'entreprise reste très minoritaire (8% des établissements)



DES PRATIQUES PLUS ANCRÉES DANS LES PLUS GROSSES STRUCTURES

- La diffusion de musique s'avère néanmoins **beaucoup plus fréquente dans les établissements de grande taille**.
- Les établissements accueillant 250 salariés organisent des événements plus fréquemment et tendent davantage à les sonoriser. Ils sont également mieux dotés en équipements audiovisuels, et diffusent davantage de contenus via leurs écrans TV.
- **In fine, ce sont 51% de ces établissements qui diffusent de la musique ne serait-ce qu'occasionnellement.**
- Un effet secteur est également à relever : l'administration publique, la santé humaine et action sociale et les autres activités de services s'avèrent les secteurs les plus mélomanes.



LES APPORTS DE LA MUSIQUE : UNE PÉDAGOGIE QUI RESTE À FAIRE MAIS QUELQUES POINTS D'ACCROCHE

- Au global, les entreprises restent assez neutres sur l'apport de la musique au sein de l'entreprise. Tout au plus y voient-elles un **facteur d'ambiance et de modernité**.
- Les établissements diffusant ne serait-ce qu'occasionnellement de la musique se montrent quant à eux sensiblement plus positifs. Ils soulignent majoritairement la création d'une ambiance de travail détendue, le renforcement de la cohésion interne et la touche de modernité donnée à l'image de l'entreprise.

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP www.ipsos.com

© 2017 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)