



# La musique et les affaires

Étude SOCAN 2013 sur les utilisateurs

**SOCAN** musique. monde.  
connectés.

**Leger**

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL

**SOCAN**  
socan.ca  
info@socan.ca  
@SOCANmusique



La musique est synonyme d'affaires.

Il ne fait aucun doute que la musique est importante dans le monde des affaires, en particulier pour créer une atmosphère qui y est propice. Vous voulez des preuves? Vous n'avez qu'à consulter les résultats de notre récente étude intitulée « La musique et les affaires ».

Non seulement les propriétaires d'entreprises ont indiqué que la musique est essentielle pour leur entreprise, mais ils croient aussi que la musique améliore l'expérience globale de leurs clients. Lorsqu'ils sont questionnés sur la contribution des auteurs de cette musique à leur entreprise, les répondants ont convenu qu'ils devaient être rémunérés équitablement.

Les propriétaires d'entreprises canadiennes reconnaissent que la musique contribue à créer une atmosphère invitante pour leurs clients, et la plupart d'entre eux estiment qu'il s'agit d'un élément essentiel de l'expérience de leurs clients.

Les chiffres montrent que les entreprises qui utilisent la musique comprennent ce qu'est la contribution des auteurs-compositeurs canadiens à l'économie. La SOCAN remercie ces entreprises et les encourage à continuer à faire jouer de la bonne musique canadienne, et à s'assurer qu'ils paient bien les droits de licence de musique.



# IMPORTANCE DE LA MUSIQUE

SOCCAN

3

Les trois quarts des propriétaires d'entreprises canadiennes estiment que le fait de faire jouer de la musique est important pour l'expérience de leurs clients dans leur établissement. Les propriétaires de restaurants, de théâtres/salles de concert et de clubs de santé sont plus susceptibles que tout autre établissement de penser ainsi. En outre, la musique prend de plus en plus d'importance : près de la moitié des propriétaires indiquent que **l'importance de la musique pour leur établissement s'est accrue au cours des deux dernières années**. Les propriétaires de théâtres/salles de concert sont les plus susceptibles de penser ainsi.

**74 %**

affirment que la musique est importante pour l'expérience client

**46 %**

des propriétaires canadiens affirment que la musique est de plus en plus importante pour leur entreprise.

Les propriétaires d'entreprises du Québec ouvrent la voie avec

**52 %**

**Leger**

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL

En tant que propriétaire d'entreprise, comment classeriez-vous l'importance de la musique relativement à l'expérience globale de vos clients dans votre établissement? Au cours des deux dernières années, diriez-vous que l'importance de la musique dans votre établissement... Base : propriétaires d'entreprises canadiennes (n=1079).



# RAISONS DE FAIRE JOUER DE LA MUSIQUE

SOCAN

4

Soixante-huit pour cent des propriétaires d'entreprises affirment que le fait de créer une atmosphère constitue la principale raison de faire jouer de la musique.

## Principales raisons de faire jouer de la musique

1

Créer une ambiance. (68 %)

2

Attirer des clients particuliers. (23 %)

3

Aider les clients à se détendre. (22 %)

### Voici d'autres raisons :

- Améliorer l'expérience de travail des employés. (13 %)
- Encourager les clients à rester plus longtemps. (12 %)
- Procurer un avantage concurrentiel / nous différencier de la concurrence. (9 %)

**Leger**

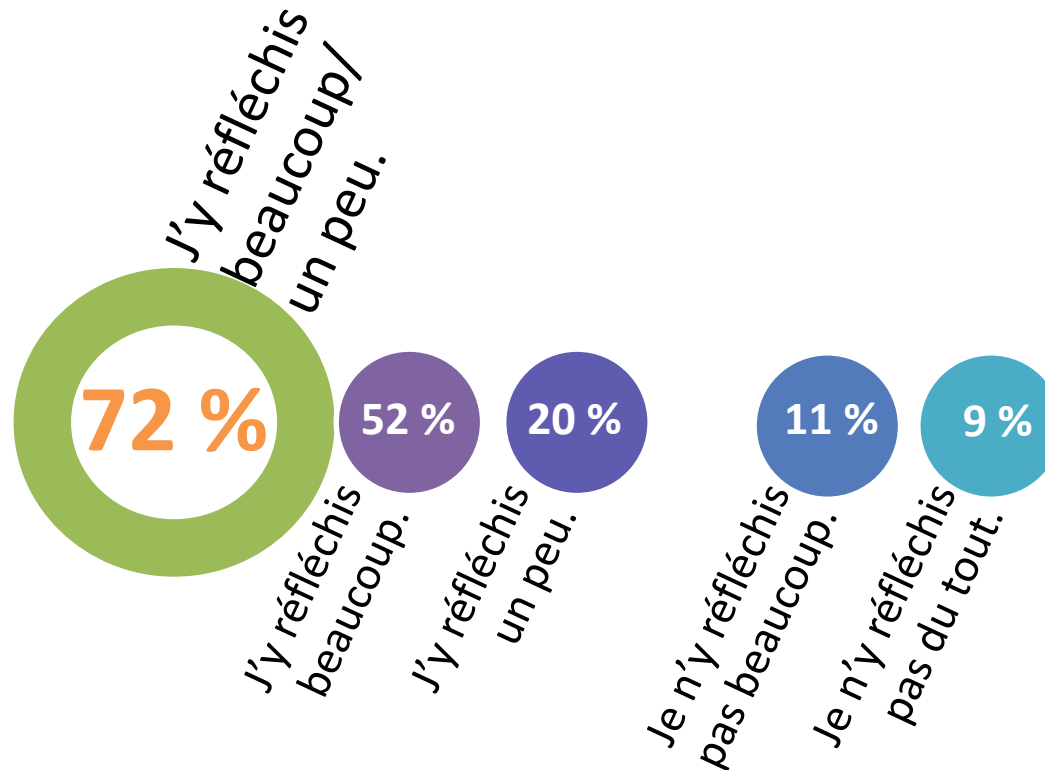
RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL

Quelles sont les trois principales raisons pour lesquelles vous faites jouer de la musique dans votre établissement? Base : propriétaires d'entreprises canadiennes (n=1079).



# RÉFLEXION AU SUJET DE L'UTILISATION DE LA MUSIQUE

La musique est importante pour les propriétaires; il n'est donc pas surprenant qu'ils réfléchissent aux types et à la variété de musique qu'ils font jouer. **Près des trois quarts des propriétaires d'entreprises canadiennes affirment qu'ils ont réfléchi dans une certaine mesure au choix musical de leur établissement.** Les propriétaires de restaurants (89 %), de théâtres/salles de concert (89 %) et de clubs de santé (84 %) sont les plus susceptibles de le faire.

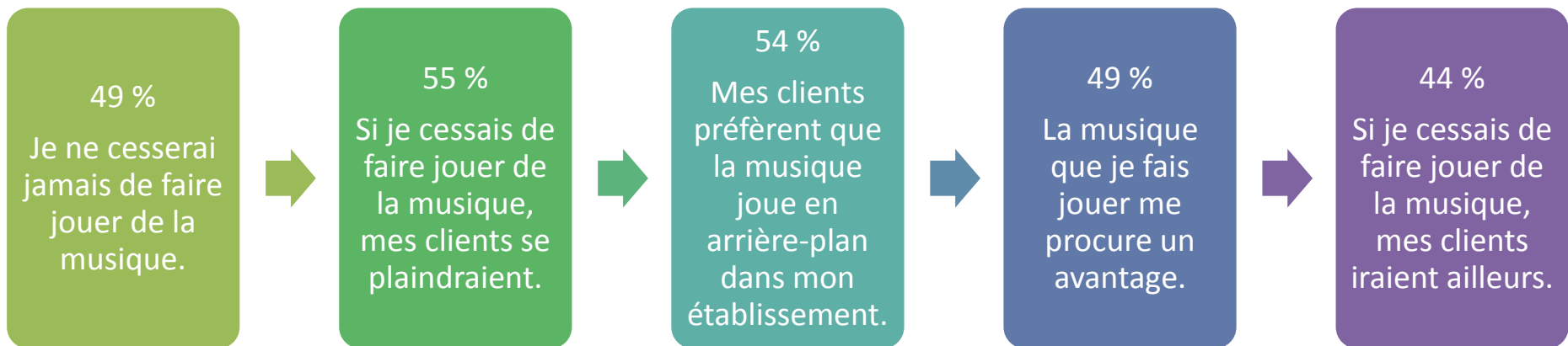




# RELATION AVEC LA MUSIQUE

Près de la moitié des propriétaires d'entreprises canadiennes ne cesseraient jamais de faire jouer de la musique dans leur établissement. Une proportion semblable de propriétaires affirment que la musique donne à leur entreprise un avantage et croient que s'ils cessaient d'en faire jouer, leurs clients se plaindraient (55 %) ou iraient ailleurs (44 %). Cinquante-quatre pour cent d'entre eux pensent que leurs clients préfèrent entendre de la musique de fond.

% en accord



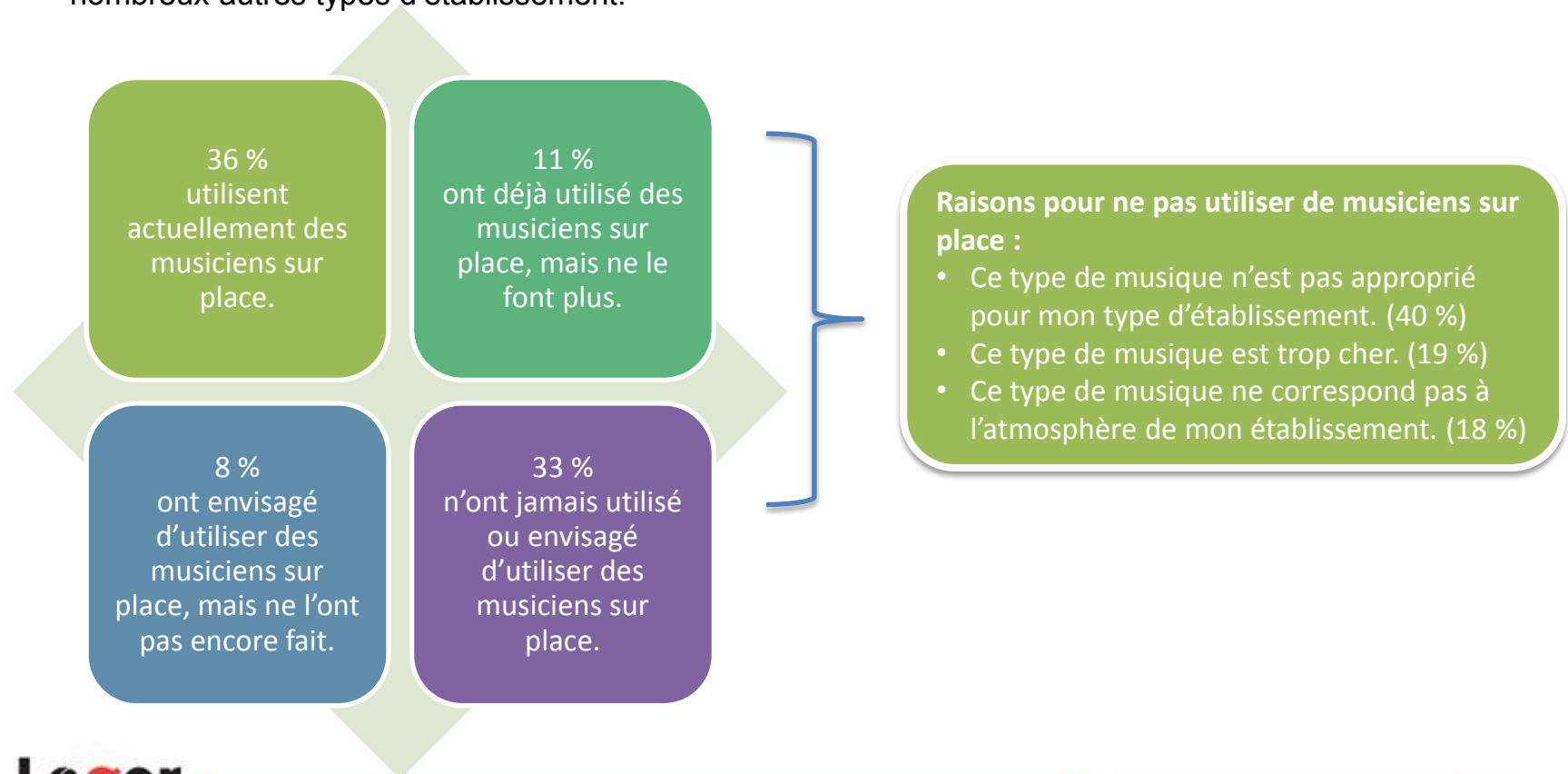


# MUSICIENS SUR PLACE

SOCCAN

7

**Plus d'un tiers des propriétaires d'entreprises utilisent actuellement des musiciens sur place dans leur établissement**, bien qu'une part similaire de propriétaires n'ont jamais utilisé ou n'ont jamais envisagé d'utiliser des musiciens sur place. De ce nombre, 40 % des propriétaires affirment que l'utilisation de musiciens sur place n'est pas appropriée pour leur entreprise. Fait intéressant, les restaurants sont moins susceptibles d'utiliser des musiciens sur place (27 %) par rapport à de nombreux autres types d'établissement.





# POPULARITÉ DES CRÉATEURS SOCAN DE MUSIQUE CANADIENS

8

**Les propriétaires d'entreprises canadiennes estiment que près de la moitié de la musique qu'ils font jouer provient de créateurs de musique canadiens.** Les propriétaires dans les provinces de l'Atlantique sont plus susceptibles que le reste du Canada de faire jouer de la musique canadienne en majorité.

Neil Young est le musicien canadien le plus souvent mentionné parmi les propriétaires d'entreprises, bien que 69 % d'entre eux affirment ne pas avoir d'artiste préféré pour leur établissement.



En moyenne, 47 % de la musique jouée provient d'artistes et d'auteurs-compositeurs canadiens.

Les artistes ou auteurs-compositeurs canadiens préférés sont les suivants : Neil Young (3 %), tout artiste québécois (1 %) et Michael Bublé (1 %).

Près de 70% des propriétaires croient qu'il est juste de rémunérer équitablement les auteurs-compositeurs / artistes qui créent la musique qui profite à leur entreprise.





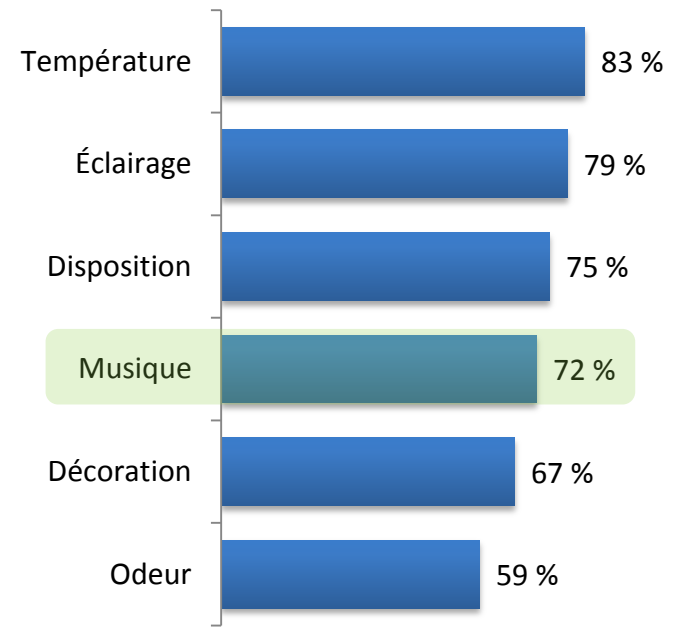
# EXPÉRIENCE CLIENT

Comme cela a été mentionné précédemment, les trois quarts des propriétaires réfléchissent à leur sélection musicale. Cela n'est pas surprenant puisque **trois quarts d'entre eux croient que faire jouer de la musique est important pour l'expérience globale de leurs clients**. Les propriétaires de restaurants (81 %), de bars/salons (83 %), de théâtres/salles de concert (89 %) et de clubs de santé (90 %) sont plus susceptibles de penser ainsi. La musique est considérée comme étant plus importante que la décoration et l'odeur.

Quelle est l'importance de chacun des facteurs suivants?

72 % des propriétaires d'entreprises affirment réfléchir beaucoup ou un peu à la musique qu'ils font jouer dans leur établissement.

74 % des propriétaires d'entreprises affirment que la musique est très importante ou plutôt importante relativement à l'expérience globale de leurs clients.



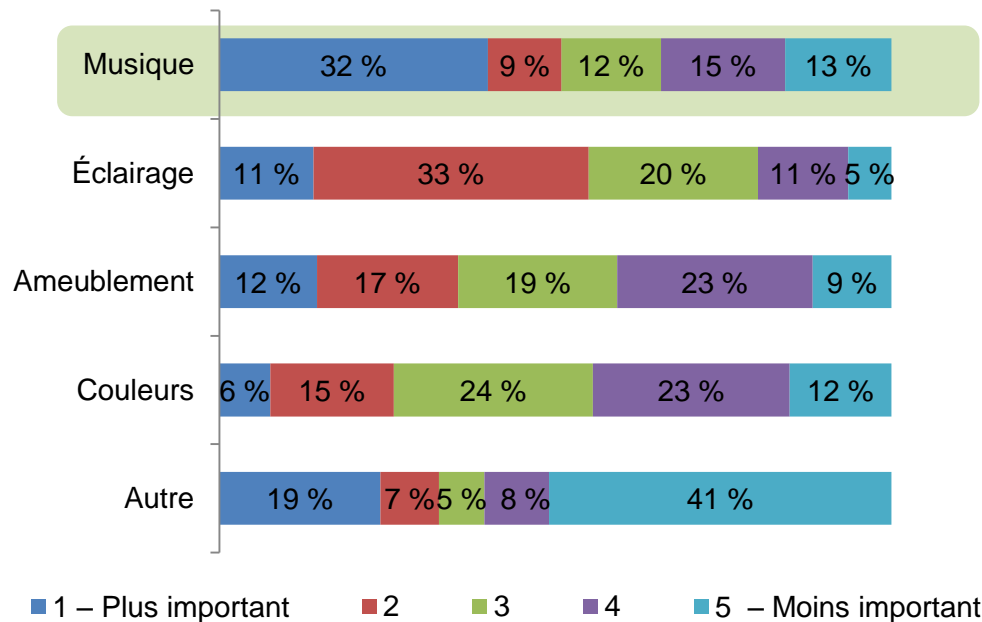


# AMBIANCE

**Le tiers des propriétaires d'entreprises ont classé la musique comme étant l'élément le plus important de l'ambiance ou de l'environnement de leur établissement, et une part similaire serait prête à sacrifier des commodités comme le café, le Wi-Fi, les appareils de paiement par carte de débit ou crédit, la climatisation et même l'eau potable ou le chauffage avant de sacrifier la musique.**

**36 % des propriétaires d'entreprises seraient prêts à sacrifier au moins l'un des éléments qui suivent avant de sacrifier la musique :**

**Éléments d'ambiance ou d'environnement de l'établissement classés du plus important au moins important**



- Café (19 %)
- Accès Wi-Fi (18 %)
- Appareils de paiement par carte de débit ou crédit (12 %)
- Climatisation (7 %)
- Eau potable (3 %)
- Chaleur (2 %)

## MÉTHODOLOGIE

**INSTRUMENT**

Un sondage auprès de 1 079 propriétaires d'entreprises canadiennes a été réalisé en ligne entre le 16 septembre et le 4 octobre 2013. La SOCAN a fourni la liste des propriétaires d'entreprises.

Un échantillon probabiliste de la même taille donnerait une marge d'erreur de +/- 2,9 %, 19 fois sur 20.

**CONTRÔLE DE LA QUALITÉ**

Des mesures rigoureuses d'assurance de la qualité permettent à Léger d'atteindre les normes de qualité supérieure fixées par l'entreprise. Par conséquent, ses méthodes de collecte de données et de stockage surpassent les normes établies par l'AMROP (Association mondiale de recherches sur l'opinion publique). Ces mesures sont appliquées à chaque étape du projet : de la collecte des données au traitement, jusqu'à l'analyse. Notre objectif est de répondre aux besoins de nos clients avec honnêteté, confidentialité absolue et intégrité.