

# Le marché des instruments de musique en France

ENQUETE CONSOMMATEURS



*Décembre 2022*

## En partenariat avec :



## Avec le soutien de :



# Sommaire

Objectifs de l'étude et méthodologie

Synthèse de l'étude

**Partie I.** Typologie des répondants

**Partie II.** Caractéristiques du marché des instruments de musique

**Partie III.** Caractéristiques du marché des accessoires

**Partie IV.** Caractéristiques de la réparation et de l'entretien des instruments de musique

**Partie V.** Evolution des comportements de consommation

**Partie VI.** Annexes

# Objectifs de l'étude

**Xerfi Spécific** a été sollicité par la CSFI pour réaliser la seconde édition de son étude sur le marché de la facture instrumentale. Celle-ci repose sur deux grands volets :

- Une cartographie des acteurs intervenant sur le marché français (fabricants, distributeurs, importateurs, etc.) ;
- Une enquête consommateur réalisée auprès de 2 000 Français pratiquant un ou plusieurs instruments de musique.

L'étude couvre l'intégralité du marché (neuf, occasion et location). Une segmentation autour de 9 familles d'instruments a été adoptée, contre 5 dans la précédente édition. Les produits de sonorisation ont notamment été pris en compte dans l'analyse. De même, les amplificateurs et les archets – précédemment classés dans les accessoires – ont été intégrés comme instruments de musique. In fine, les neuf catégories d'instruments de musique sont :

- Pianos et orgues ; 
- Accordéons ; 
- Instruments électroniques ; 
- Instruments à vent ; 
- Cordes pincées (guitares et harpes) ; 
- Batteries et percussions ; 
- DJ 
- Equipement de Studio / Home Studio 
- Cordes frottées (Quatuor et contrebasse). 

Parmi ces Français musiciens, plus de 70% ont acheté un instrument de musique au cours des 5 dernières années ou un accessoire au cours des 2 dernières années.

La recomposition du marché global a été possible en croisant des données statistiques officielles - publiées notamment par Eurostat et les Douanes - avec les résultats d'enquête présentés ci-après. Il s'agit d'une photographie du marché en 2021.

Outre un état des lieux des comportements de consommation des musiciens en matière d'achat (neuf et occasion) et de location d'instruments, l'étude propose une analyse du marché des accessoires. Sur la base des réponses obtenues, 9 familles de produits se distinguent selon la fréquence d'achat :

- Cordes ; 
- Médiators ; 
- Accordeurs ; 
- Casques audios ; 
- Câbles jack ; 
- Housses, étuis, flight case ; 
- Produits d'entretien ; 
- Tabourets ; 
- Supports stands 

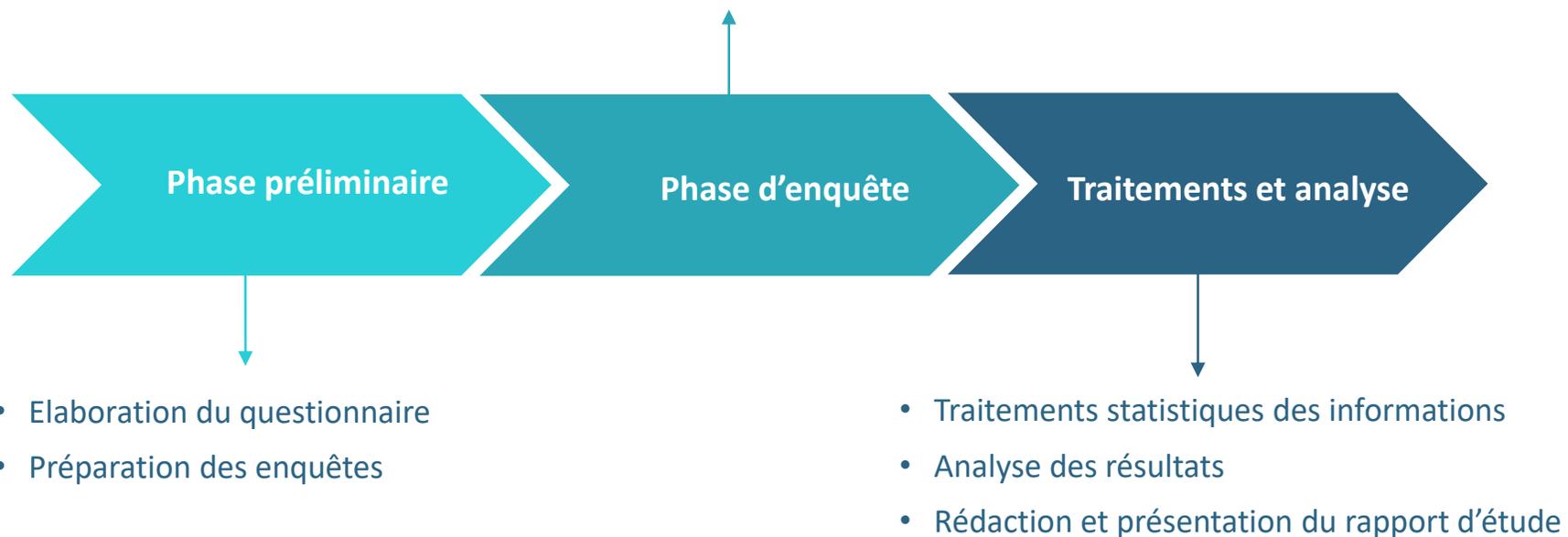
Enfin, les musiciens acheteurs ont été interrogés sur leurs habitudes en matière de circuits de distribution sur les deux grands marchés analysés, à savoir les instruments et les accessoires. Il ressort 4 principaux réseaux :

- Revendeurs, généralistes ou spécialisés ; 
- Sites internet marchands ; 
- Grandes surfaces culturelles ; GSC
- Particuliers. 

# Méthodologie

- Cette étude présente les résultats de l'enquête réalisée par **Xerfi Spécific** pour le compte de la Chambre Syndicale de la Facture Instrumentale en partenariat avec la Direction générale de la création artistique du ministère de la culture (DGCA), le Centre national de la musique (CNM) et la communauté urbaine Grand Paris Seine et Oise.
- L'enquête s'est déroulée du 7 octobre au 2 novembre 2022 et a respecté les étapes suivantes :

- Enquête 100% online
- Echantillonnage de 8 812 Français de 18 ans et plus dont 2 820 pratiquant la musique et 2 000 acheteurs d'instruments ou d'accessoires de musique





# Synthèse de l'étude

## Si la pratique musicale en France se démocratise, elle reste toujours transgénérationnelle

Près d'un tiers des Français jouent d'un voire de plusieurs instruments de musique (1,7 instrument en moyenne). Si la pratique musicale s'adresse aujourd'hui à toutes les classes sociales – en témoigne le poids non négligeable des catégories socio-professionnelles inférieures (32% des répondants) – une proportion encore importante de musiciens vivent en maison individuelle dans des départements où le revenu médian par habitant est supérieur à la moyenne nationale. Au-delà de l'investissement financier nécessaire à toute pratique musicale (achat ou location d'un instrument, cours de musique, dépenses d'entretien/réparation, etc.), l'investissement en temps est également essentiel pour la pratique et pour améliorer sa technique. Cette double contrainte explique une surreprésentation des employés parmi la population de musiciens, loin devant les cadres et les professions intermédiaires.

L'enquête révèle également le caractère transgénérationnel de la musique. La musique est un art qui se transmet aux enfants dès leur plus jeune âge, ce qui explique le poids important des familles de musiciens. Deux instruments sont particulièrement appréciés : le piano et la guitare. Ils rassemblent plus de 70% des musiciens interrogés. Ces derniers travaillent sur leur propre instrument, que celui-ci ait été acheté par leurs soins ou offert (82% des répondants).

La musique reste une activité de loisirs, exercée en amateur et en solo. Pour autant, certains musiciens cherchent à vivre de leur art. En France, on dénombre environ 50 000 musiciens professionnels, également enseignants ou non. L'enquête révèle une pratique professionnelle déclarée de 32% chez les DJ, il s'agit du ratio le plus élevé. Si les débouchés sont nombreux (mariages, bars et boîtes de nuit, festivals, etc.), la concurrence est rude. On estime aujourd'hui à environ 10 000 la population de DJ en France et des substituts existent (réalisation de playlists personnelles, par exemple). D'ailleurs, il semble vraisemblable qu'une proportion assez faible d'entre eux parviennent à vivre de cette seule activité au regard de la pérennité de la pratique. En effet, seuls 27% d'entre eux exercent encore cette activité après 5 ans. A l'opposé, les instrumentistes à vent – exerçant principalement pour le seul plaisir de la musique – pratiquent pour près de la moitié d'entre eux depuis plus de 5 ans.

## L'achat neuf conserve les faveurs des musiciens

71% des musiciens ont réalisé un achat ou une location d'instrument de musique au cours des 5 dernières années. La quasi-totalité des dépenses concerne un achat, qu'il soit neuf (60% des instruments) ou de seconde main (33%). La disponibilité du produit est la principale raison motivant un achat neuf tandis que le moteur du marché de l'occasion reste très largement le coût. Mais l'achat d'un instrument trouve d'autres origines plus profondes : la volonté de découvrir un autre instrument – le « multi-instrumentisme » étant courant – la nécessité de renouveler son équipement (la durée de vie d'un instrument est très variable selon les segments), le lancement d'un enfant dans une pratique musicale, etc.

Outre la volonté de démarrer un instrument, l'acte d'achat a été sensiblement impacté ces deux dernières années par la crise sanitaire. Cette dernière a incité près d'un quart des musiciens interrogés à s'équiper. La fermeture des écoles de musique, associations et conservatoires pendant les confinements et les périodes de couvre-feu ont sans doute amené certains ménages à acheter du matériel pour travailler leur art à domicile.

Conformément à la structure du marché français, les dépenses se sont massivement orientées vers les segments des cordes pincées (guitares essentiellement) et des pianos. Ensemble, ils représentent 76% du marché du neuf et 66% du marché de l'occasion. Si l'achat pour soi reste la norme et ce, quel que soit le segment considéré, il convient de ne pas négliger les achats réalisés pour un enfant vivant au sein du foyer. Le parcours d'achat peut être long, nécessitant des recherches d'informations et des conseils avisés. D'ailleurs, une majorité des acheteurs trouve chez un ami ou un parent musicien une prescription sur l'instrument à acquérir.

Les revendeurs généralistes sont plébiscités par les musiciens. Ils se classent en tête des circuits de distribution pour 6 des 9 catégories d'instruments analysées. En revanche, le matériel pour DJ et Home Studio est principalement commandé en ligne, pour une livraison à domicile.

## Coup de projecteur sur l'occasion et la location, des alternatives séduisantes à l'achat neuf

Représentant un tiers des « nouveaux » instruments, le marché de l'occasion s'inscrit dans les modes de consommation actuels et touche, plus globalement, tous les segments des biens de consommation. L'évolution des offres commerciales et leur meilleure structuration permettent une montée en puissance de ce marché, qui contribue – grâce à un positionnement-prix attractif – à démocratiser un peu plus la musique. Le marché de l'économie circulaire devrait conserver un rythme de croissance soutenu à moyen terme interrogeant sur l'avenir du neuf et son positionnement.

Si la dimension budgétaire reste la principale motivation à l'achat d'occasion, la recherche d'un modèle particulier est également citée. Comme pour le vin, certains instruments de musique se bonifient avec le temps. C'est le cas notamment pour certains instruments à cordes, comme les guitares et, plus encore, les violons où il existe des modèles anciens réalisés par des luthiers renommés tels que Stradivari ou Guarneri. Cela explique d'ailleurs l'intérêt des musiciens à cordes frottées pour les instruments de plus de 10 ans (35% des achats d'occasion). En revanche, d'autres équipements vieillissent plutôt mal, limitant le recours à l'occasion parmi les musiciens avertis.

Représentant une part encore marginale du marché, la location s'inscrit elle aussi dans les nouvelles habitudes de consommation des ménages. Il faut dire qu'elle offre deux avantages majeurs, la flexibilité et un coût inférieur à l'achat. Cette alternative peut répondre à un besoin ponctuel dans le cadre notamment d'une participation à un événement musical. Mais elle est surtout intéressante pour les personnes s'initiant à un instrument, hésitant entre plusieurs pratiques ou craignant d'abandonner la musique à court terme. Elle est particulièrement adaptée aux enfants souvent changeants dans leur désir d'activités extrascolaires ou en plein apprentissage. Dans ce dernier cas, il peut être nécessaire de changer de gamme d'instruments à mesure qu'ils évoluent dans leur pratique. Dans ce contexte, il n'est guère étonnant de voir les écoles de musique et les conservatoires en tête des circuits de location sur la plupart des segments du marché.

## L'achat d'accessoires, un besoin très variable selon l'instrument pratiqué

46% des musiciens interrogés ont réalisé au moins un achat d'accessoires au cours des deux dernières années, des accessoires principalement destinés aux instruments à cordes pincées (40% des répondants). D'ailleurs, le top 3 des accessoires les plus fréquemment achetés est exclusivement composé d'équipements pour guitares, et notamment de cordes. Ces dernières doivent être changées régulièrement, avec une fréquence de renouvellement variable selon l'intensité de la pratique musicale, la qualité de l'environnement ou bien encore la dureté du médiator utilisé. D'autres instruments nécessitent moins de consommables, ce qui explique la faiblesse des achats d'accessoires.

Les musiciens privilégient les magasins spécialisés pour les accessoires les plus « techniques ». La disponibilité immédiate des produits, la possibilité de voir et de toucher les accessoires mais aussi l'expertise des vendeurs représentent les principaux atouts du commerce physique. En revanche, la vente en ligne s'impose sur deux segments à plus faible valeur ajoutée : les produits d'entretien et les étuis.

En matière de dépenses, ce sont les DJ qui décrochent la palme, avec un budget accessoires de 287,05 euros TTC. La montée en puissance dans leur activité nécessite d'investir dans des éléments complémentaires afin de disposer d'une console sophistiquée, permettant à la fois de mixer mais également de se lancer dans la partie la plus créative de la profession.

A l'opposé, figurent les joueurs de cordes pincées et notamment les guitaristes. Si leur pratique nécessite – on l'a vu – des dépenses régulières en consommables, le prix unitaire de chaque accessoire est relativement faible. Un médiator peut ainsi s'acheter à moins de un euro tandis que des lots de cordes s'acquièrent pour moins de 10 euros. L'essor du e-commerce a permis de favoriser les comparaisons tarifaires et d'acheter des produits moins chers qu'en magasin sur des sites marchands, généralistes ou spécialisés.

## L'entretien/réparation/restauration, une corrélation avec l'ancienneté de la pratique

Les instruments de musique nécessitent un entretien régulier par un professionnel spécialisé. Or, seuls 31% des musiciens ont déclaré avoir eu recours à des prestations d'entretien/réparation/restauration au cours des 5 dernières années. Cette part atteint toutefois les 44% parmi les jeunes de 18 à 24 ans. Plus le musicien est novice, plus les prestations d'entretien/réparation sont fréquentes, en raison d'un usage pas toujours optimal. Des erreurs de manipulation ou d'entreposage peuvent ainsi nécessiter l'intervention d'un professionnel. Pour les guitaristes non avertis, les changements de cordes peuvent également se faire par un luthier. Une fois la pratique musicale installée, la nécessité de passer par un professionnel n'est plus impérative pour ce type de manipulation. En revanche, plus la pratique est soutenue, plus de petits incidents peuvent survenir (mécaniques ou frettes usées, vernis écaillé, etc.), autant de choses pour lesquelles il est nécessaire de passer par un professionnel.

Les artisans et magasins spécialisés sont privilégiés par les musiciens pour l'entretien, la réparation et surtout la restauration de leur instrument. Le restauration ne s'improvise pas. Les magasins généralistes les concurrencent sur seulement deux segments, le matériel pour DJ et les instruments électroniques, où la technologie utilisée a permis d'ouvrir le marché à des non-spécialistes des instruments « traditionnels ». Ils disposent toutefois des compétences nécessaires pour intervenir sur ce type d'équipements.

En moyenne, les musiciens ont consacré 197,29 euros TTC à l'entretien de leur instrument et 208,91 euros TTC à leur réparation/restauration. Sur ce dernier pan du marché, on observe un recours plus marqué des seniors, attachés à leur instrument, qu'ils pratiquent souvent depuis des décennies. Leur dépense est ainsi 37% plus élevée que la moyenne de l'échantillon.

## Les nouveaux comportements d'achat : vers plus de location et d'occasion ?

La démocratisation de la pratique musicale se poursuit en France. L'ouverture de cours de musique associatifs – affichant un tarif horaire abordable – les tutos en ligne permettant d'apprendre la musique en autodidacte, l'intégration croissante de la musique dans les écoles avec la formation de chorales et la pratique instrumentale qui revient de plus en plus dans le cursus scolaire grâce à des initiatives comme Orchestre à l'Ecole et d'autres actions locales, la mise en place du pass Culture à destination des jeunes, l'essor des marchés de l'occasion et de la location, etc., nombreux sont les « dispositifs » qui ont permis d'ouvrir plus largement la pratique musicale aux classes sociales défavorisées. Au cours des 5 dernières années, 37% des personnes interrogées ont démarré une pratique musicale. Cette part atteint les 45% parmi les CSP inférieures. Si la pratique de certains instruments reste un marqueur social fort, notamment sur le segment des cordes frottées, d'autres instruments sont accessibles à tous, tels que la guitare, plus populaire.

Au-delà de ce « nouveau » public, la pratique musicale s'est intensifiée pour un quart des personnes interrogées au cours des 5 dernières années. L'impact de la crise sanitaire et les conséquences majeures qu'elle a eues sur la vie sociale des Français a vraisemblablement joué un rôle dans cette montée en puissance. Pour un autre quart de musiciens, la pratique est restée la même. *In fine*, on observe un recul de la pratique pour 18% des répondants. Cette observation est particulièrement vraie chez les seniors de plus de 65 ans.

Interrogée sur l'évolution de leur consommation, la moitié l'a vue évoluer, notamment à la baisse pour les achats neufs au profit de l'occasion et de la location, qui présentent de très nombreux avantages au-delà de la pure problématique budgétaire.

*In fine*, 32% des musiciens ont un projet d'achat qu'ils souhaitent mener à une échéance de 2 ans. Si les revendeurs, généralistes ou spécialisés, restent largement plébiscités, la vente en ligne représente une part non négligeable des intentions d'achat (38% des répondants). Rappelons que, d'après l'enquête, la part des Français ayant eu recours au e-commerce pour l'achat de leur dernier instrument s'élevait à 31%.

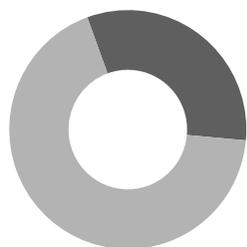


# Partie I

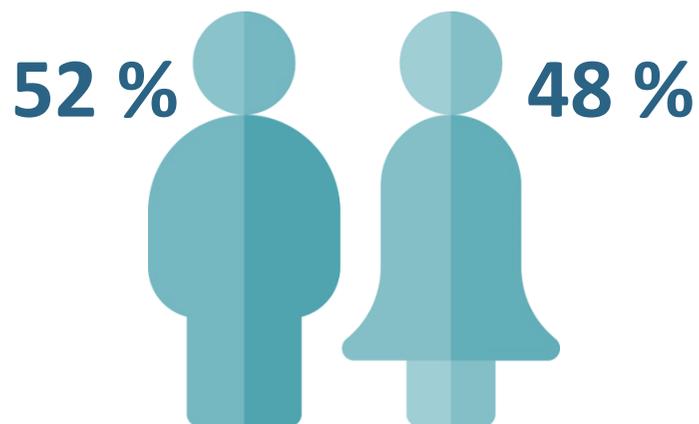
## Typologie des répondants

## Partie I - Typologie des répondants – Selon le sexe et l'âge

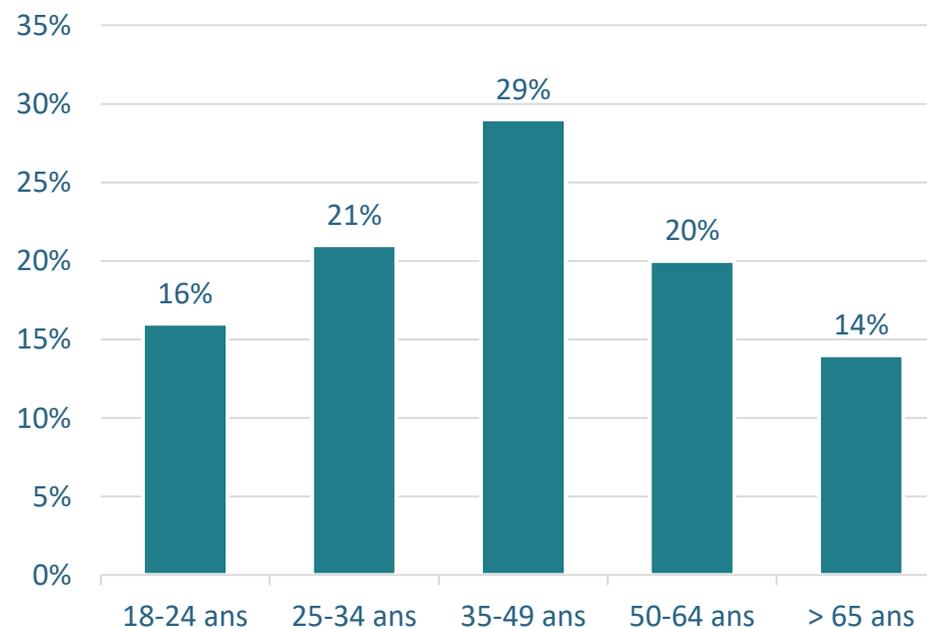
- 8 812 Français de 18 ans et plus ont été interrogés lors de l'enquête, dont 2 820 (32%) pratiquant la musique et 2 000 (23%) acheteurs d'instruments ou d'accessoires de musique.
- La population de musiciens est composée à 52% d'hommes et à 48% de femmes.
- La tranche d'âge des 35-49 ans est la plus représentée (29%).



**32%** des Français interrogés pratiquent un instrument de musique



**Répartition des répondants selon leur âge**  
(part en % des répondants)

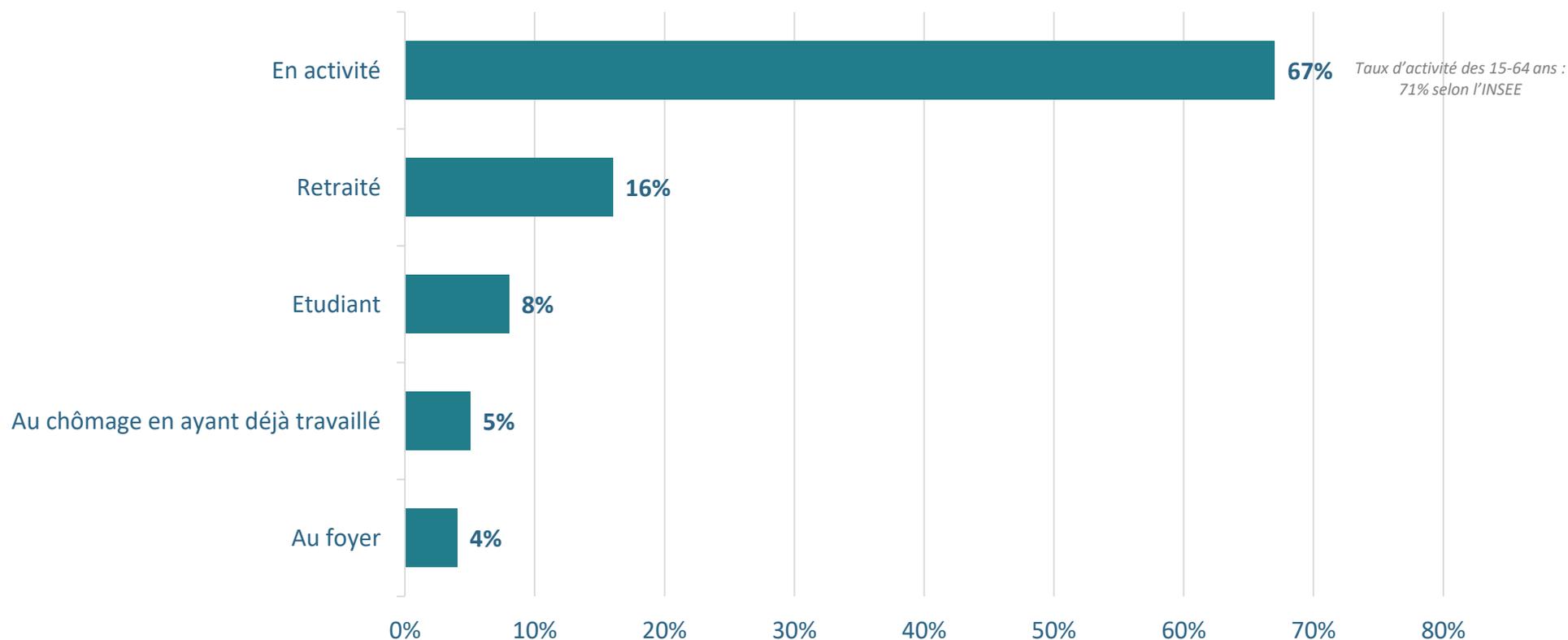


## Partie I - Typologie des répondants – Selon l'activité

- La population de musiciens interrogés est composée en majorité d'actifs (67%) et de retraités (16%).
- Les personnes au foyer ou au chômage sont minoritaires (9%).

### Répartition des répondants selon leur activité

(part en % des répondants)

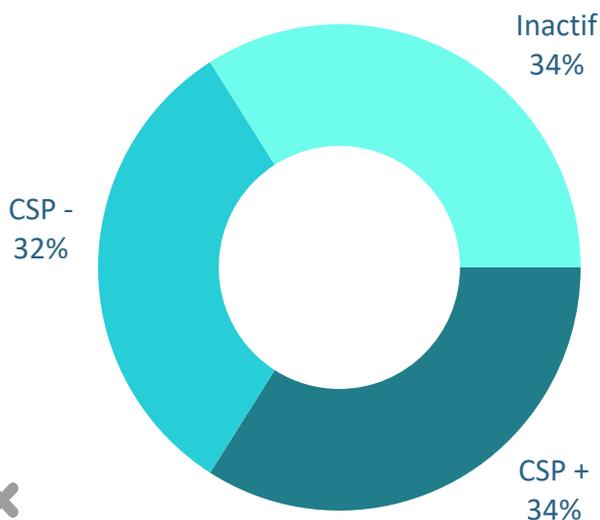


## Partie I - Typologie des répondants – Selon le statut

- L'analyse des répondants selon leur CSP<sup>1</sup> révèle une répartition plutôt équilibrée.
- Parmi la population des musiciens, on note une sous-représentation des inactifs alors qu'ils étaient nettement plus nombreux parmi les non-musiciens interrogés (34% vs 44%).
- Dans le détail, parmi les actifs, les employés sont davantage représentés que les cadres supérieurs et professions intermédiaires.
- La pratique de la musique suppose en effet du temps libre important, plus difficilement mobilisable pour des cadres supérieurs dont le temps de travail s'élève en moyenne à 8,6 heures par jour (contre 7,58h pour un employé) auquel s'ajoute – comme pour tous les Français – le temps domestique.

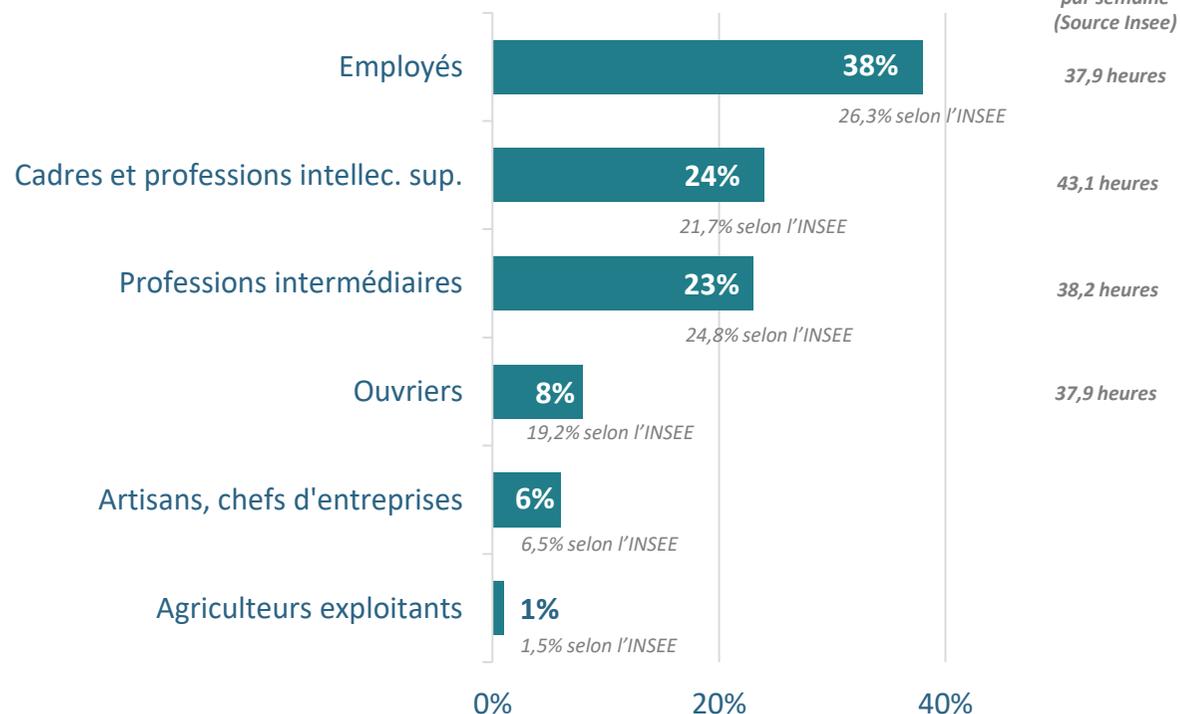
### Répartition des répondants selon leur statut (part en % des répondants)

#### Echantillon total



(1) CSP : Catégories socio-professionnelles

#### Echantillon actifs



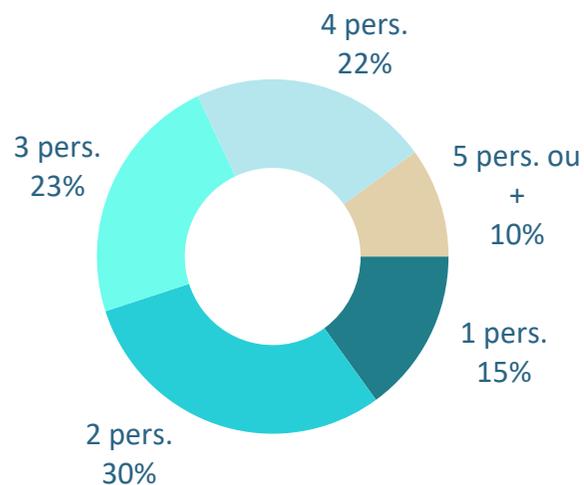
Temps de travail moyen par semaine (Source Insee)

## Partie I - Typologie des répondants – Selon la composition du foyer

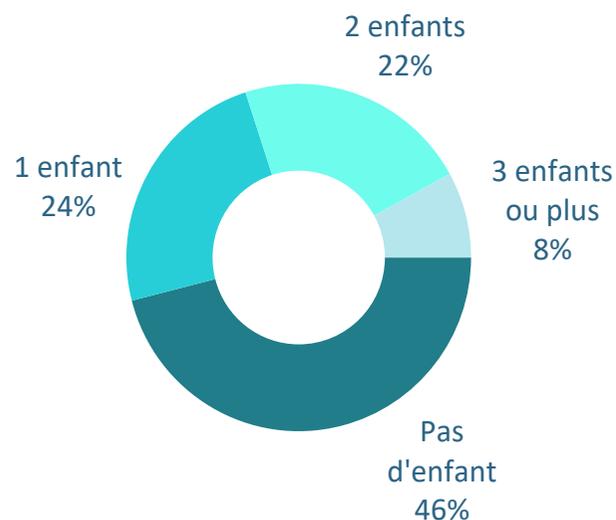
- 46% des musiciens interrogés vivent seuls ou en couple, sans enfant au sein du foyer.
- On note cependant l'importance des familles de musiciens.
- En effet, parmi les 54% de familles avec enfant, 92% déclaraient avoir au moins un enfant jouant d'un instrument.
- Pour de nombreux musiciens, la musique se transmet aux enfants.

### Répartition des répondants selon le nombre... (part en % des répondants)

#### ... de personnes au sein du foyer



#### ... d'enfants au sein du foyer



#### ... de personnes pratiquant la musique

(% des répondants musiciens ayant au moins un enfant = 54%)

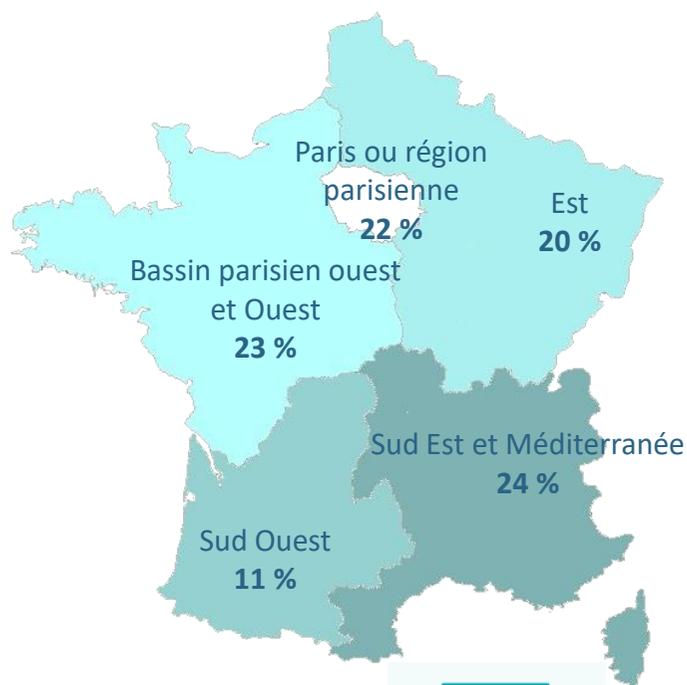


## Partie I - Typologie des répondants – Selon la zone géographique

- L'analyse des répondants selon leur lieu de résidence révèle une répartition plutôt équilibrée selon les territoires, avec cependant une sous-représentation du Sud-Ouest.
- Dans le détail, le top 10 départemental des principaux lieux de résidence démontre une forte présence des musiciens dans les zones où le revenu médian est supérieur à la moyenne nationale, à l'exception du Nord (59) et des Bouches-du-Rhône (13). Ces deux territoires sont les plus représentés parmi la population des non-musiciens.
- Enfin, 61% des musiciens vivent en maison individuelle, une part supérieure à la moyenne nationale (61% vs 57%).

### Répartition des répondants selon leur lieu de résidence

(part en % des répondants)



61%



39%

Département	Revenu médian	Vs moy. France
75 - Paris	28 570 €	29,6%
59 - Nord	20 290 €	-7,9%
69 - Rhône	23 190 €	5,2%
44 - Loire-Atlantique	22 910 €	3,9%
91 - Essonne	24 010 €	8,9%
33 - Gironde	22 640 €	2,7%
13 - Bouches-du-Rhône	21 650 €	-1,8%
77 - Seine-et-Marne	23 590 €	7,0%
31 - Haute-Garonne	23 380 €	6,1%
92 - Hauts-de-Seine	28 310 €	28,4%



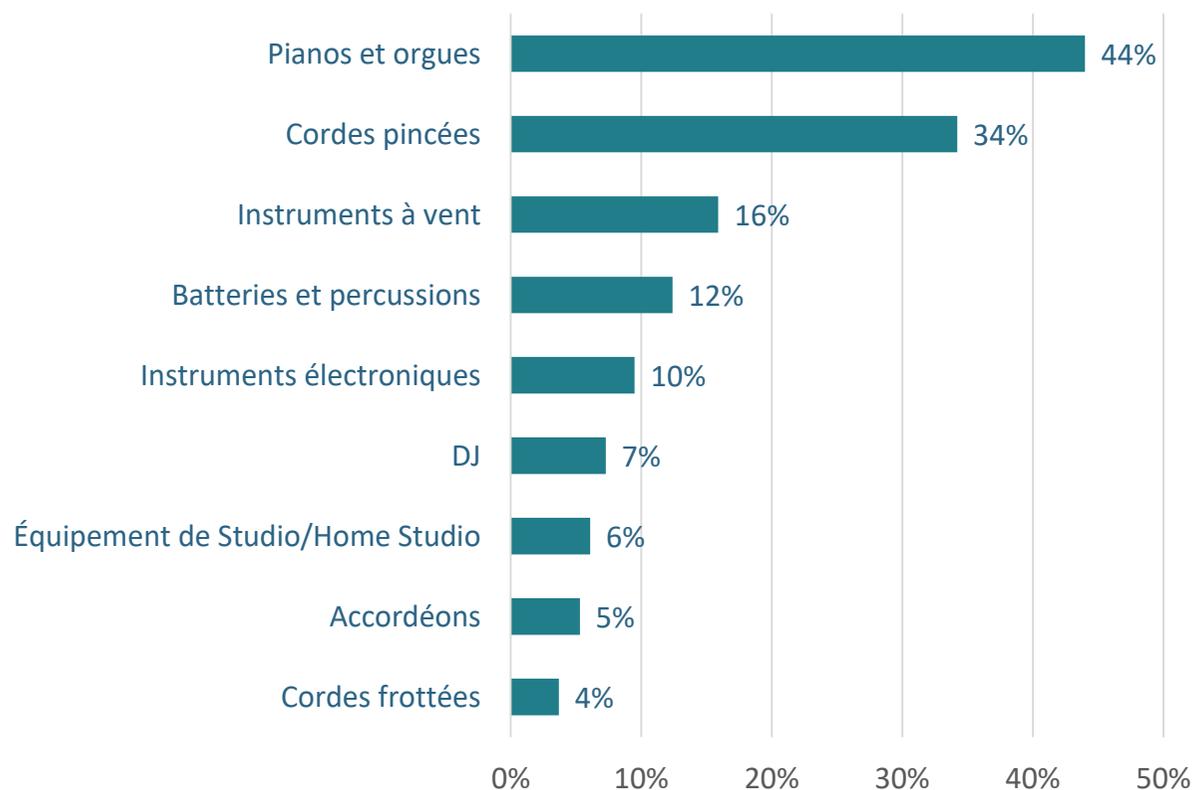
Le Nord et les Bouches-du-Rhône sont aussi les 2 premiers départements d'implantation des non-musiciens

## Partie I - Typologie des répondants – Selon l'instrument

- L'enquête souligne l'importance de la population de multi-instrumentistes, avec un combo piano/guitare nettement dominant, loin devant un autre couple d'instruments privilégié piano/instrument à vent
- En moyenne, les musiciens interrogés pratiquent 1,7 instrument.
- Plus de 70% des répondants pratiquent au moins du piano et/ou de la guitare.
- Les cordes frottées (instruments de quatuor et contrebasse) sont les moins représentées (4%).

### Répartition des répondants selon les instruments pratiqués

(part en % des répondants ; plusieurs réponses possibles)



### TOP 10 des instruments les plus pratiqués

(part en % des répondants; plusieurs réponses possibles)

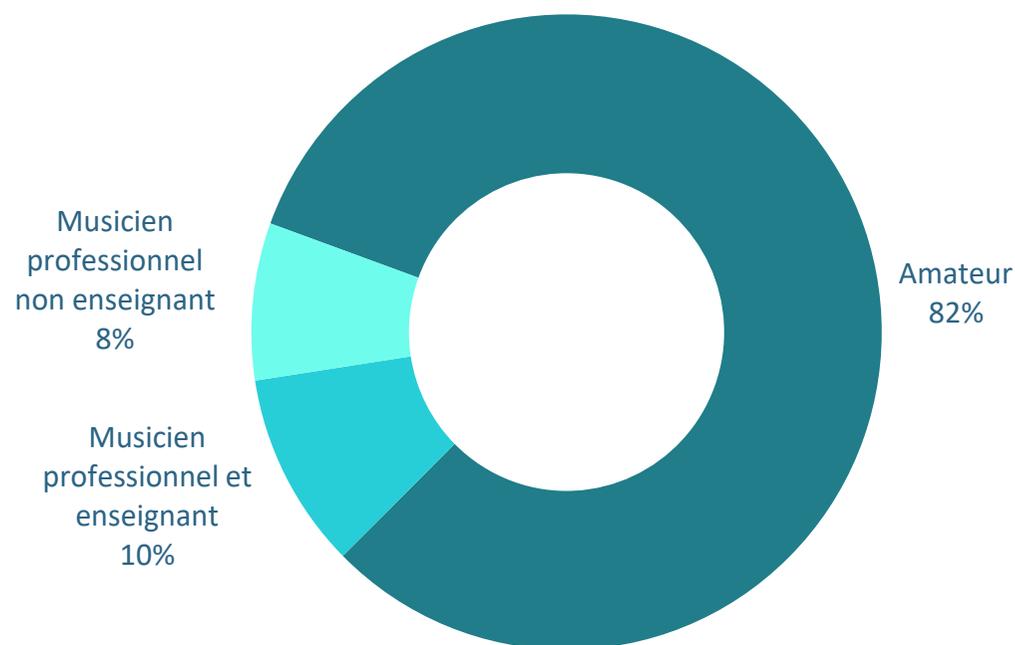
1	Piano (41%)
2	Guitare (31%)
3	Bois (10%)
4	Batterie (10%)
5	Instrument électronique (8%)
6	Groobox / sampler (6%)
7	Contrôleur DJ (6%)
8	Platine (6%)
9	Console de mixage (6%)
10	Accordéon (5%)

## Partie I - Typologie des répondants – Selon la nature de la pratique musicale

- La musique s'exerce très largement en amateur, notamment dans les cordes frottées et le piano.
- La pratique professionnelle concerne, d'après l'enquête, 20% du total des musiciens, dont plus de la moitié se déclarent enseignants. Il convient cependant de noter une surreprésentation de ces effectifs ainsi que l'effectif dit « enseignant » par rapport aux données officielles de la filière musicale. Il semble vraisemblable que certains amateurs dispensent des cours particuliers auprès du grand public sans pour autant être considérés comme professionnels dans les données officielles. Les sites d'annonces en ligne facilitent, en effet, ce type d'activité.
- Dans le détail, c'est parmi les DJ que la pratique professionnelle est la plus élevée (32%). Les débouchés y sont plus importants en dehors du monde enseignant : production de musique mais aussi prestations scéniques dans des mariages, bars et boîtes de nuit, festivals, etc.

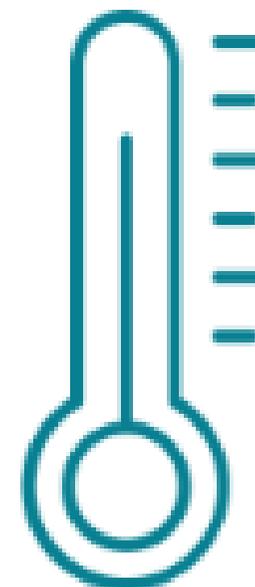
### Répartition des répondants selon leur pratique musicale

(part en % des répondants)



### Quid des musiciens professionnels ?

(part en % des répondants)



**DJ (32%) / Accordéon (31%) / Instrument élec. (31%)**  
(> 30% de pratique professionnelle)

**Cordes frottées (29%)**  
**Instruments à vent (23%)**  
**Batterie (21%)**  
**Piano (16%)**

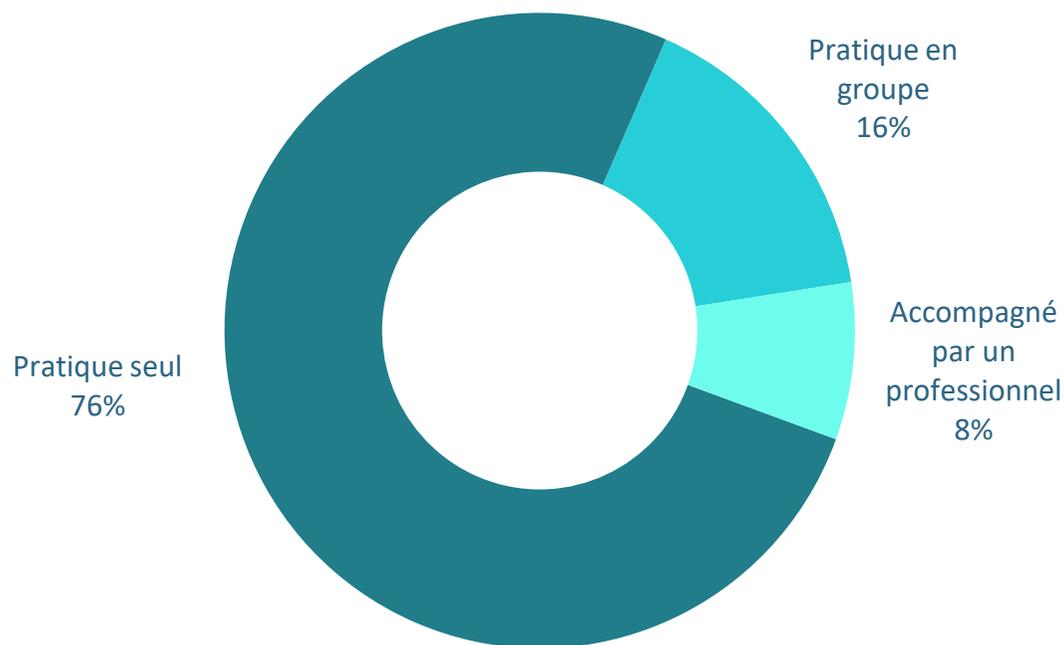
**Cordes pincées (10%)**

## Partie I - Typologie des répondants – Selon la nature de la pratique amateur

- Au sein des musiciens amateurs, la pratique en solo prédomine largement (76% des répondants).
- Rares sont les répondants à être accompagnés par un professionnel.
- Les écoles de musique, associations et cours particuliers sont les plus représentés.
- Les conservatoires restent en retrait, en raison notamment d'un déséquilibre entre l'offre et la demande dans de nombreux territoires.

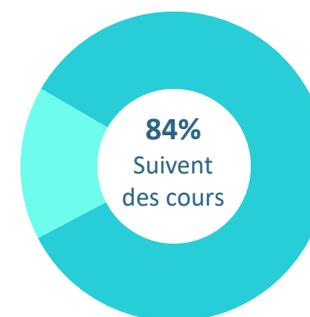
### Répartition des répondants selon la nature de la pratique amateur

(part en % des répondants)

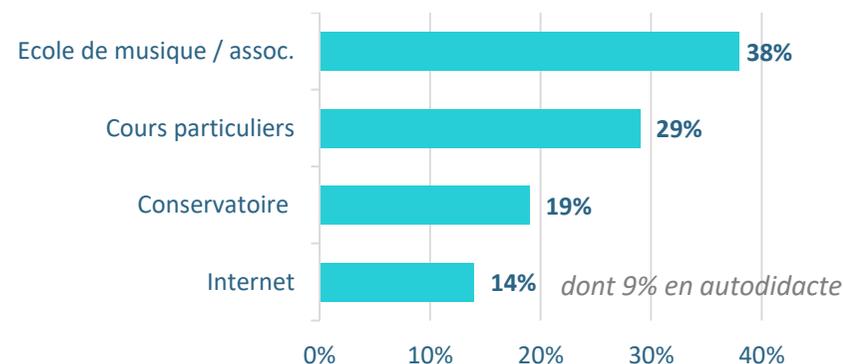


### Focus sur les musiciens « accompagnés »

(part en % des répondants accompagnés par un professionnel)



(part en % des répondants suivant des cours)

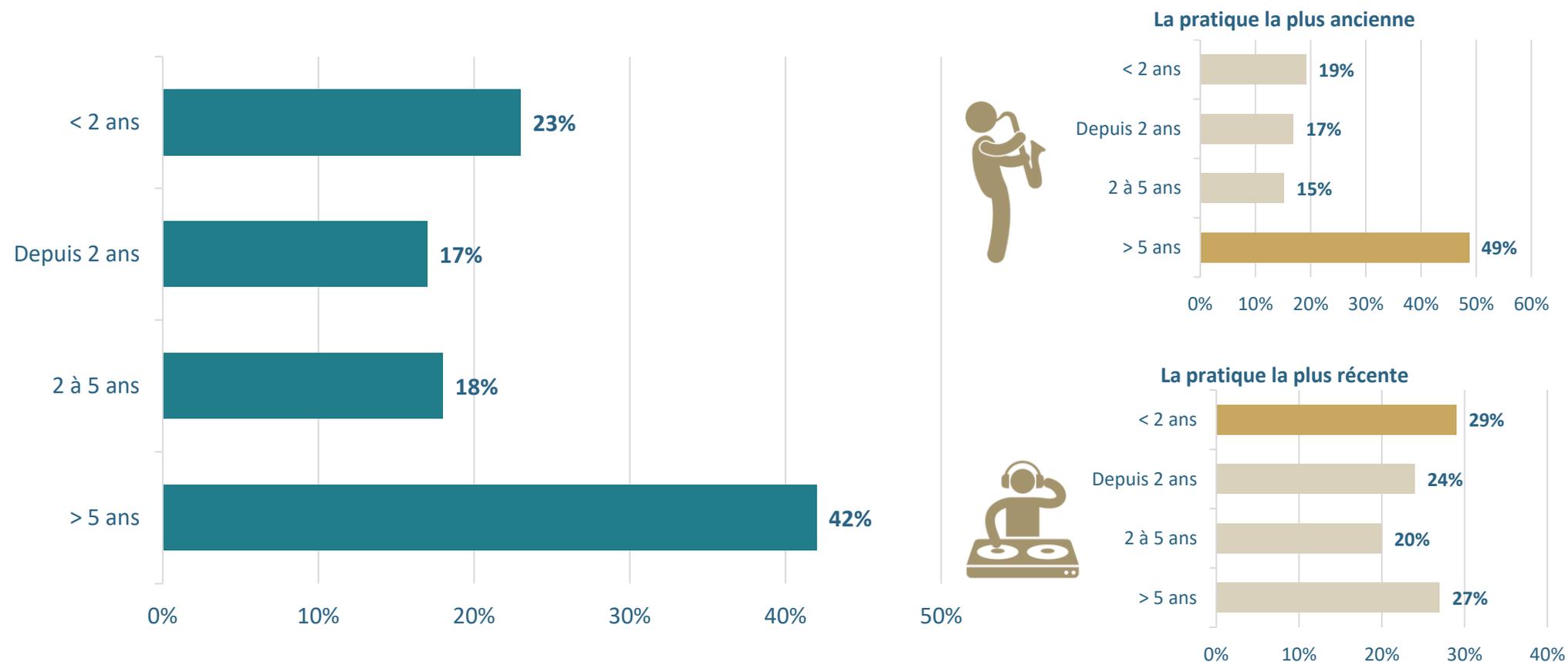


## Partie I - Typologie des répondants – Selon l'ancienneté de la pratique musicale

- 42% des musiciens interrogés pratiquent leur art depuis plus de 5 ans.
- Ce résultat masque toutefois une grande hétérogénéité des situations selon les catégories d'instruments.
- Ainsi, les DJ exercent pour près de 30% depuis moins de deux ans tandis que la moitié des instrumentistes à vent travaillent leur instrument depuis plus de 5 ans.

### Répartition des répondants selon leur pratique musicale

(part en % des répondants)



## Partie I - Typologie des répondants – Selon le profil type des adultes musiciens par familles d'instruments (1/2) (\*)



Pianos et orgues

Une femme...  
... de 42 ans  
... CSP +

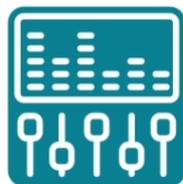
Elle pratique le piano, en amateur depuis plus de 5 ans



Accordéons

Un homme...  
... de 39 ans...  
... CSP -

Il pratique l'accordéon en amateur depuis plus de 5 ans



Instruments électroniques

Un homme...  
... de 39 ans...  
... CSP +

Il pratique un instrument électronique en amateur depuis 2 ans



Instruments à vent (\*\*)

Un homme...  
... de 43 ans...  
... CSP +

Il pratique un instrument à vent « bois », en amateur depuis 2 ans

(\*) caractéristiques dominantes sur chaque item pour la cible identifiée  
(\*\*) la famille des instruments à vent comprend les bois et les cuivres. Les bois sont les instruments les plus joués de cette catégorie

## Partie I - Typologie des répondants – Selon le profil type des adultes musiciens par familles d'instruments (2/2) (\*)



Cordes pincées

Un homme...  
... de 45 ans...  
... CSP +

Il joue de la guitare  
en amateur depuis  
moins de 2 ans



Batteries et percussions

Un homme...  
... de 39 ans...  
... CSP -

Il joue de la batterie en  
amateur depuis plus de 5 ans



DJ

Un homme...  
... de 35 ans...  
... CSP -

Il est DJ amateur  
depuis moins de 2 ans



Cordes frottées (\*\*)

Une femme...  
... de 40 ans...  
... CSP -

Elle joue du violon en  
amateur depuis plus de 5 ans

(\*) caractéristiques dominantes sur chaque item pour la cible identifiée

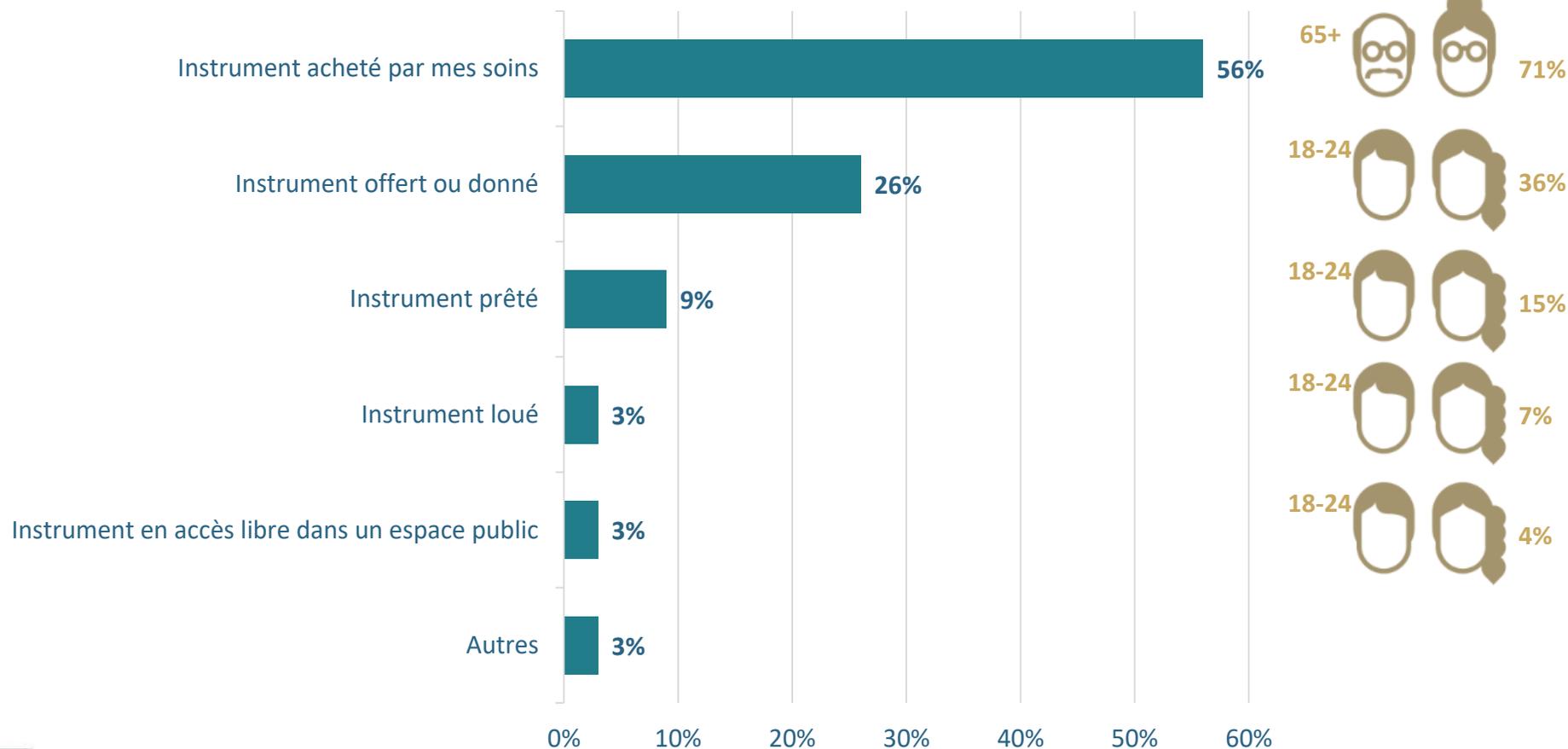
(\*\*) la famille des cordes frottées regroupe de nombreux instruments parmi lesquels l'alto, le violoncelle, la contrebasse et surtout le violon, qui est l'instrument le plus pratiqué en France dans cette catégorie

## Partie I - Typologie des répondants – Selon l'origine du dernier instrument joué

- Lors de leur dernier exercice pratique, 82% des personnes interrogées ont joué de leur propre instrument, que celui-ci ait été acheté par leurs soins (56%) ou leur ait été offert (26%).
- On note une part importante de seniors ayant joué d'un instrument qu'ils se sont offerts (71% vs 56% en moyenne).

### Répartition des répondants selon l'origine du dernier instrument joué

(part en % des répondants)





# Partie II

## Le marché des instruments de musique

## Partie II - Caractéristiques du marché – Chiffres clés du marché des instruments en 2021 (1/2)

### Les chiffres clés

du marché des instruments de musique  
(hors accessoires)

- Les données figurant ci-après concernent uniquement les instruments de musique, ce qui peut expliquer les écarts observés avec certaines statistiques publiées par ailleurs.
- Il convient également de rappeler qu'il n'existe aucune donnée officielle sur ce marché.
- Les données recomposées par Xerfi Spécific à partir de l'enquête consommateurs s'inscrivent toutefois en cohérence avec le marché intérieur apparent.



**Environ 1 680 000**

C'est le nombre  
d'instruments achetés  
ou loués en 2021

*dont environ 1 008 000 achetés neufs*

*dont environ 554 400 achetés d'occas.*

*dont environ 118 000 loués*



**534 M€**

C'est la valeur TTC  
du marché des instruments  
de musique neufs en 2021



**529,36€**

C'est la valeur TTC du panier  
moyen neuf en 2021

*NB : Cette moyenne masque de fortes disparités  
selon les segments. Il convient de consulter  
les informations par familles d'instruments  
détaillées dans les annexes (page 65 et suivantes)*

## Partie II - Caractéristiques du marché – *Chiffres clés du marché des instruments en 2021 (2/2)*

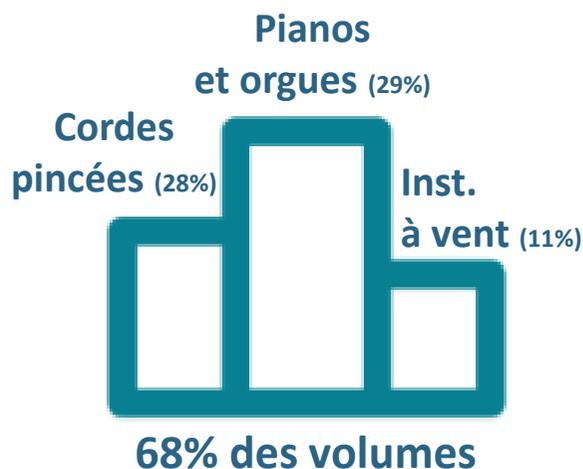
### Les chiffres clés

du marché des instruments de musique  
(hors accessoires)

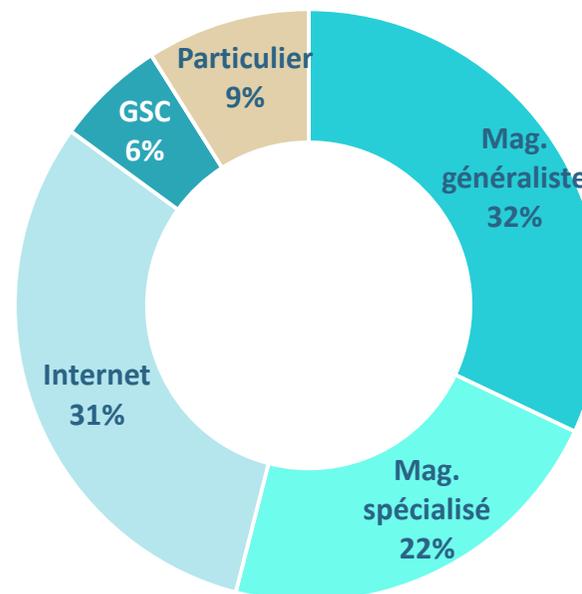
- Deux catégories d'instruments représentent 57% des ventes en volume, les pianos (et orgues) et les cordes pincées, essentiellement les guitares.
- Si les magasins physiques, généralistes ou spécialisés, assurent plus de la moitié des ventes, les sites marchands confirment leur avancée (31% des volumes).

### Caractéristiques du marché des instruments de musique

(achats neufs et occasion)



- Instruments électroniques (9%)
- Batteries et percussions (8%)
- DJ (5%)
- Accordéons (4%)
- Studio / home studio (4%)
- Cordes frottées (2%)



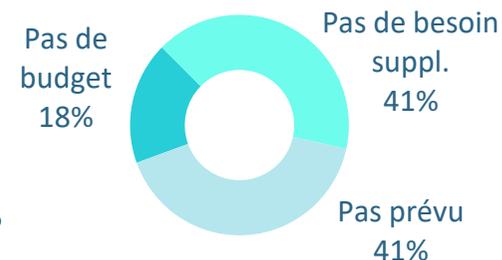
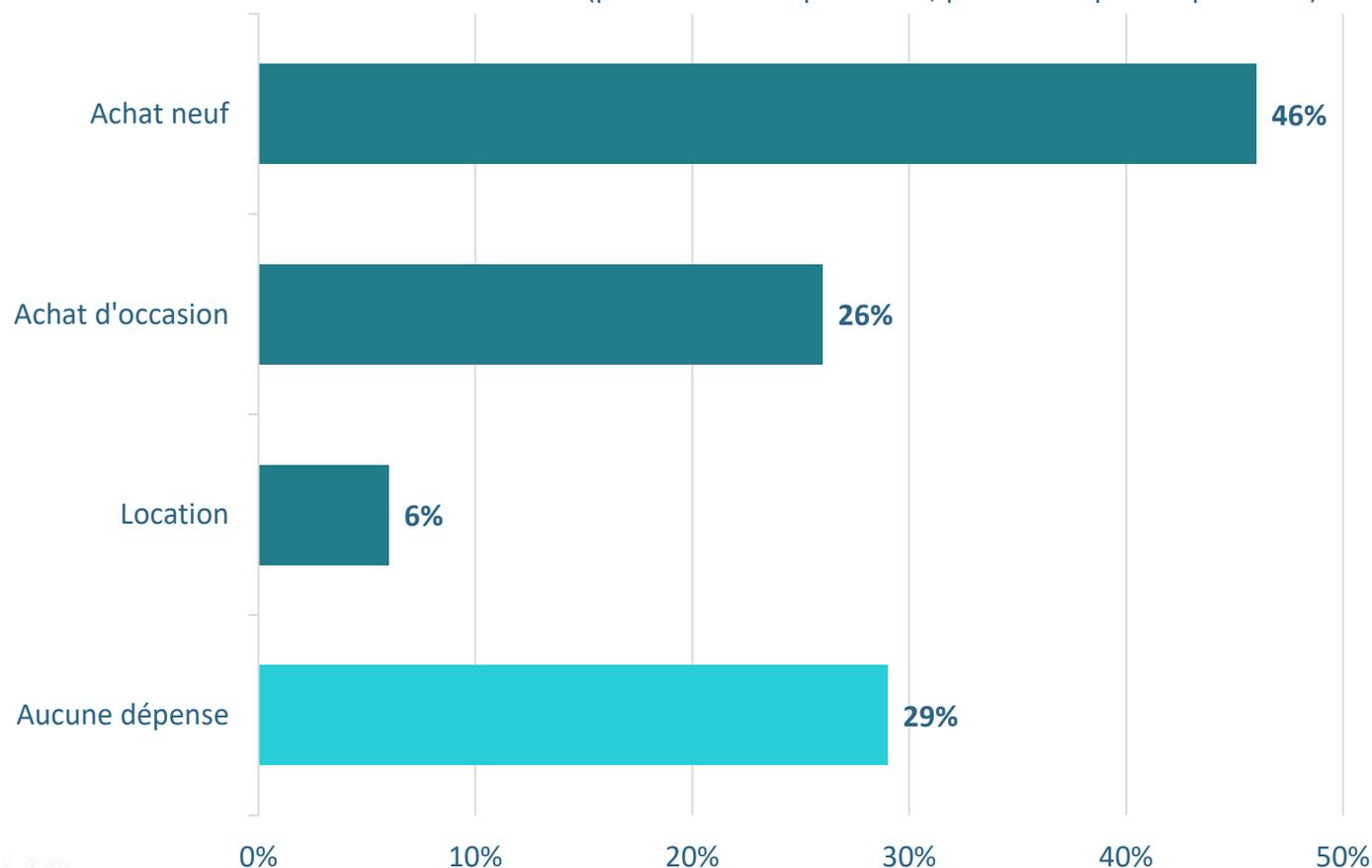
GSC : Grandes surfaces culturelles

## Partie II - Caractéristiques du marché - Selon le comportement de consommation

- 29% des musiciens n'ont réalisé aucune dépense pour leur art au cours des 5 dernières années.
- En revanche, 71% ont réalisé au moins un achat ou une location d'instrument de musique.
- En moyenne, cette population a réalisé 1,1 dépense au cours des 5 dernières années, qu'il s'agisse d'un achat neuf, d'occasion ou d'une location.
- Les 25-34 ans sont proportionnellement de plus gros acheteurs que la moyenne de l'échantillon (en termes de volume).

### Répartition des répondants selon le comportement de consommation au cours des 5 dernières années

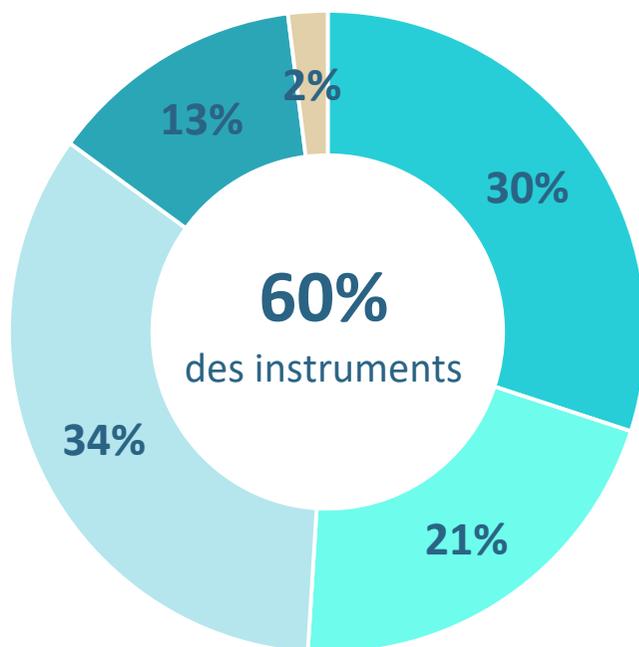
(part en % des répondants ; plusieurs réponses possibles)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon l'option choisie : achat vs location

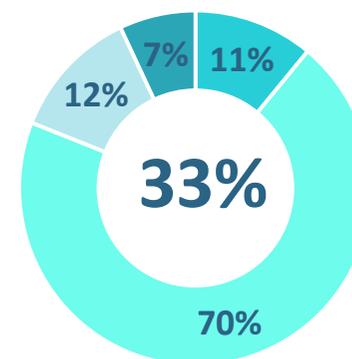
- 60% des nouveaux instruments ont été achetés neufs.
- Ce choix du neuf répond principalement au besoin d'acquérir un modèle particulier.
- Assez logiquement, la problématique budgétaire est prégnante pour les achats d'occasion et, plus encore, pour la location.

Raisons pour lesquelles un achat neuf a été effectué

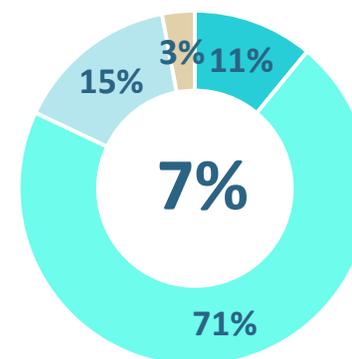


- Questions de disponibilité immédiate
- Questions du coût
- Acquisition d'un modèle particulier (achat) ou souplesse d'utilisation (location)
- Pour monter en gamme / renouveler un instrument
- Autre

Raisons pour lesquelles un achat d'occasion a été effectué



Raisons pour lesquelles une location a été effectuée

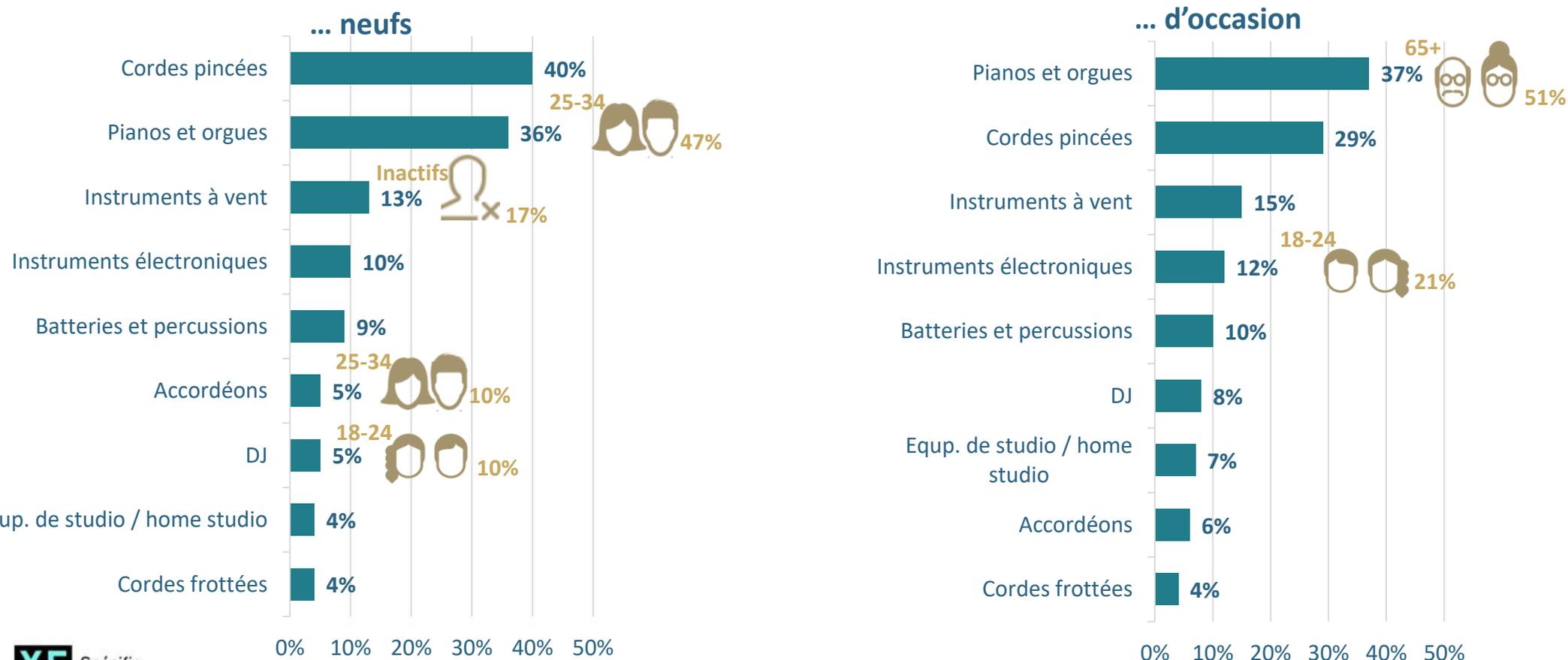


## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon les catégories d'instruments achetés (1/3)

- Les achats d'instruments de musique concernent prioritairement les segments des cordes pincées et des pianos et orgues. Ces dépenses s'inscrivent dans les pratiques musicales dominantes des Français.
- Notons une inversion des rangs dans les classements neuf et occasion. Les pianos, plus chers, sont davantage achetés d'occasion. Mais la dimension budgétaire n'est pas la seule justification à un tel achat, notamment pour les seniors, parfois à la recherche d'un modèle particulier.

### Répartition des répondants selon les catégories d'instruments achetés...

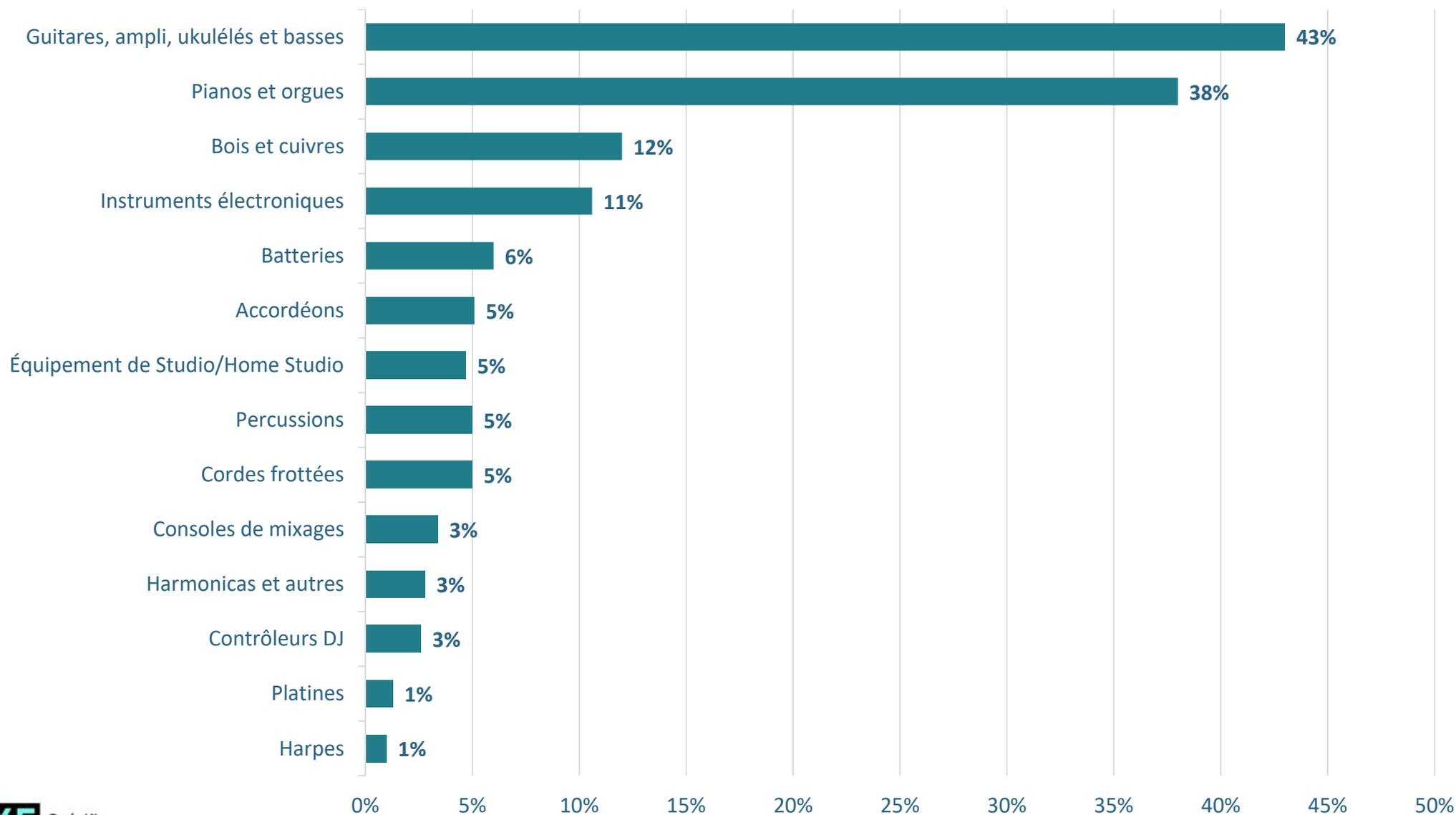
(part en % des répondants ; plusieurs réponses possibles)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon les catégories d'instruments achetés (2/3)

### Répartition des répondants selon les catégories détaillées d'instruments achetés

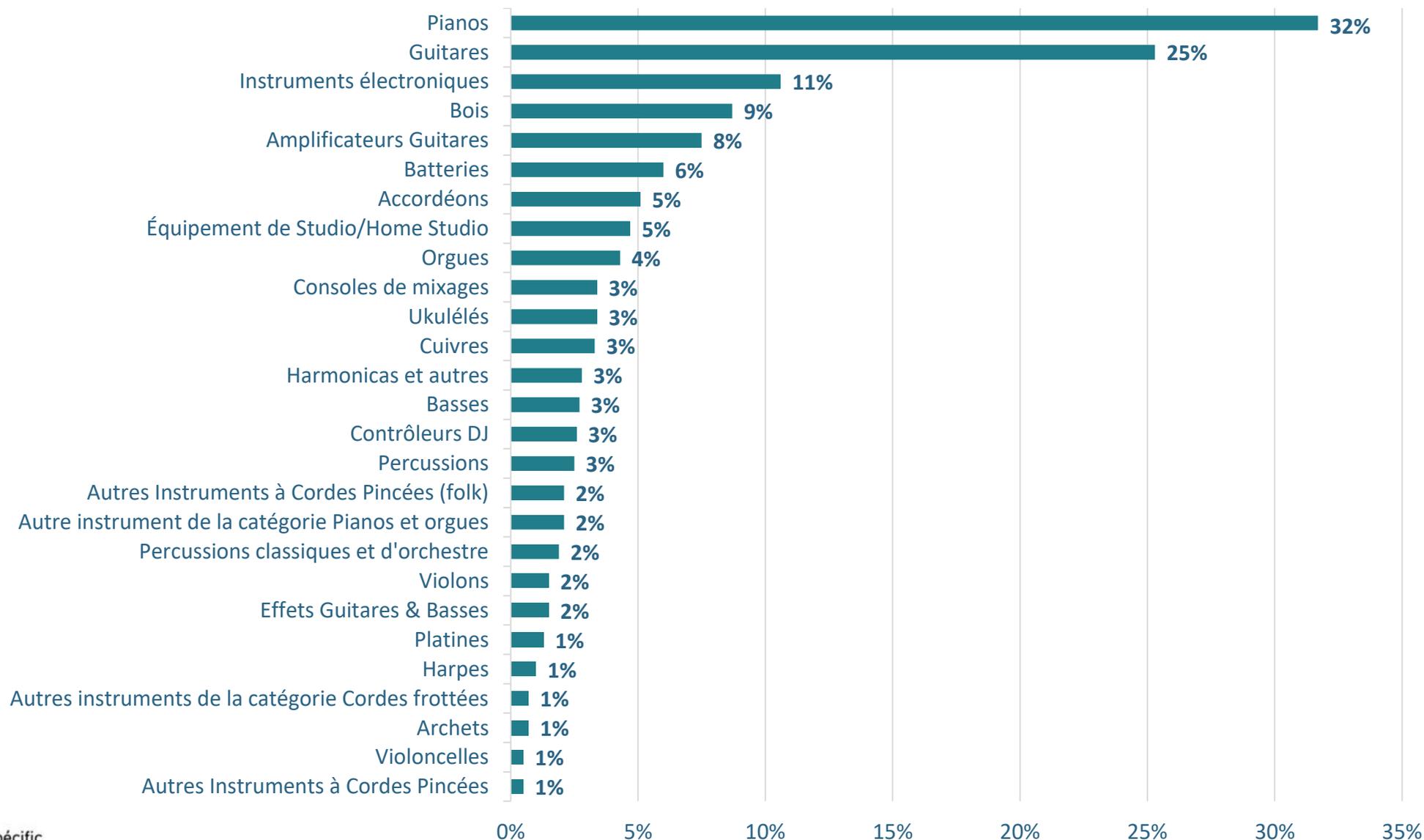
(part en % des répondants ; achat neuf ou occasion ; plusieurs réponses possibles)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon les catégories d'instruments achetés (3/3)

### Répartition des répondants selon les catégories détaillées d'instruments achetés (version détaillée)

(part en % des répondants ; achat neuf ou occasion ; plusieurs réponses possibles)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Focus sur 3 catégories d'instruments selon leur prix

### Répartition des répondants selon le prix des instruments achetés

(part en % des répondants ayant acheté un instrument au cours des 5 dernières années)



Piano droit		Piano numérique		Piano à queue		Piano de scène	
< 5 000€	73%	< 700€	62%	< 15 000€	60%	< 800€	25%
Entre 5 001€ et 10 500€	24%	Entre 701€ et 1 500€	29%	Entre 15 001€ et 45 000€	35%	Entre 801€ et 2 800€	65%
Entre 10 501€ et 25 000€	3%	Entre 1 501€ et 5 000€	8%	> 45 000€	5%	Entre 2 801€ et 3 500€	5%
> 25 000€	< 1%	> 5 000€	1%			> 3 500€	5%



Guitare classique		Guitare électrique		Guitare acoustique		Basse	
< 200€	48%	< 200€	14%	< 200€	33%	< 250 €	7%
Entre 201€ et 800€	47%	Entre 201€ et 800€	55%	Entre 201€ et 800€	59%	Entre 250€ et 800€	80%
Entre 801€ et 3 000€	4%	Entre 801€ et 2 000€	25%	> 800€	8%	Entre 800€ à 2 000€	13%
> 3 000€	1%	> 2 000€	6%				



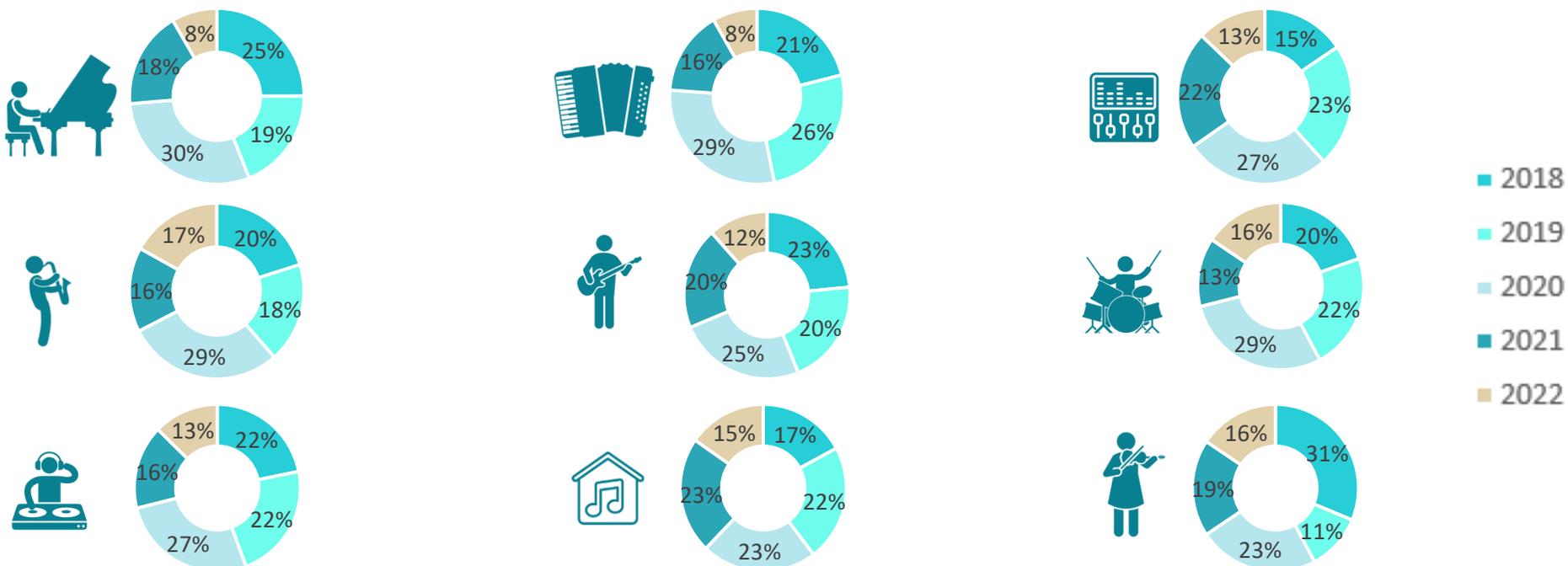
Batterie électronique		Boîte à rythme		Synthétiseur workstation		Accordéon élec. et électro.	
< 500€	37%	< 200€	21%	< 400€	29%	< 2 000€	13%
Entre 501€ et 2 000€	53%	Entre 201€ et 400€	53%	Entre 401€ et 1 500 €	57%	Entre 2 001€ et 4 000€	75%
> 2 000€	10%	Entre 401€ et 800€	16%	> 1 500€	14%	> 4 000€	12%
		> 800€	10%				

## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon la date d'achat

- La répartition des instruments selon leur date d'achat est variable.
- Elle s'explique par différents facteurs, notamment l'ancienneté et la durée dans le temps de la pratique.
- Par exemple, les DJ et les Home Studio semblent être des activités qui s'exercent sur de plus courtes durées. L'ambition de professionnaliser ces pratiques et d'en vivre étant plus forte que sur les autres activités musicales. Les raisons de les abandonner seraient donc aussi nombreuses.
- Mais l'achat d'un instrument trouve d'autres origines : la volonté de découvrir un autre instrument – on l'a vu plus haut le « multi-instrumentisme » étant courant – la nécessité de renouveler son équipement (la durée de vie d'un instrument est très variable selon son type), le lancement d'un enfant dans une pratique musicale, etc.

### Répartition des répondants selon la date des instruments achetés

(part en % des répondants ayant acheté un instrument au cours des 5 dernières années)

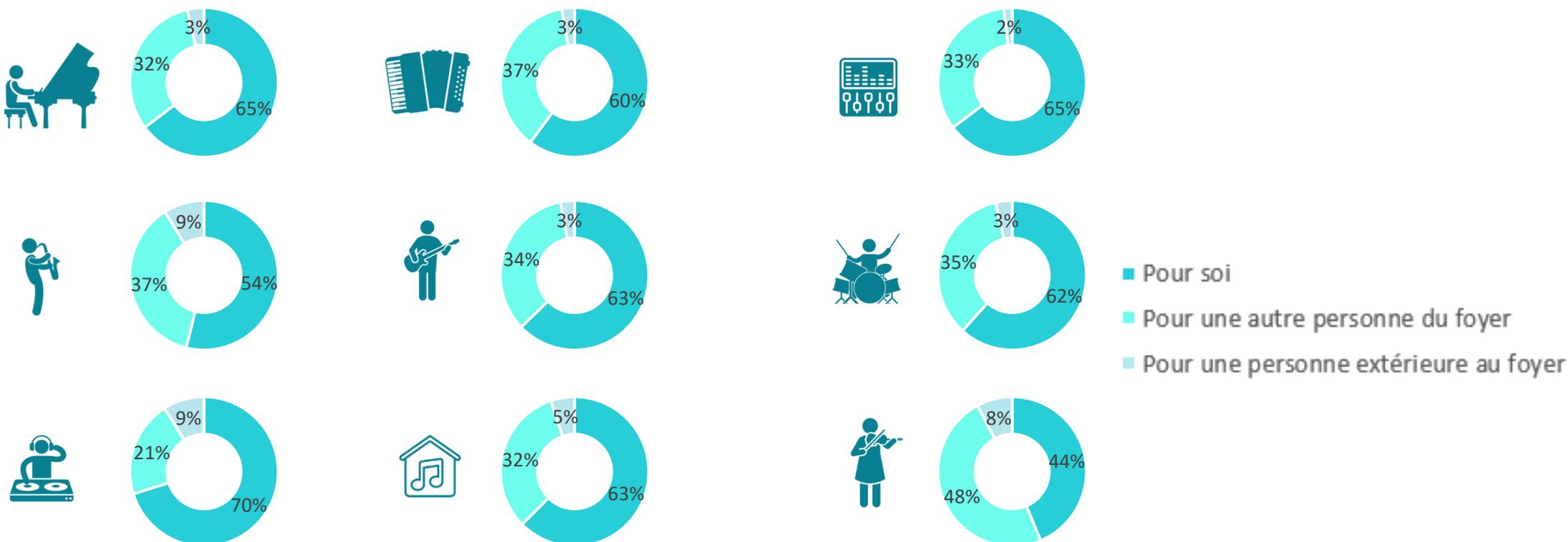


## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon le destinataire

- Point commun à quasi toutes les pratiques musicales : la prédominance de l'achat pour soi, qui représente entre 54% et 70% des répondants selon l'instrument considéré.
- Le segment des cordes frottées se distingue puisque 56% des répondants ont réalisé un achat pour autrui.

### Répartition des répondants selon le destinataire de l'instrument acheté

(part en % des répondants ayant acheté un instrument au cours des 5 dernières années)

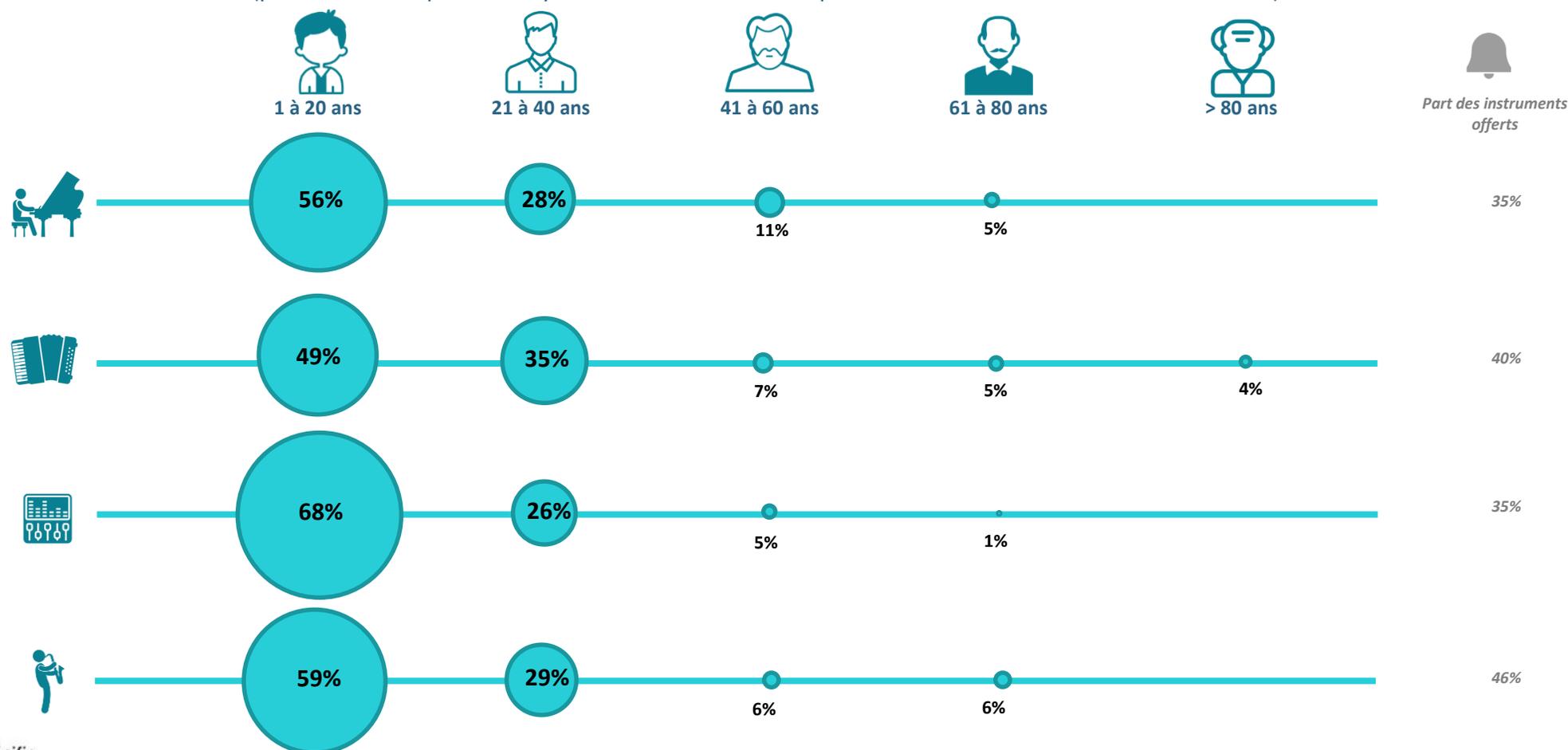


## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon l'âge du destinataire d'un instrument offert (1/2)

- Là encore, un comportement commun à quasiment tous les acheteurs d'instruments : le cadeau à un enfant.
- En effet, la majorité des dépenses réalisées pour autrui est destinée à un jeune de moins de 20 ans.
- Cette fois, l'exception concerne le Home Studio. 44% des achats pour autrui étaient destinés à un adulte de 21 à 40 ans. Ces achats concernent une forte proportion de jeunes adultes se lançant dans une activité musicale professionnelle.

### Âge des destinataires d'un instrument offert

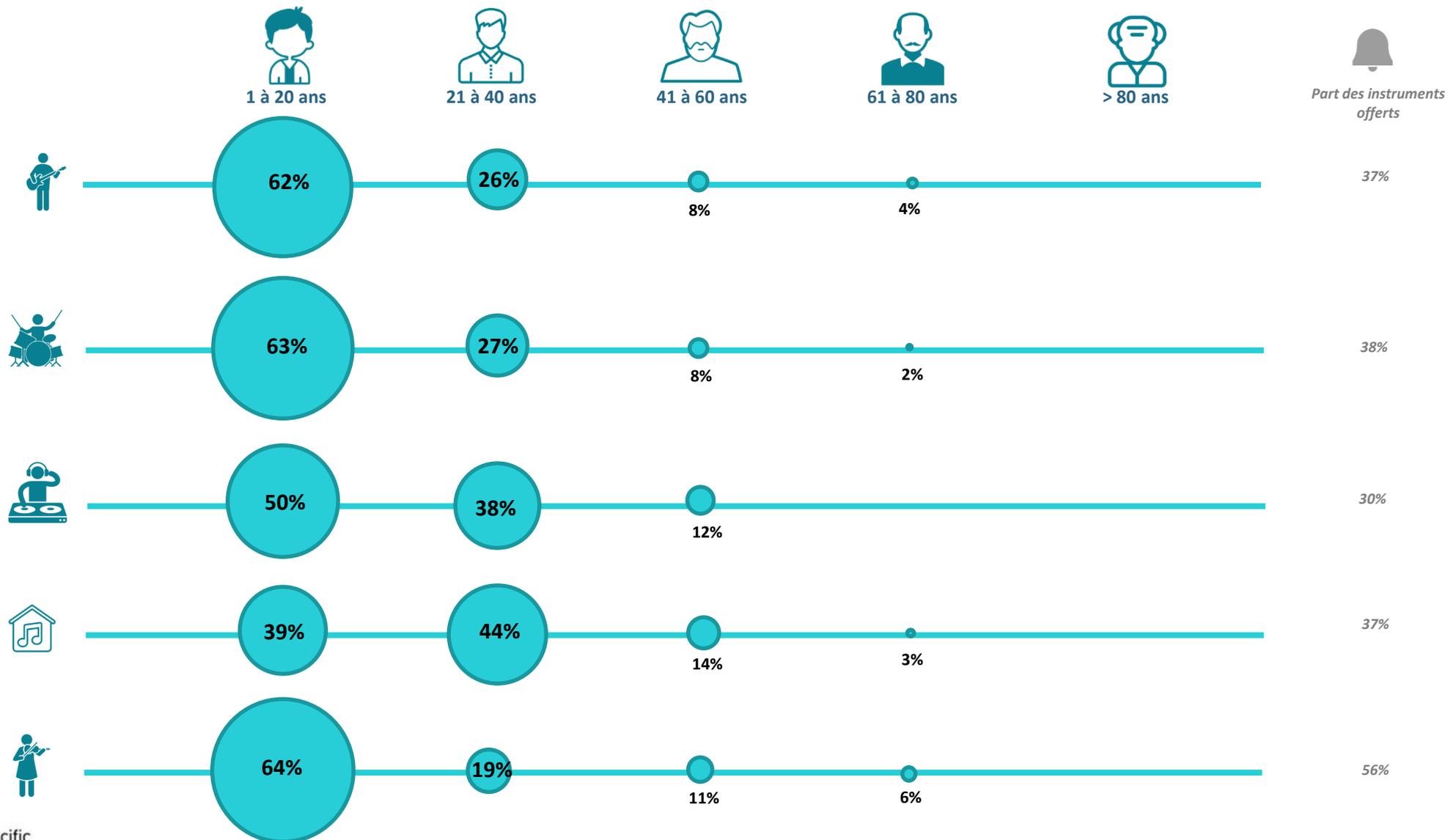
(part en % des répondants ayant acheté un instrument pour autrui au cours des 5 dernières années)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon l'âge du destinataire d'un instrument offert (2/2)

### Âge des destinataires d'un instrument offert

(part en % des répondants ayant acheté un instrument pour autrui au cours des 5 dernières années)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Focus sur le pass Culture

- 36% des répondants ayant acheté un instrument de musique pour un enfant ont déclaré avoir utilisé le pass Culture.
- Si cette proportion est relativement élevée, il convient de rappeler que les sommes attribuées sont croissantes avec l'âge de l'enfant et plutôt faibles pour les plus jeunes. Un complément budgétaire est vraisemblablement nécessaire.
- La musique représente le 2<sup>ème</sup> poste de dépense loin derrière les livres, avec 6% des réservations sur l'appli en 2021. Notons que ce poste englobe les activités musicales au sens large, incluant également les festivals, les concerts, l'achat de CD ou de vinyles, etc.

### Usage du pass Culture pour l'achat d'un instrument de musique

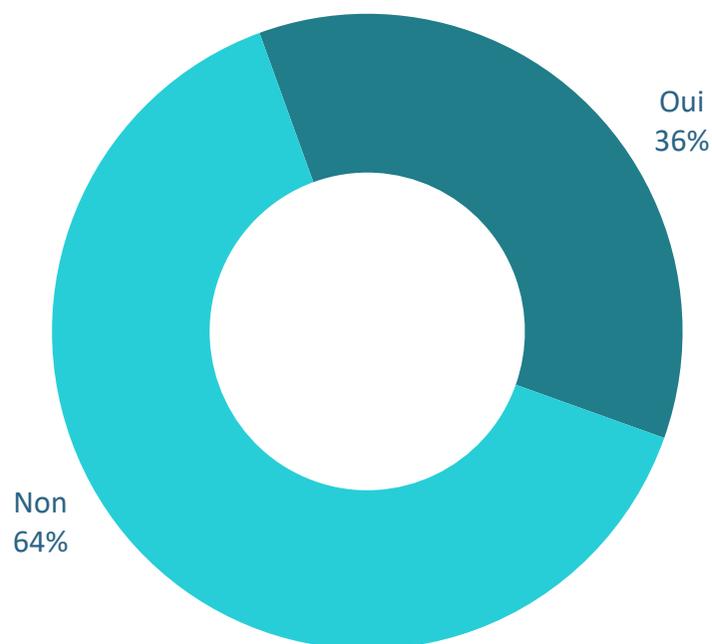
(part en % des répondants)



#### RAPPEL

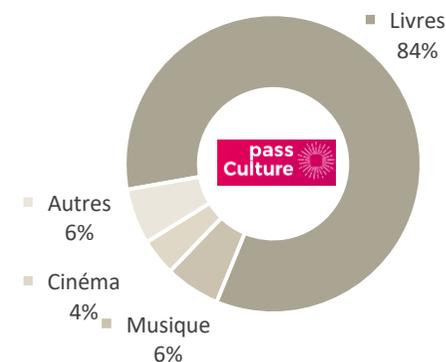
Le pass Culture est un dispositif visant à faciliter l'accès à la culture pour les jeunes de 15 et 18 ans.

Le montant du pass Culture varie selon l'âge de l'enfant et peut monter jusqu'à 300 euros pour les jeunes de 18 ans. Il est disponible sur une application mobile.



### Usage global du pass Culture

(part en % des réservations sur l'appli)

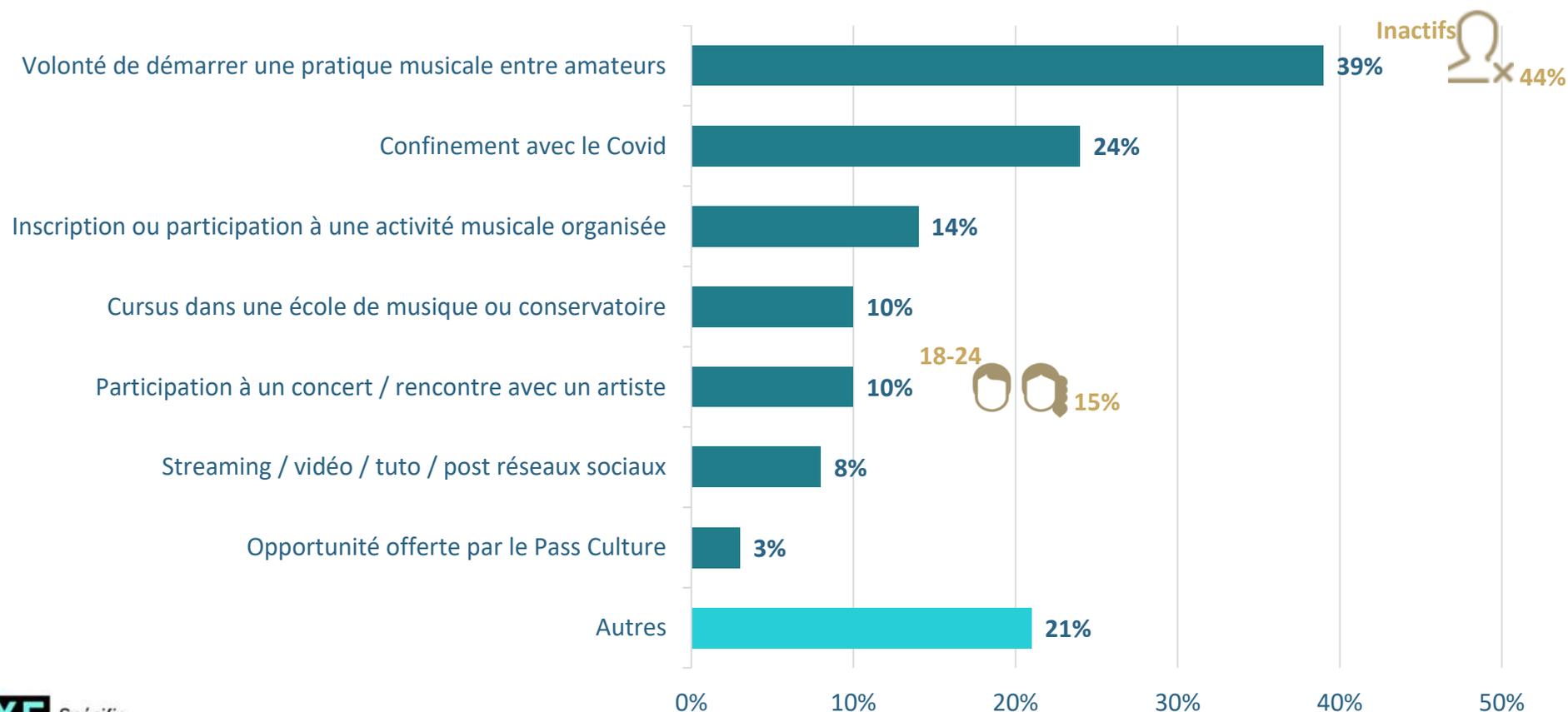


## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon les motivations à l’achat

- L’achat d’un instrument répond principalement à la volonté de démarrer une pratique musicale entre amateurs (39% des répondants).
- La crise sanitaire n’a pas été sans impact sur la décision d’achat de 24% des musiciens interrogés, avec un phénomène sans doute multiple. Si celles et ceux qui pratiquaient déjà ont pu acheter du matériel pour pratiquer chez eux, des non-pratiquants ou anciens pratiquants ont également pu profiter du temps libre qu'ils avaient pour démarrer ou reprendre une pratique musicale.

### Répartition des répondants selon leur motivation à l’achat

(part en % des répondants ayant acheté un instrument de musique ; plusieurs réponses possibles)

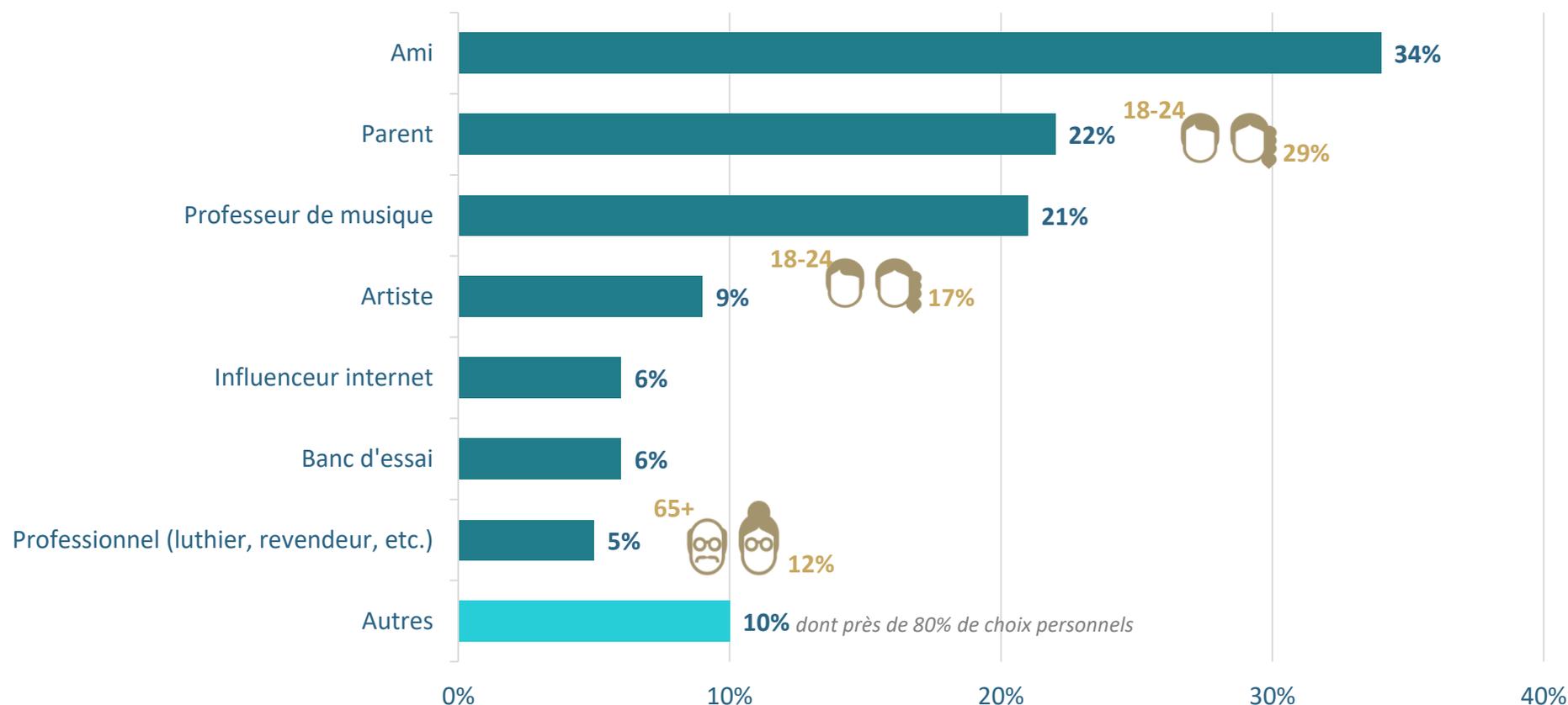


## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon le(s) prescripteur(s)

- L'achat d'un instrument de musique est une affaire complexe qui nécessite recherches et conseils avisés.
- Une majorité des acheteurs trouve chez un ami ou un parent une prescription sur l'instrument à acquérir.
- On note le faible pouvoir de prescription du professionnel (luthier, revendeur, etc.). Son rôle est toutefois un peu plus important auprès des seniors.

### Répartition des répondants selon le(s) prescripteur(s) de l'achat

(part en % des répondants ayant acheté un instrument de musique ; plusieurs réponses possibles)

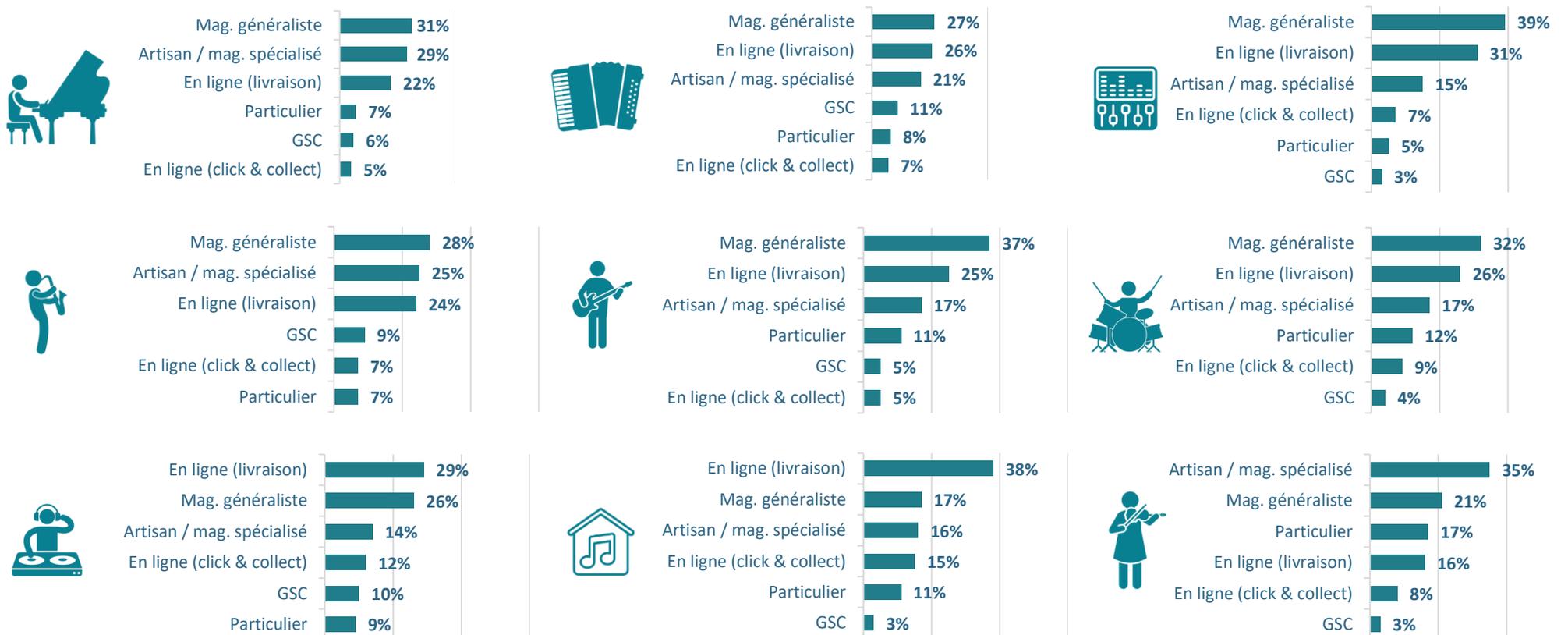


## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon le lieu d'achat

- Les revendeurs généralistes sont plébiscités par les musiciens. Ils se classent en tête des circuits de distribution pour 6 des 9 catégories d'instruments analysés.
- Le *click and collect* correspond à une vente faite auprès d'un magasin (via son site marchand), mais le vecteur reste tout de même Internet. Si on additionne ces achats avec les autres achats en ligne, nous pouvons observer qu'Internet est la première voie d'achat pour 5 familles d'instruments et la 2<sup>ème</sup> pour 3 familles. Il arrive en 3<sup>ème</sup> position pour le piano/clavier.

### Répartition des répondants selon le lieu d'achat

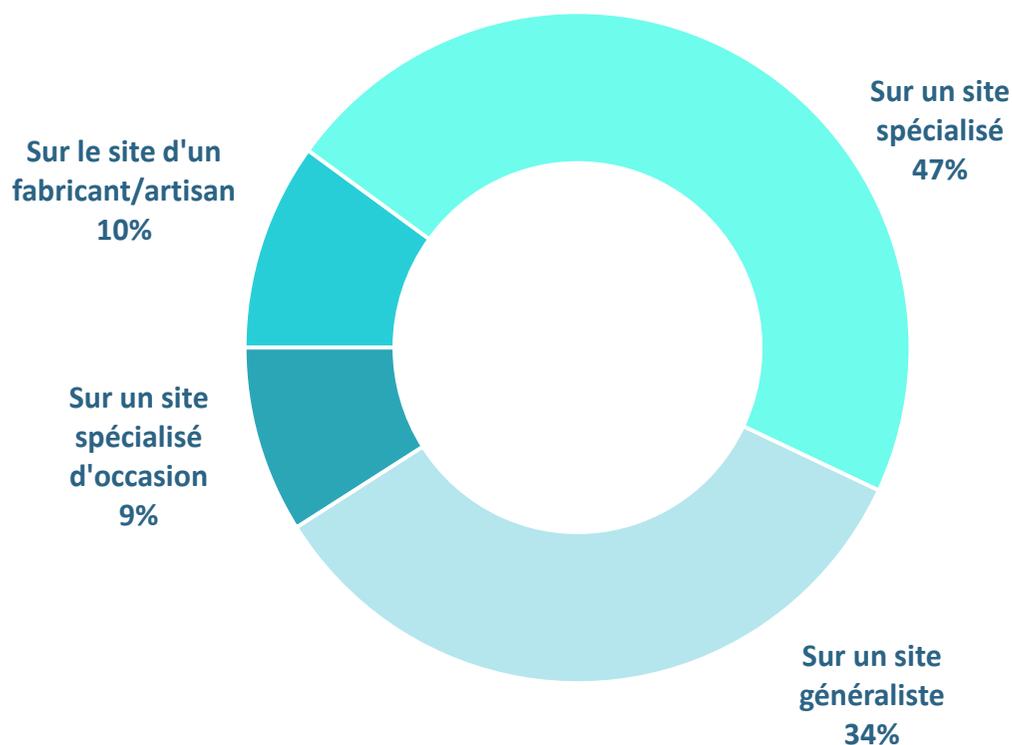
(part en % des répondants ayant acheté un instrument au cours des 5 dernières années)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Selon le lieu d’achat – Focus Internet

- Pour les musiciens ayant fait le choix d’un achat en ligne, la priorité est donnée aux sites spécialisés (47%), devant les sites généralistes (34%).
- A peine 10% des acheteurs s’orientent vers un achat d’occasion en ligne tandis qu’une proportion quasi équivalente commande directement sur le site d’un fabricant.

**Répartition des répondants selon la typologie du site marchand**  
(part en % des répondants ayant acheté un instrument en ligne au cours des 5 dernières années)

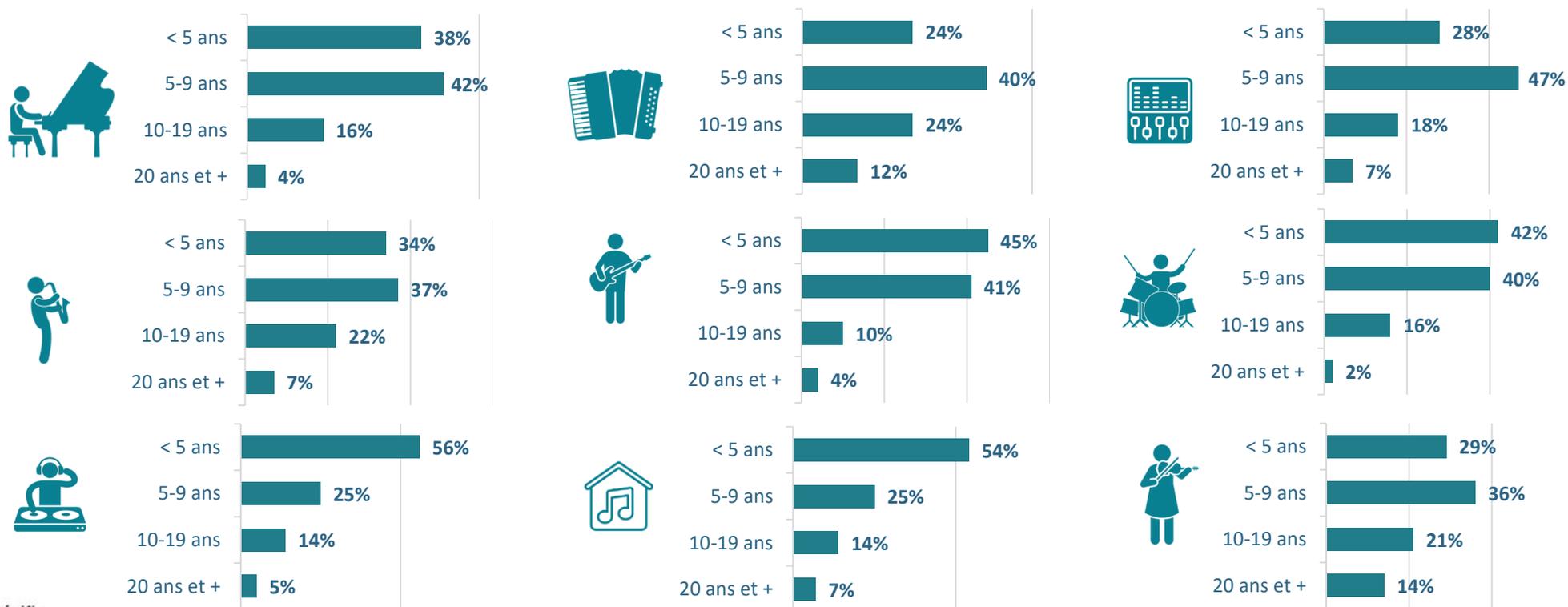


## Partie II - Caractéristiques du marché – Focus sur l’occasion, selon l’âge des instruments

- Les acheteurs d’instruments d’occasion s’orientent prioritairement vers des instruments de moins de 10 ans.
- Si la dimension budgétaire reste la principale motivation à l’achat d’occasion, la recherche d’un modèle particulier est également citée.
- Il convient de rappeler que certains instruments, notamment les cordes frottées, ont une durée de vie très longue et peuvent prendre de la valeur avec le temps.
- Cela explique notamment l’intérêt des musiciens à cordes frottées pour les instruments de plus de 10 ans (35% des achats d’occasion).

### Répartition des répondants selon l’âge de l’instrument acheté d’occasion

(part en % des répondants ayant acheté un instrument d’occasion au cours des 5 dernières années)

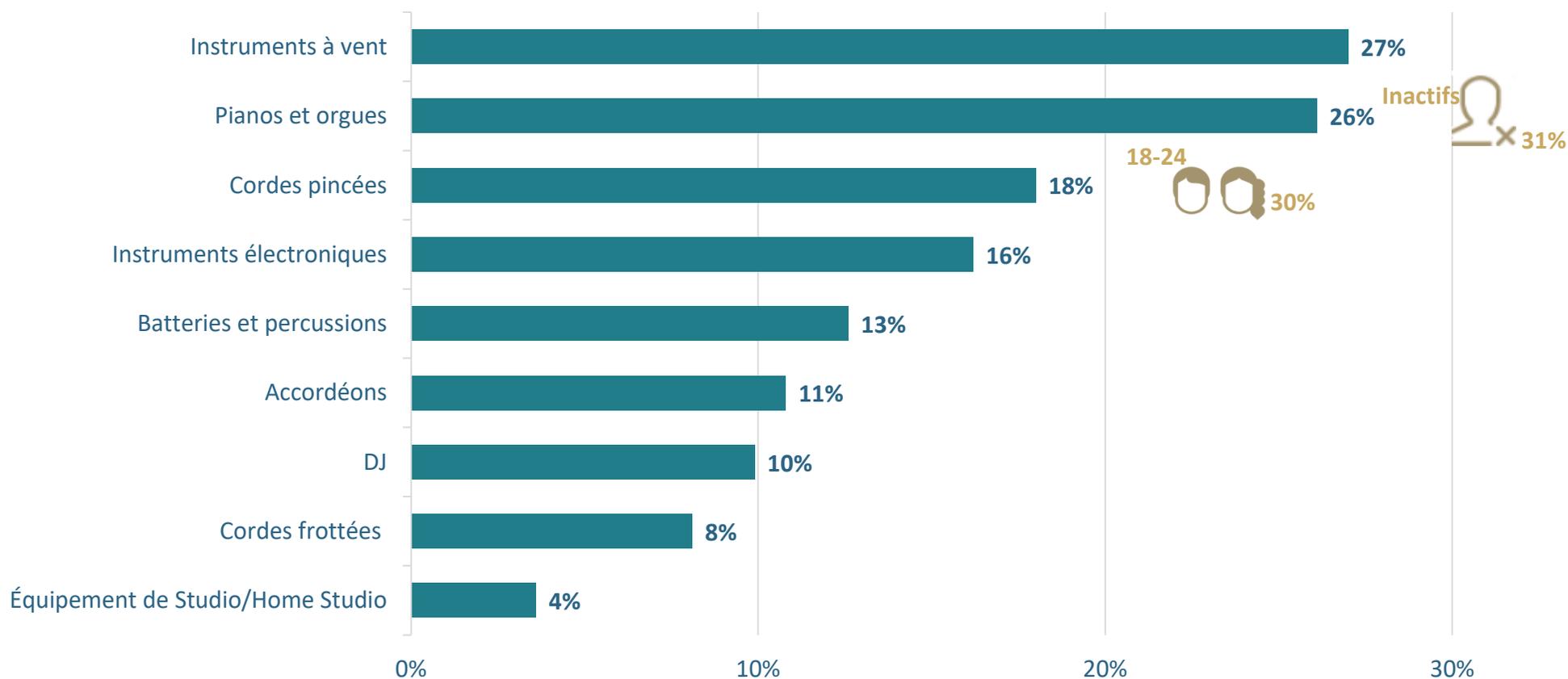


## Partie II - Caractéristiques du marché – Focus sur la location, selon les catégories d'instruments (1/2)

- La location d'instruments représente, rappelons-le, une faible part des dépenses des ménages en instruments de musique.
- Elle concerne principalement les instruments à vent (27% des répondants), suivi de près par les pianos et orgues (26%).

### Répartition des répondants selon les catégories d'instruments loués ...

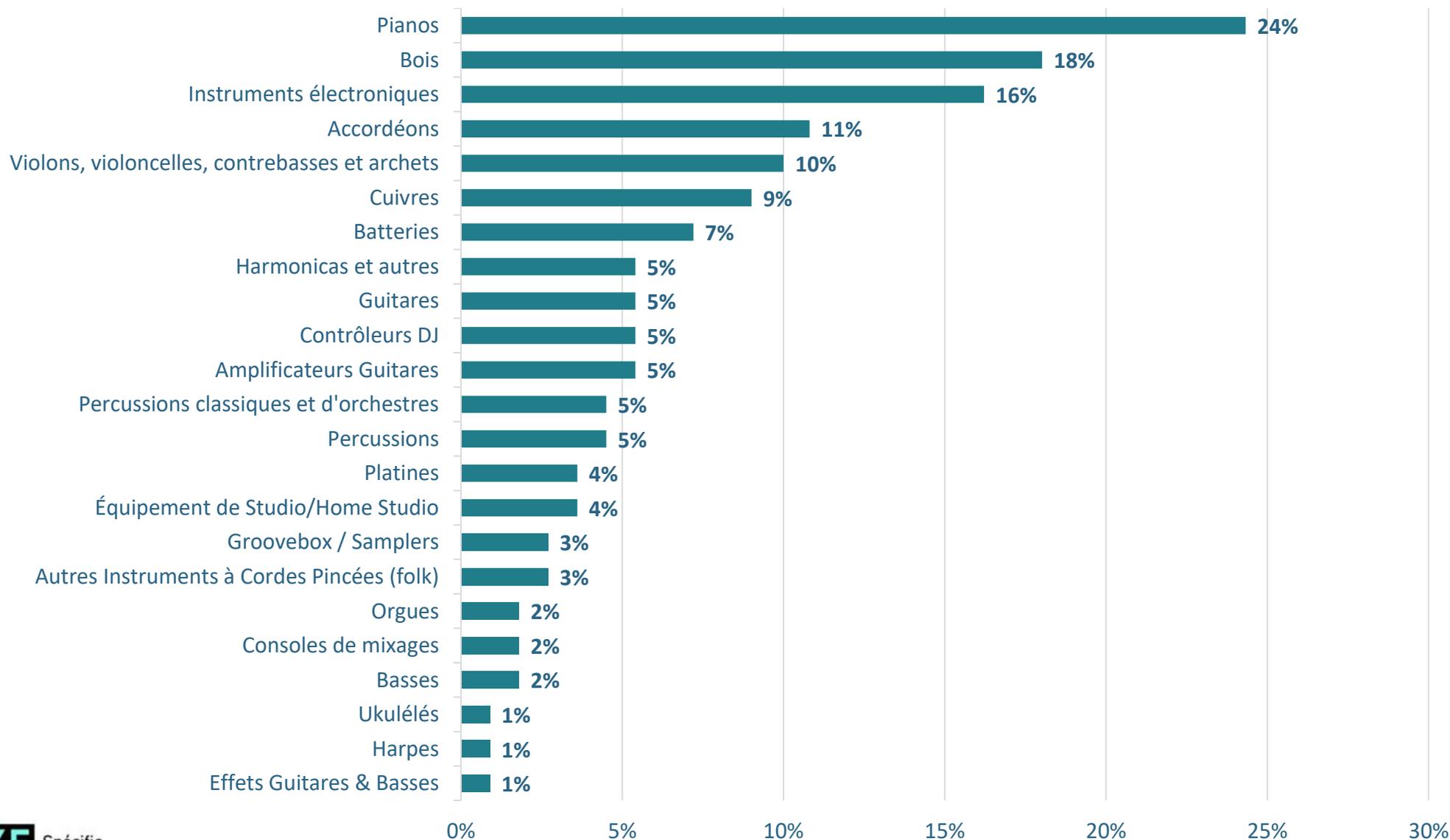
(part en % des répondants ; plusieurs réponses possibles)



## Partie II - Caractéristiques du marché – Focus sur la location, selon les catégories d'instruments (2/2)

### Répartition des répondants selon les catégories détaillées d'instruments loués

(part en % des répondants ayant loués au moins un instrument ; plusieurs réponses possibles)

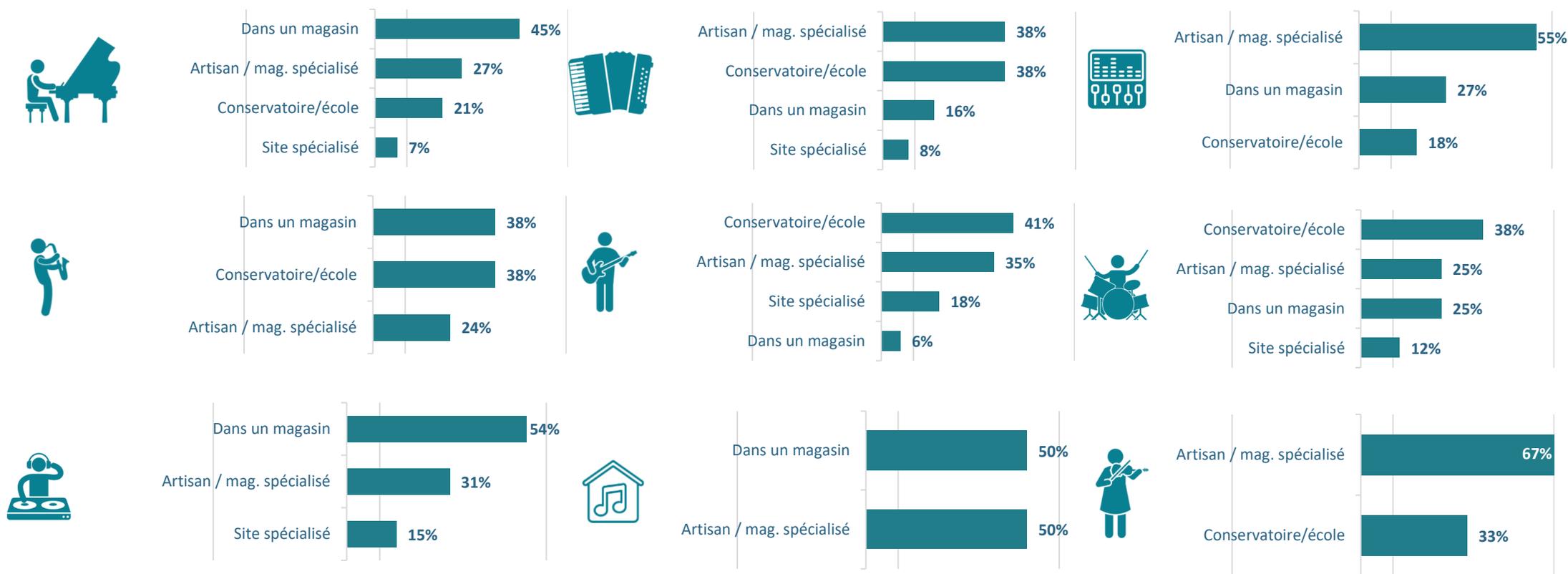


## Partie II - Caractéristiques du marché – Focus sur la location, selon le lieu de location

- Le choix du lieu de location est très hétérogène selon les instruments. Mais globalement, cette pratique est davantage plébiscitée dans les écoles et conservatoires.
- Elle concerne notamment les accordéons, les instruments à vent, les cordes pincées et les batteries et percussions.
- La location est une option intéressante pour les personnes s'initiant à un instrument, hésitant entre plusieurs pratiques ou craignant d'abandonner la musique à court terme.

### Répartition des répondants selon le lieu de location

(part en % des répondants ayant loué un instrument au cours des 5 dernières années)



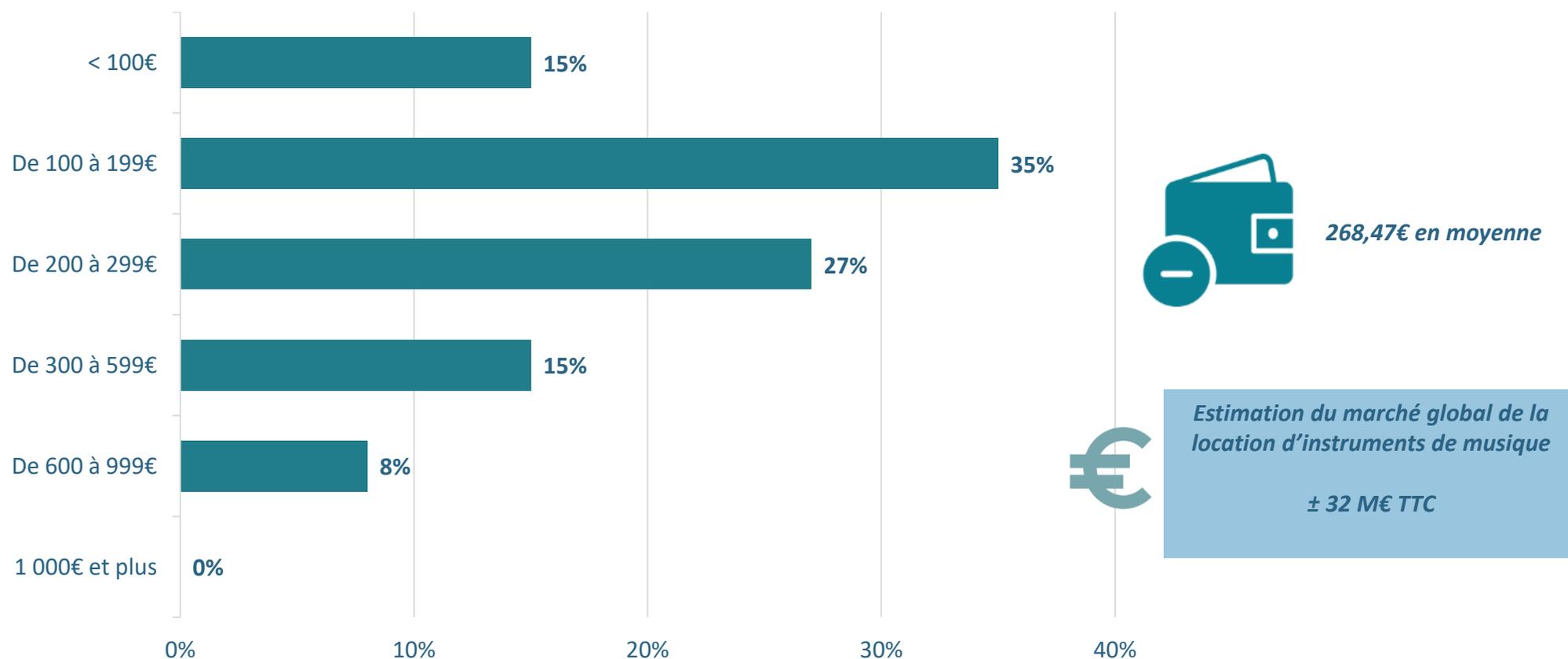
NB : Il convient de considérer avec prudence les résultats relatifs à la location de matériel de home studio et de cordes frottées en raison d'échantillons restreints

## Partie II - Caractéristiques du marché – Focus sur la location, selon la dépense

- La location d'instruments de musique mobilise un budget annuel moyen de 268,47 euros TTC.
- La moitié des loueurs d'instruments y consacre toutefois une somme inférieure à 200 euros TTC.

### Répartition des répondants selon la dépense annuelle moyenne consacrée à la location

(part en % des répondants ayant loué un instrument au cours des 5 dernières années)





# Partie III

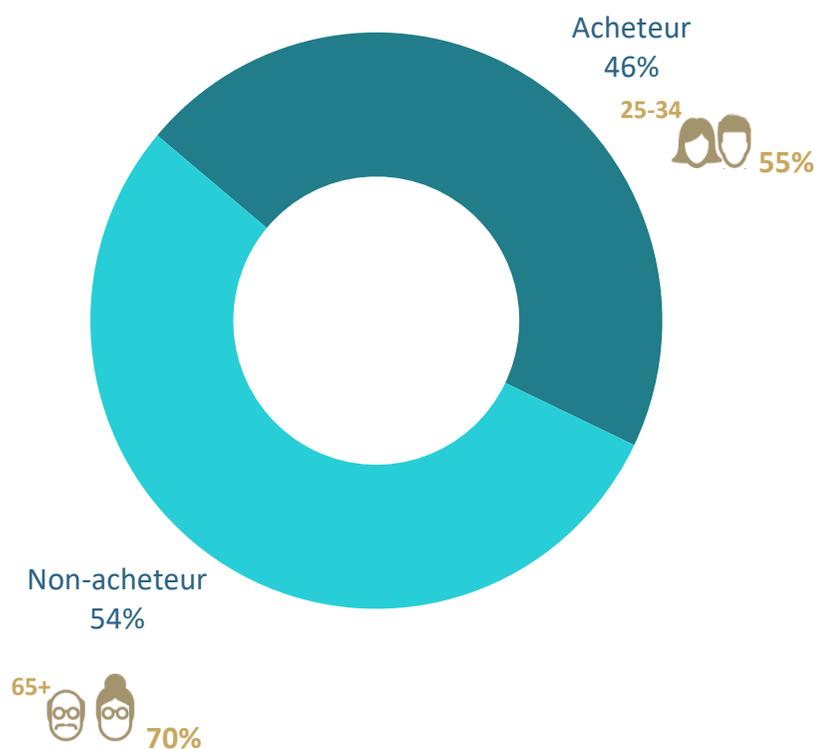
## Le marché des accessoires

## Partie III - Caractéristiques du marché – Selon le comportement de consommation (1/2)

- 46% des musiciens interrogés ont réalisé au moins un achat d'accessoires au cours des 2 dernières années.
- On note une surreprésentation des personnes âgées de 25 à 34 ans (55%).
- Les accessoires se rapportent pour 40% au segment des cordes pincées, loin devant les pianos et orgues (22%).

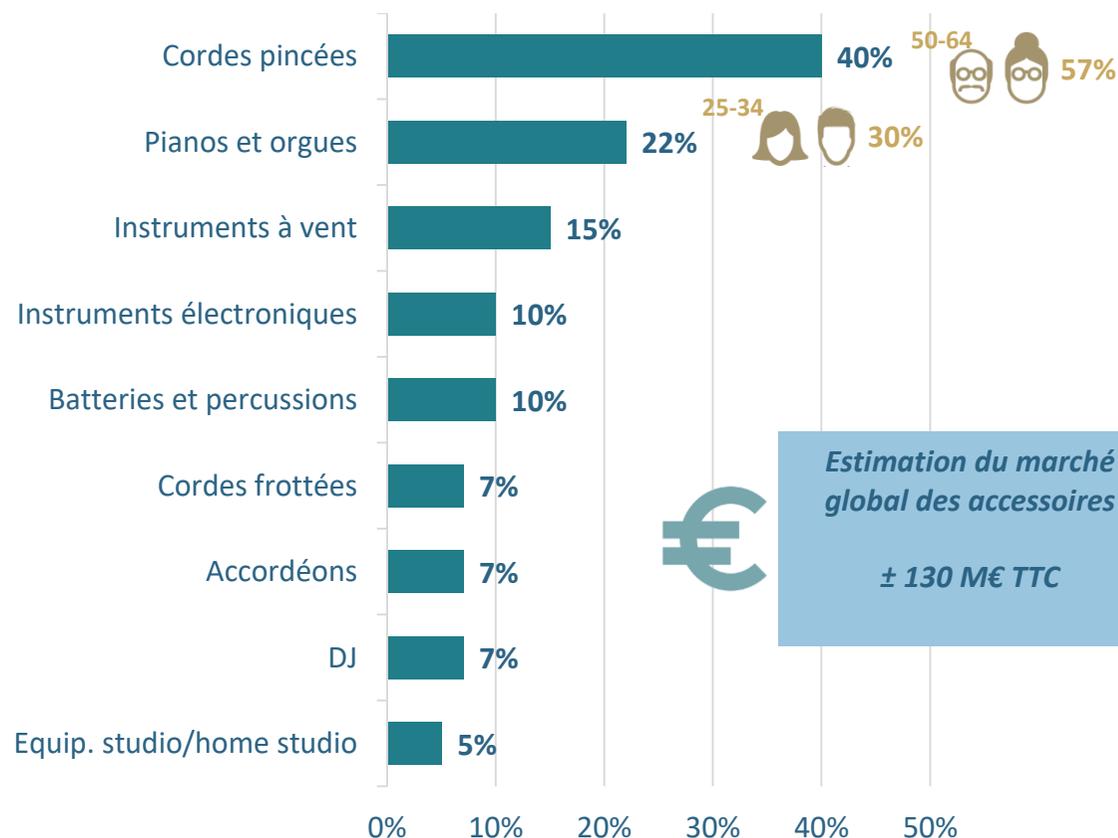
### Répartition des répondants selon leur comportement d'achat d'accessoires au cours des 2 dernières années

(part en % des répondants)



### Répartition des acheteurs selon la catégorie de l'instrument de musique

(part en % des acheteurs au cours des 2 dernières années ; plusieurs réponses possibles)



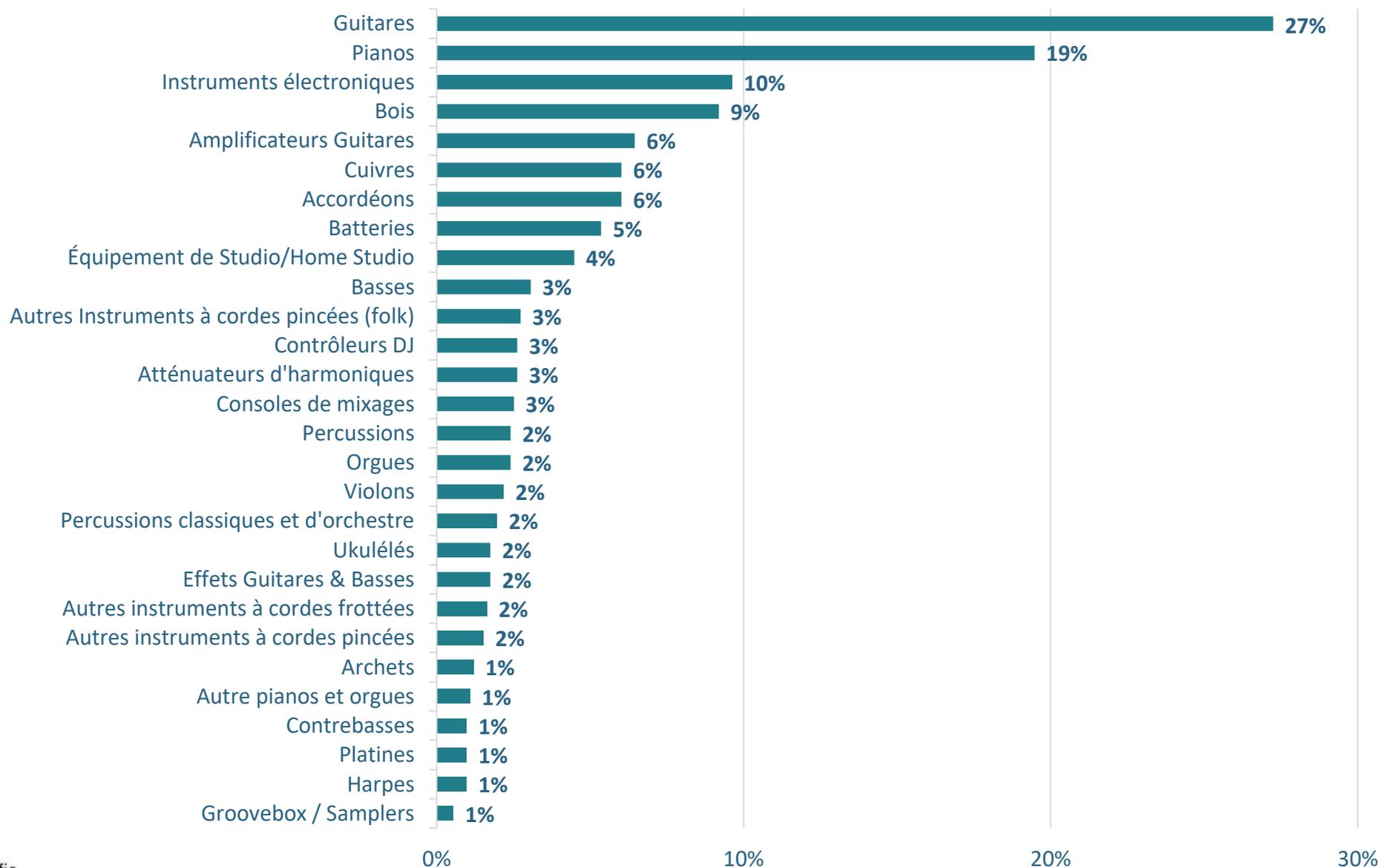
Estimation du marché global des accessoires

± 130 M€ TTC

## Partie III - Caractéristiques du marché – Selon le comportement de consommation (2/2)

### Répartition des acheteurs selon l'instrument de musique

(part en % des acheteurs au cours des 2 dernières années ; plusieurs réponses possibles)



## Partie III - Caractéristiques du marché – Selon le type d'accessoires

- Le top 3 des accessoires les plus fréquemment achetés est exclusivement composé d'équipements pour guitares, à savoir des cordes, médiators et accordeurs.
- Certains accessoires s'achètent en nombre, à l'instar des atténuateurs harmoniques ou des anneaux de renforts. Mais ils représentent une très faible part d'acheteurs.

### TOP 10 des accessoires les plus fréquemment achetés

(part en % des acheteurs au cours des 2 dernières années ; plusieurs réponses possibles)



		Nb moyen d'achat sur 2 ans
1	Cordes (23%)	2,54
2	Médiators (13%)	2,59
3	Accordeurs (12%)	1,27
4	Casques audios (9%)	1,66
5	Câbles jack (8%)	1,92
6	Housses, étuis, flight case (8%)	5,57
7	Produits d'entretien (6%)	1,82
8	Tabourets (6%)	1,65
9	Supports stands (6%)	1,68
10	Anches (5%)	3,40

### TOP 10 des accessoires les plus achetés en unité

(nombre moyen d'achat sur 2 ans)

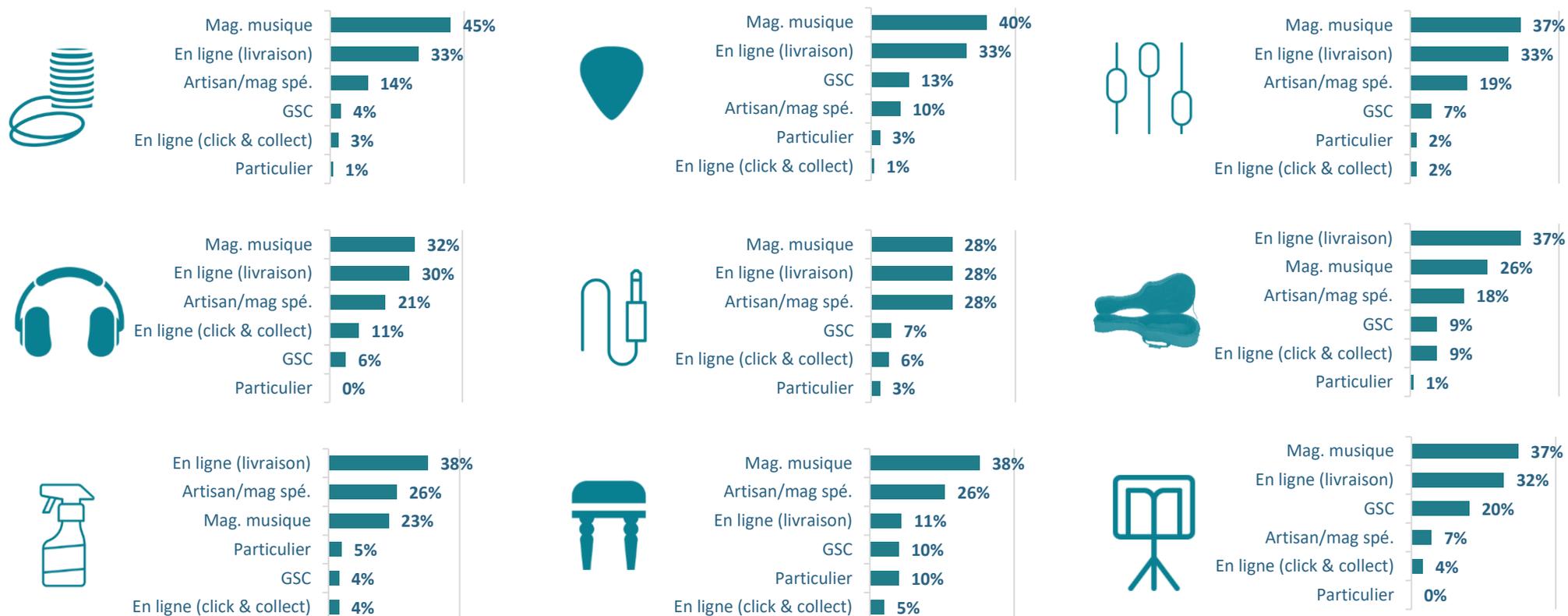
		% acheteurs
1	Atténuateurs harmon. (23 unités)	0,2%
2	Anneaux de renfort (17,5)	0,2%
3	Patchbays (14)	0,1%
4	Roseaux pour anche (9,7)	0,3%
5	Gants pour batteurs (7,2)	0,6%
6	Stands pour piano numérique (7)	0,9%
7	Câbles midis (6,5)	0,7%
8	Housses, étuis, flight case (5,6)	8,0%
9	Diamants (5)	0,1%
10	Contrôleurs de monitoring (5)	0,1%

## Partie III - Caractéristiques du marché – Selon le lieu d’achat

- La plupart des accessoires sont prioritairement achetés dans des magasins de musique.
- Seuls les produits les moins « techniques », à savoir les produits d’entretien et les étuis, sont commandés en ligne, avec une livraison à domicile.
- Les ventes entre particuliers sont peu courantes, exception faite des tabourets.

### Répartition des répondants pour les 9 accessoires les plus achetés selon le lieu d’achat

(part en % des répondants ayant acheté un accessoire au cours des 2 dernières années)

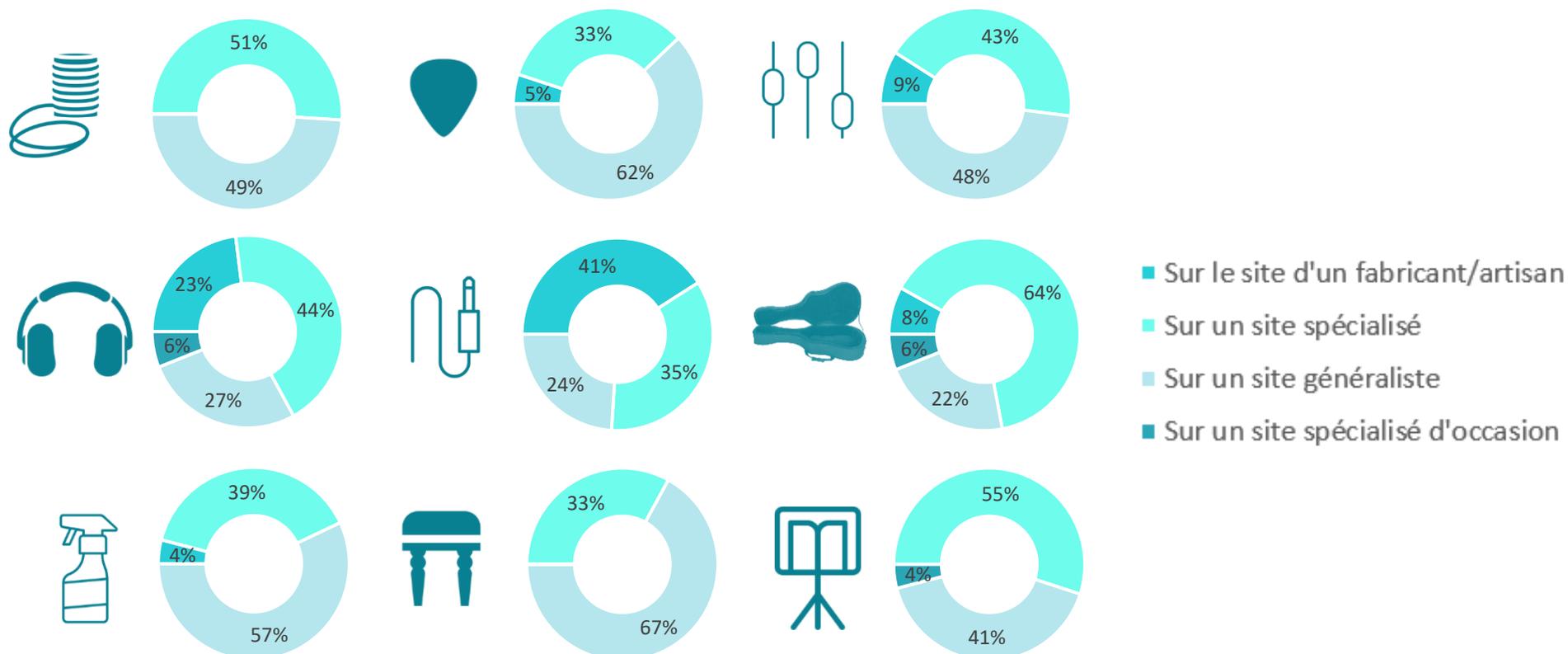


## Partie III - Caractéristiques du marché – Selon le lieu d'achat – Focus Internet

- Lors des achats d'accessoires réalisés en ligne, la priorité est donnée aux sites généralistes et spécialisés.
- Les fabricants se sont faits une place sur le segment des câbles jack et, dans une moindre mesure, des casques audios.
- Les sites dédiés aux articles de seconde main sont minoritaires voire totalement absents sur certains segments, comme les cordes, les câbles jack ou les tabourets.

### Répartition des répondants pour les 9 accessoires les plus achetés selon la nature du site marchand

(part en % des répondants ayant acheté un accessoire en ligne au cours des 2 dernières années)

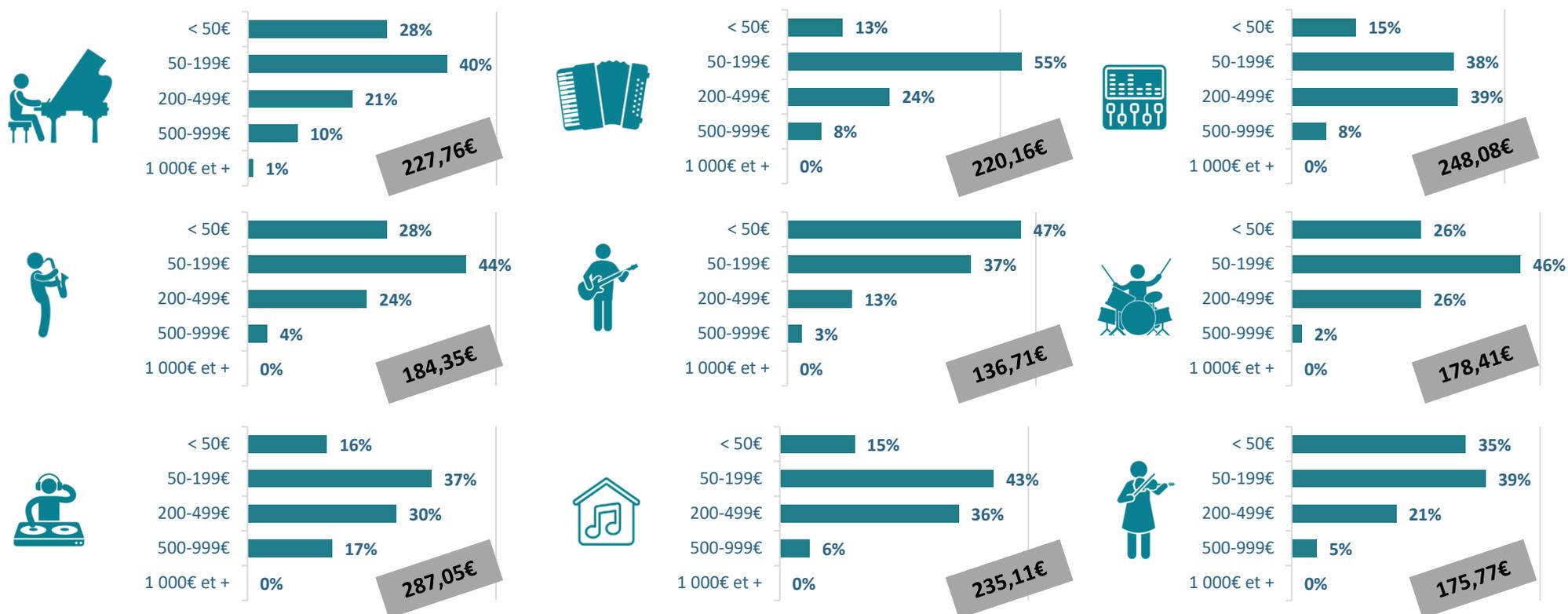


## Partie III - Caractéristiques du marché – Selon le budget consacré par typologie d'instrument

- La palme de la dépense en matière d'accessoires revient au DJ, avec un budget de 287,05 euros TTC. Cette activité nécessite l'achat de nombreux accessoires – assez coûteux – qui s'imbriquent les uns aux autres pour former une console sophistiquée.
- A l'inverse, les instrumentistes à cordes pincées – principalement les guitaristes – ont des dépenses en accessoires moins élevées, avec 136,71 euros TTC, grâce à des articles au coût unitaire peu élevé. Un médiator en plastique, par exemple, peut se trouver à moins d'un euro pièce.

### Répartition des répondants selon le budget consacré à l'achat d'accessoires

(part en % des répondants ayant acheté un accessoire au cours des 2 dernières années)



# Partie IV

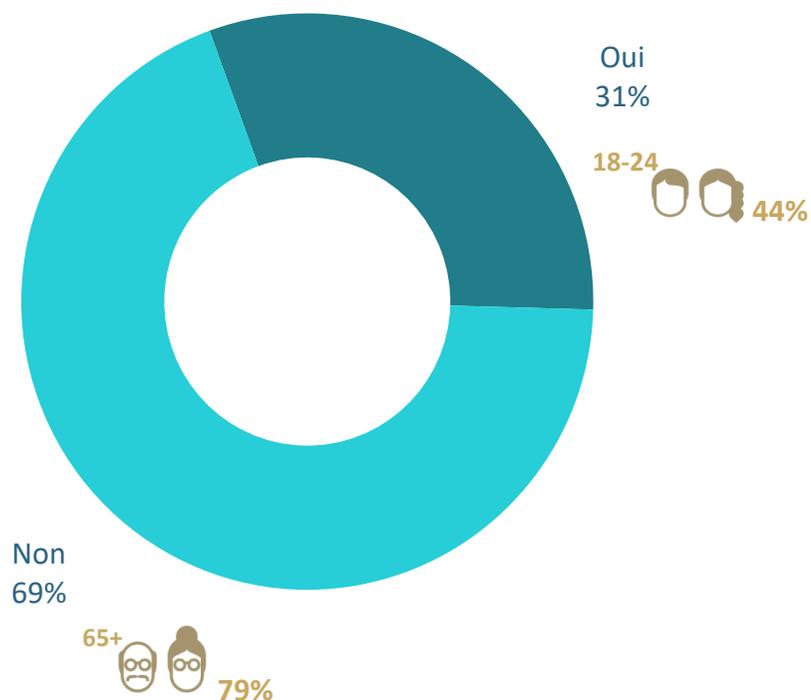
## La réparation/restauration et l'entretien des instruments de musique

## Partie IV - Caractéristiques du marché – Selon le recours à des prestations d’entretien et réparation/restauration

- 31% des musiciens ont eu recours à des prestations d’entretien/réparation/restauration au cours des 5 dernières années. Cette part monte à 44% parmi les jeunes de 18 à 24 ans.
- On note un recours systématiquement plus élevé chez les jeunes dont la pratique musicale est souvent moins bien installée.
- En effet, durant les premières années d’apprentissage d’un instrument, une moins grande autonomie avec l’instrument demande un recours plus fréquent aux professionnels.

### Répartition des répondants selon leur recours à des prestations d’entretien/réparation/restauration au cours des 5 dernières années

(part en % des répondants)



### Nombre moyen de prestations

(nombre)

Entretien au cours des 2 dernières années

1,81



Réparation/restauration au cours des 5 dernières années

1,17



## Partie IV - Caractéristiques du marché – Selon l'instrument de musique entretenu ou réparé

### Poids du recours à l'entretien/réparation

(part en % du total des répondants)

Moy : 31%



36%



51%



19%



37%



23%



37%



46%



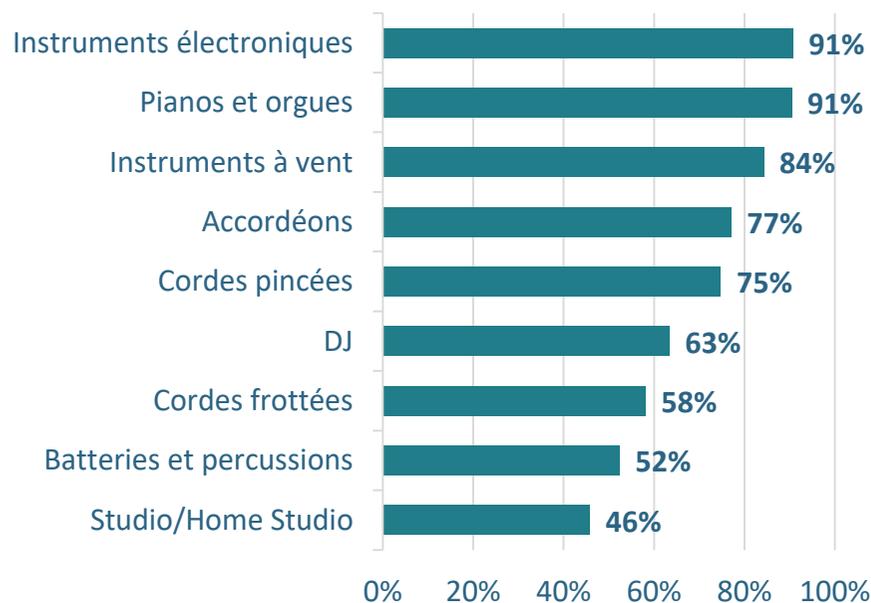
37%



45%

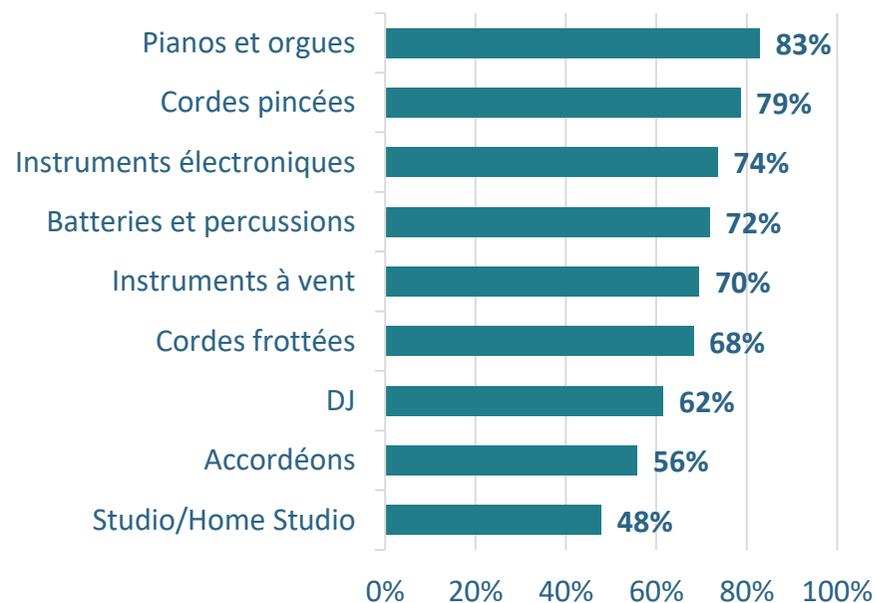
### Répartition des prestations d'entretien selon l'instrument de musique

(part en % des répondants ; prestations réalisées au cours des 2 dernières années ; plusieurs réponses possibles)



### Répartition des prestations de réparation/restauration selon l'instrument de musique

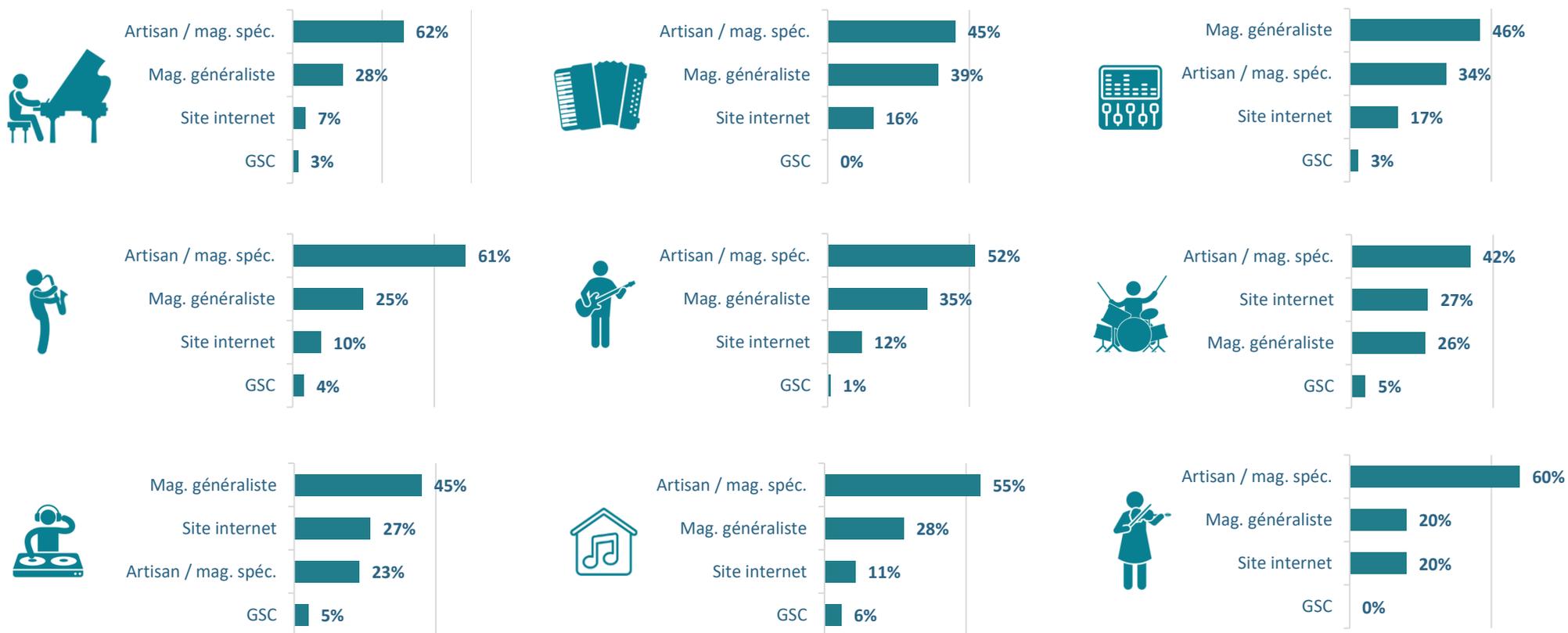
(part en % des répondants ; prestations réalisées au cours des 5 dernières années ; plusieurs réponses possibles)



## Partie IV - Caractéristiques du marché – Selon le lieu d'entretien/réparation/restauration

- Les artisans et magasins spécialisés sont privilégiés par les musiciens pour l'entretien, la réparation ainsi que la restauration de leur instrument.
- Les magasins généralistes les concurrencent sur seulement deux segments, le matériel pour DJ et les instruments électroniques, où la technologie utilisée a permis d'ouvrir le marché à des professionnels hors facture instrumentale "traditionnelle".

**Répartition des répondants selon le lieu d'entretien/réparation/restauration**  
(part en % des répondants ayant entretenu/réparé/restauré un instrument au cours des 5 dernières années)

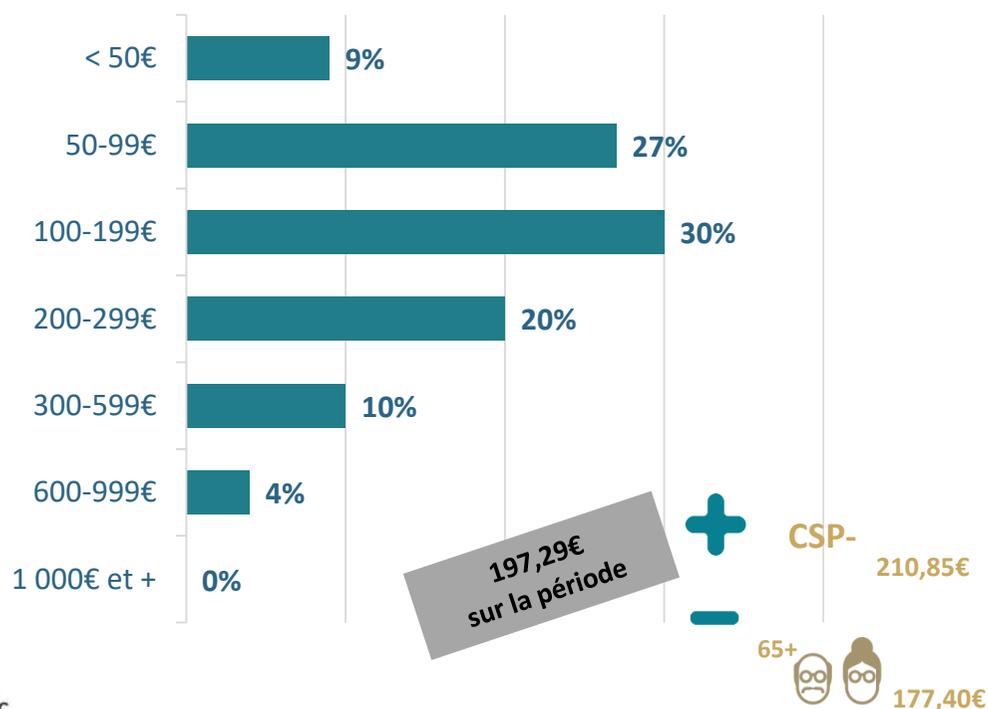


## Partie IV - Caractéristiques du marché – Selon le budget consacré

- Les musiciens ont consacré en moyenne 197,29 euros à l'entretien de leur instrument.
- La dépense était un peu plus élevée sur le segment de la réparation/restauration : 208,91euros.
- Si les novices ont tendance à dépenser plus en entretien que les musiciens plus expérimentés, la tendance s'inverse du côté de la réparation/restauration. On note un budget plus élevé chez les seniors.

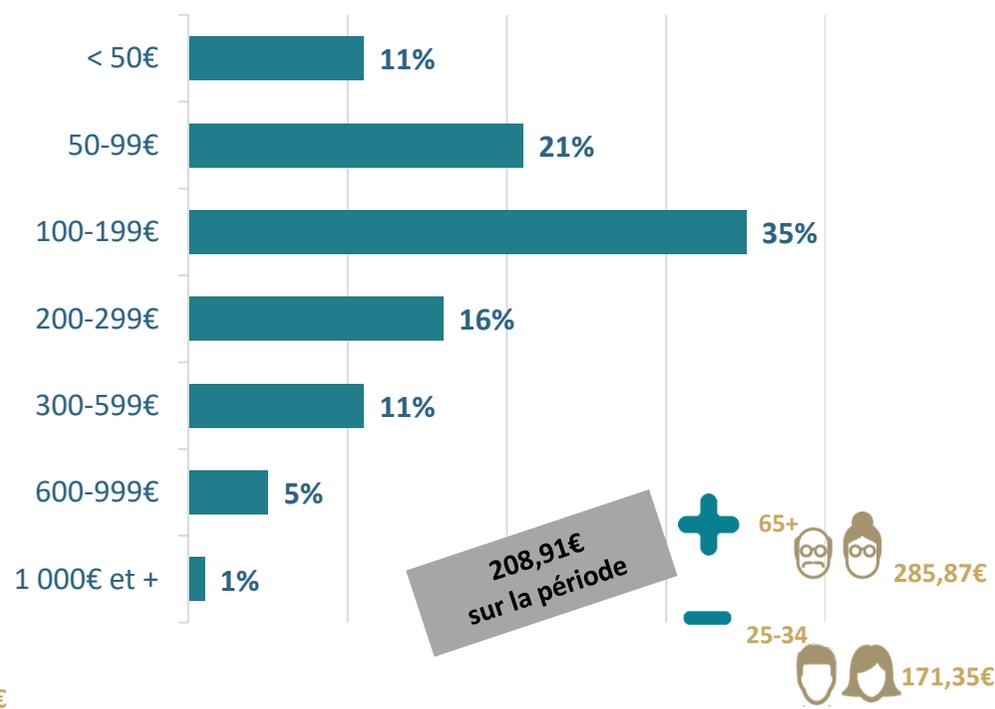
### Répartition des répondants selon le budget consacré à l'entretien

(part en % des répondants ayant entretenu un instrument au cours des 2 dernières années)



### Répartition des répondants selon le budget consacré à la réparation/restauration

(part en % des répondants ayant réparé/entretenu un instrument au cours des 5 dernières années)





# Partie V

## Évolution des comportements

## Partie V - Changements de comportements – Selon l'évolution de la pratique

- Au cours des 5 dernières années, 37% des personnes interrogées ont démarré une pratique musicale.
- Cette part monte à 45% parmi les CSP inférieures témoignant d'une ouverture plus importante des foyers modestes à la pratique d'un instrument de musique ces dernières années, et notamment à la guitare.
- Les cours de musique dispensés notamment par les associations semblent avoir permis à un public moins aisé d'entamer l'apprentissage d'un instrument. Elles donnent notamment l'opportunité à un plus grand nombre d'avoir accès à des cours de musique, les places en conservatoire étant limitées.
- Il convient cependant de noter que certaines catégories d'instruments traditionnels restent un marqueur social fort, à l'instar des cordes frottées.
- A l'inverse, 18% des musiciens interrogés jouent moins qu'il y a 5 ans, une part qui atteint les 25% parmi la population des 65 ans et plus.

### Un ou plusieurs membres du foyer...

(plusieurs réponses possibles)

... a/ont démarré la musique depuis moins de 5 ans

37%

... joue(nt) aujourd'hui plus qu'il y a 5 ans

25%

CSP-  
45%

18-24  
 36%

... joue(nt) aujourd'hui autant qu'il y a 5 ans

26%

... joue(nt) aujourd'hui moins qu'il y a 5 ans

18%

65+  
 40%

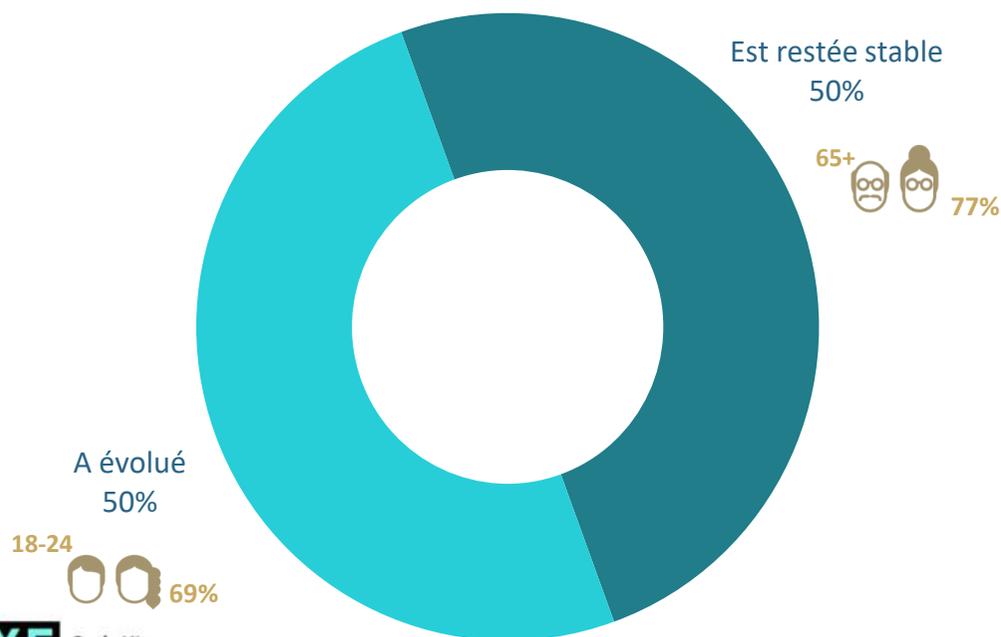
65+  
 25%

## Partie V - Changements de comportements – Selon l'évolution de la consommation d'instruments

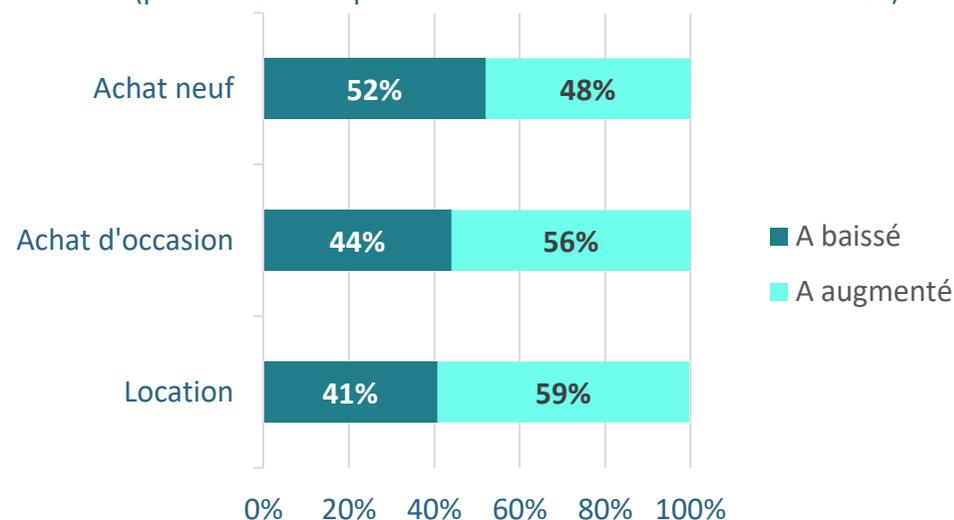
- Pour la moitié des personnes interrogées, leur consommation d'instruments de musique a évolué ces 5 dernières années.
- Les achats neufs se sont inscrits en recul au profit de l'achat d'occasion et plus encore de la location.
- Comme sur tous les marchés, l'occasion séduit principalement par son prix. Sur le marché de la musique, ce segment présente également l'avantage de proposer des instruments dont la tonalité est mature.
- Parallèlement, le déploiement d'une offre plus importante et mieux structurée de location d'instruments de musique a ouvert les Français à ce « nouveau » mode de consommation.
- La location présente de nombreux avantages pour les débutants, souhaitant fiabiliser leur intérêt pour une pratique musicale. Elle est également intéressante pour répondre à des besoins ponctuels.

### Répartition des répondants selon l'évolution de leur consommation d'instruments de musique

(part en % des répondants)



(part en % des répondants dont la consommation a évolué)

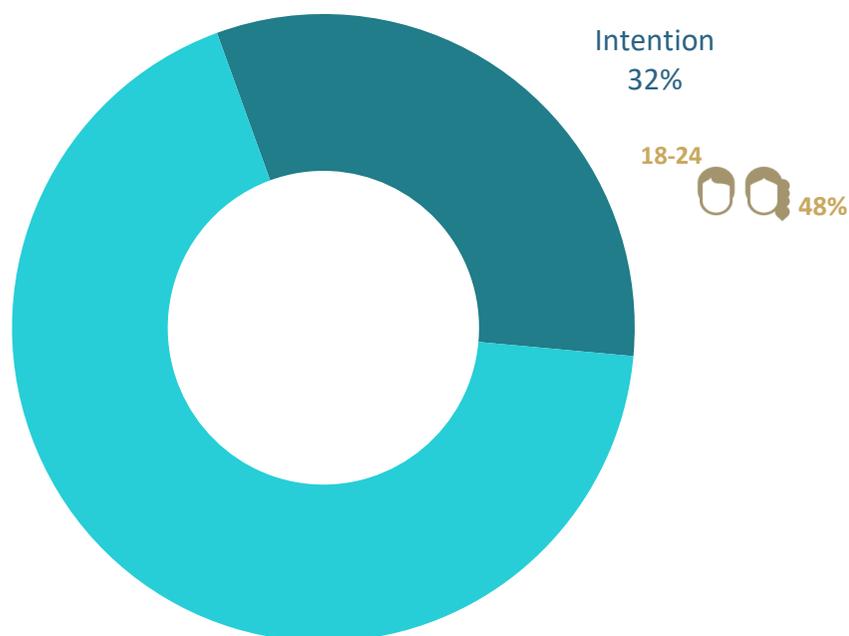


## Partie V - Changements de comportements – Selon l'intention d'achat

- 32% des musiciens interrogés envisagent d'acheter un instrument de musique au cours des 2 prochaines années.
- Cette part monte à 48% parmi les jeunes de 18 à 24 ans.
- Interrogés sur les lieux d'achat envisagés, les musiciens plébiscitent à près de 80% les revendeurs, généralistes ou spécialisés.
- La vente en ligne (livraison et *click & collect*) représente une part importante des intentions d'achat (38%).
- Les particuliers - donc l'achat d'occasion - atteignent 13% des intentions d'achat.
- Plusieurs réponses étaient possibles pour cette question et en moyenne les répondants s'intéressent à 1,4 circuit de distribution.

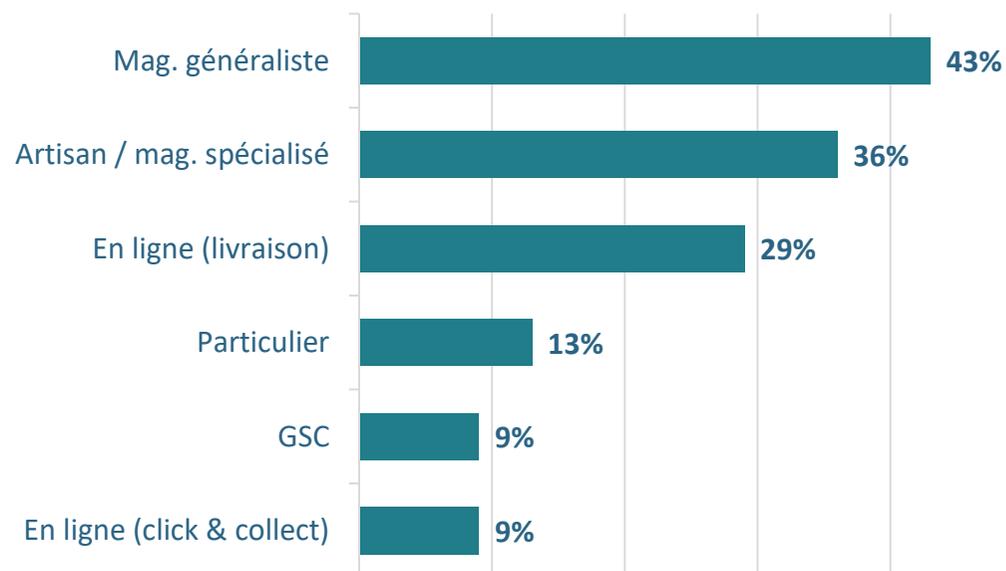
### Part des répondants ayant l'intention d'acheter un instrument dans les 2 prochaines années

(part en % des répondants)



### Répartition des répondants selon le lieu d'achat envisagé pour un prochain achat

(part en % des répondants ayant un projet d'achat ; plusieurs réponses possibles)





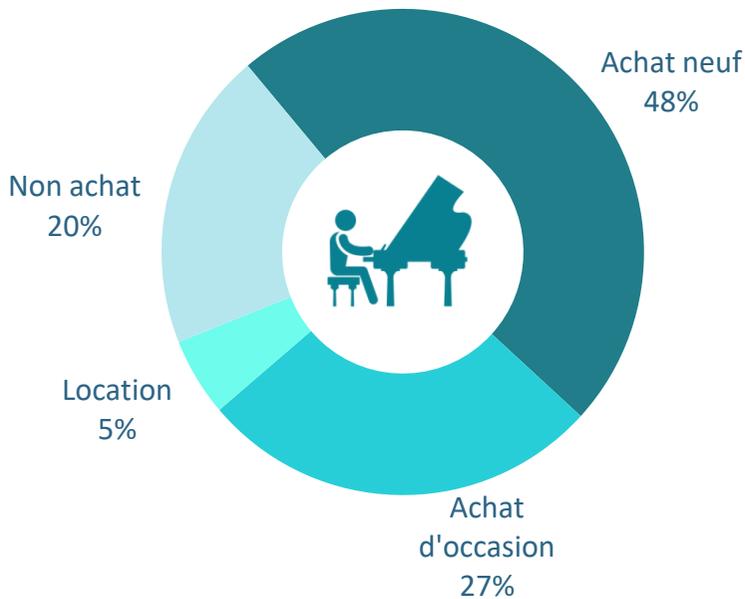
# Partie VI

Annexes : fiches par catégories  
d'instruments de musique

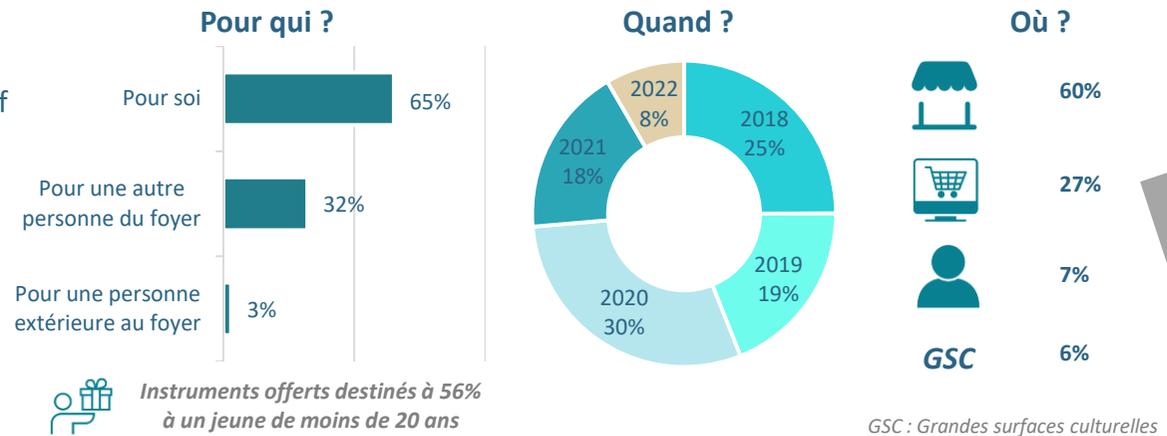
# Fiche instrument – *Pianos et orgues* (38% des actes d'achat, 26% des actes de location, 22% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des pianistes pour...



### Achat (neuf et occasion)



80% des acheteurs dépensent moins de 5000€ TTC

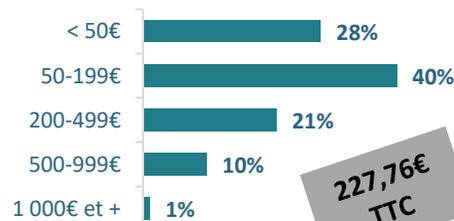
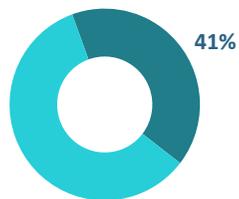
### Location



35% ont loué pour un montant compris entre 300 et 599 euros TTC

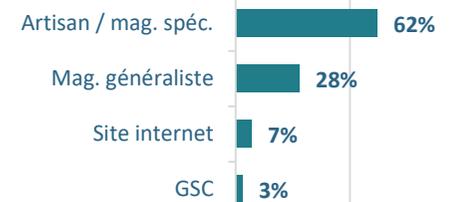
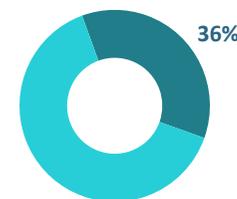
## Quid des dépenses annexes des pianistes ?

Part des acheteurs d'accessoires



227,76€ TTC

Part du recours à l'entretien/réparation/restauration

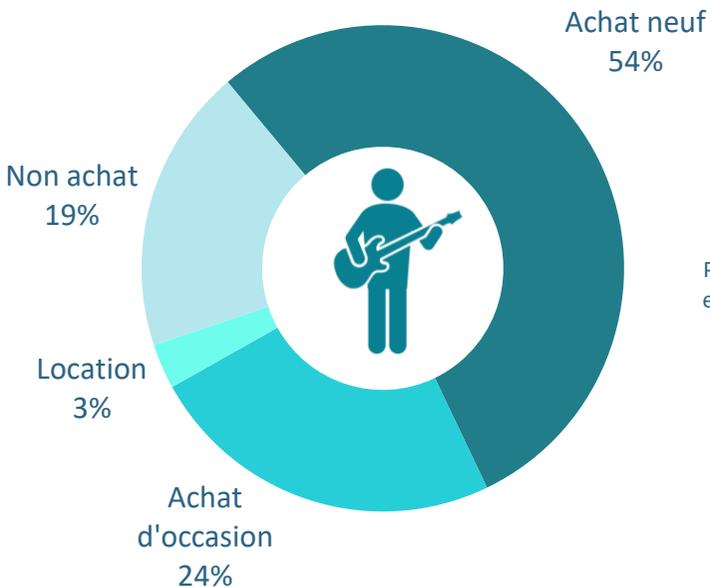


(\* ) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location

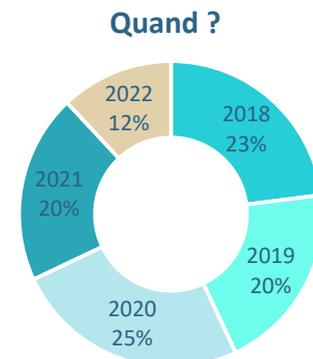
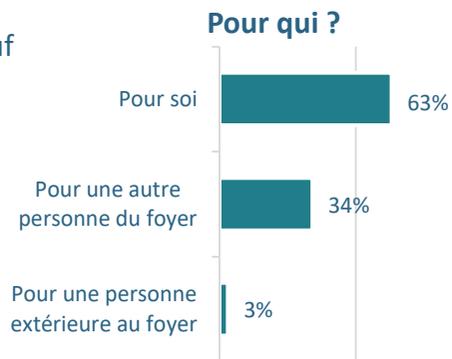
# Fiche instrument – Cordes pincées (45% des actes d'achat, 18% des actes de location, 40% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des joueurs de cordes pincées pour...



### Achat (neuf et occasion)



Instruments offerts destinés à 62% à un jeune de moins de 20 ans

GSC : Grandes surfaces culturelles

87% des acheteurs dépensent moins de 800€ TTC

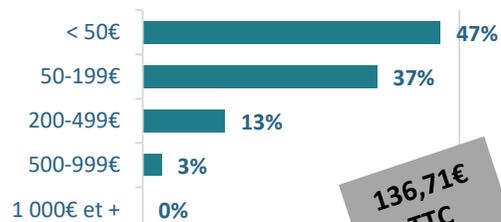
### Location



40% ont loué pour un montant compris entre 200 et 299 euros TTC

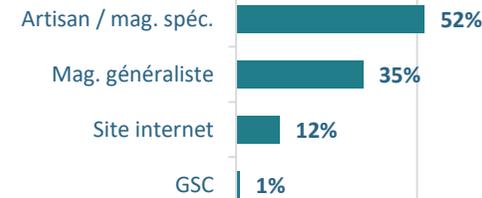
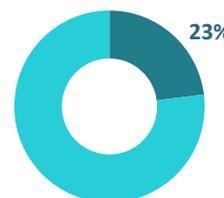
## Quid des dépenses annexes des joueurs de cordes pincées ?

Part des acheteurs d'accessoires



136,71€ TTC

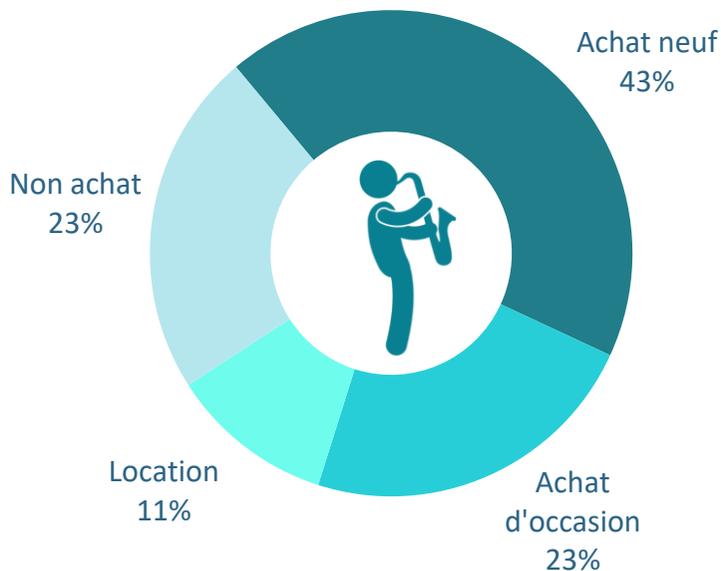
Part du recours à l'entretien/réparation/restauration



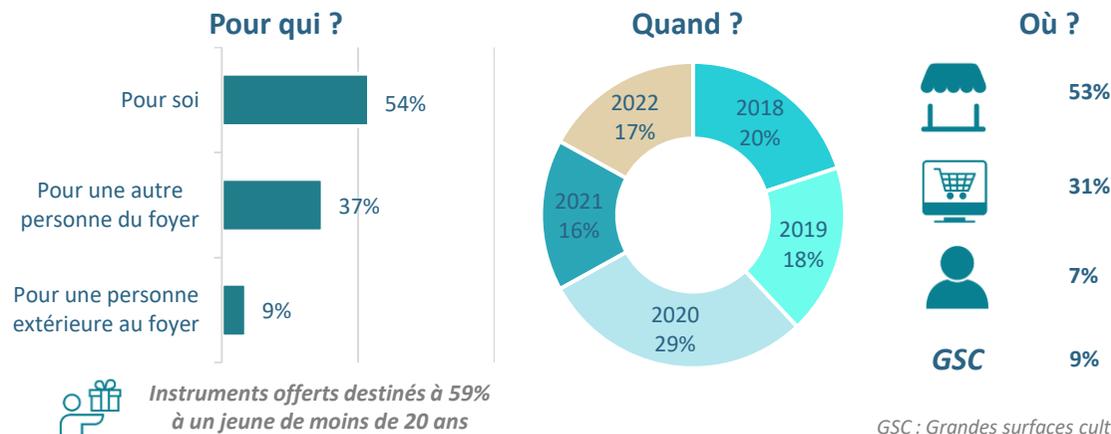
# Fiche instrument – Instruments à vent (15% des actes d'achat, 27% des actes de location, 15% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des joueurs d'instruments à vent pour...



### Achat (neuf et occasion)



73% des acheteurs dépensent moins de 1000€ TTC

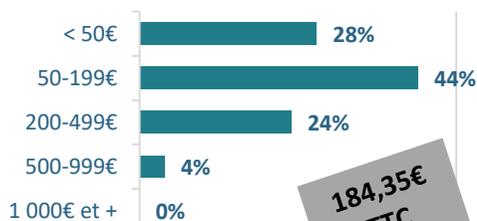
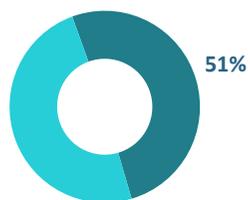
### Location



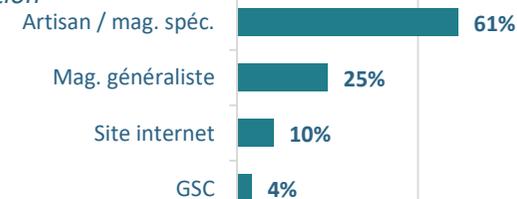
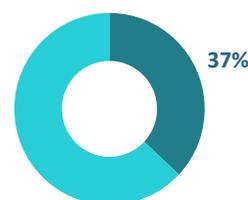
37% ont loué pour un montant compris entre 200 et 299 euros TTC

## Quid des dépenses annexes des joueurs d'instruments à vent ?

Part des acheteurs d'accessoires



Part du recours à l'entretien/réparation/restauration

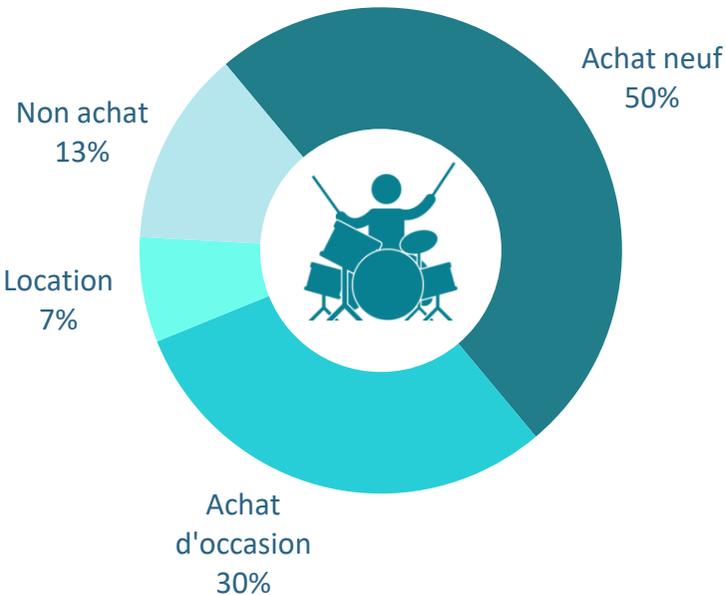


(\* ) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location

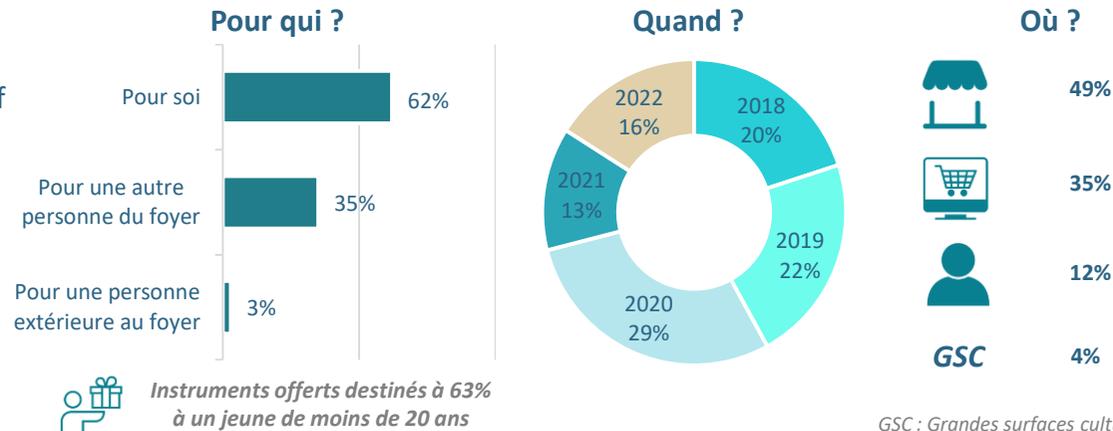
# Fiche instrument – Batteries et percussions (11% des actes d'achat, 13% des actes de location, 10% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des joueurs de batteries et percussions pour...



### Achat (neuf et occasion)



51% des acheteurs dépensent moins de 600€ TTC

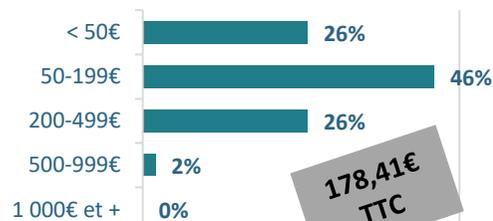
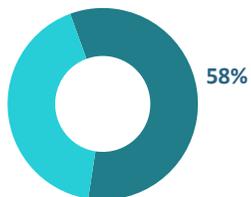
### Location



50% ont loué pour un montant compris entre 100 et 199 euros TTC

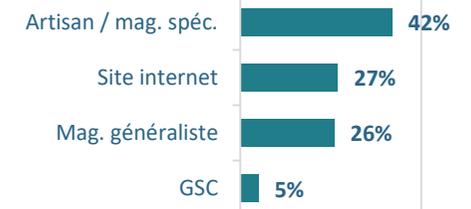
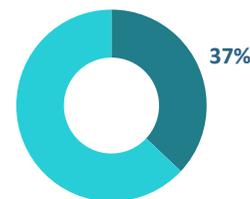
## Quid des dépenses annexes des joueurs de batteries et percussions ?

Part des acheteurs d'accessoires



178,41€ TTC

Part du recours à l'entretien/réparation/restauration

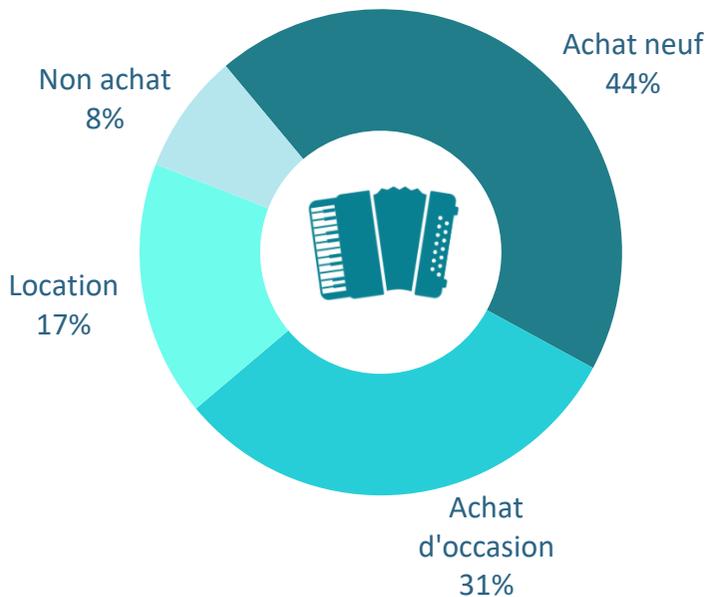


(\*) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location

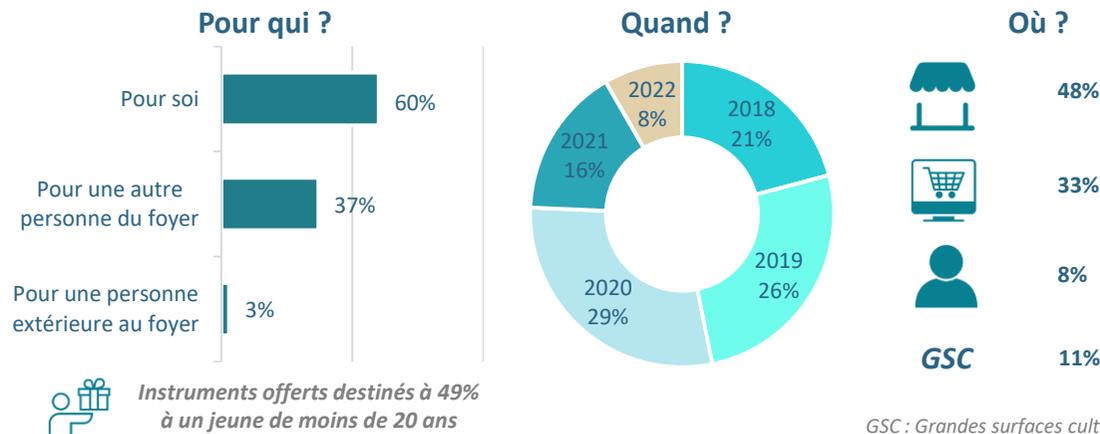
# Fiche instrument – Accordéons (5% des actes d'achat, 11% des actes de location, 7% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des accordéonistes pour...



### Achat (neuf et occasion)



50% des acheteurs dépensent moins de 2500€ TTC

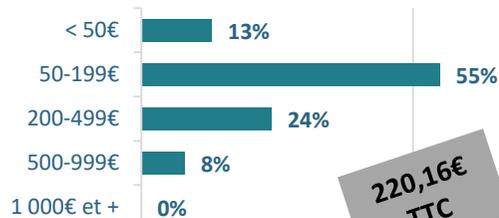
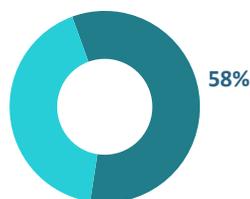
### Location



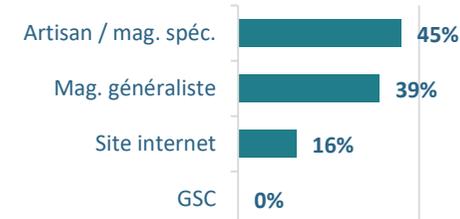
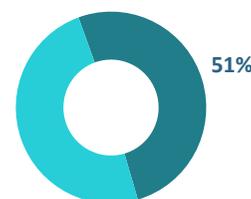
34% ont loué pour un montant compris entre 200 et 299 euros TTC

## Quid des dépenses annexes des accordéonistes ?

Part des acheteurs d'accessoires



Part du recours à l'entretien/réparation/restauration

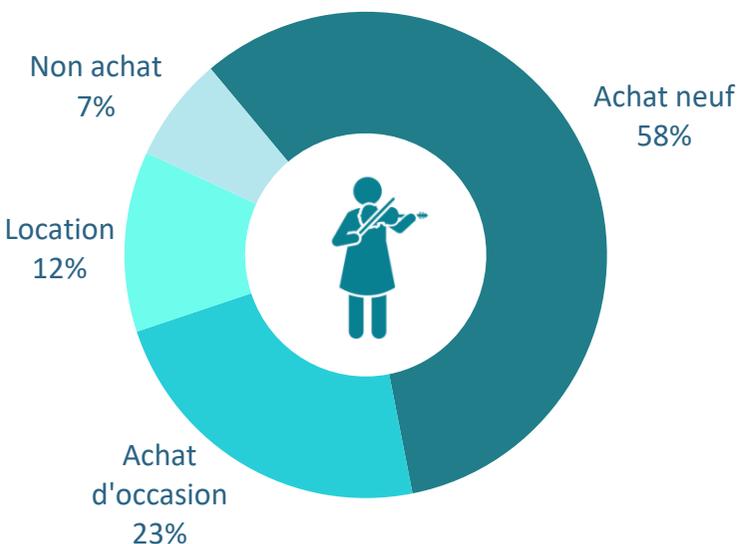


(\* ) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location

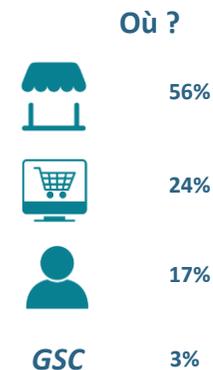
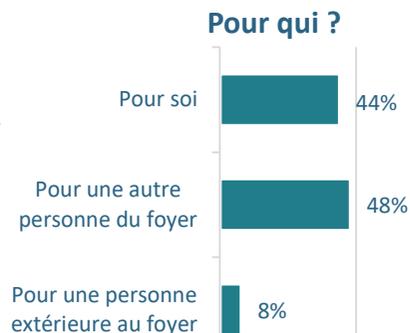
# Fiche instrument – Cordes frottées (5% des actes d'achat, 8% des actes de location, 7% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des joueurs de cordes frottées pour...



### Achat (neuf et occasion)



75% des acheteurs dépensent moins de 1500€ TTC

Instruments offerts destinés à 64% à un jeune de moins de 20 ans

GSC : Grandes surfaces culturelles

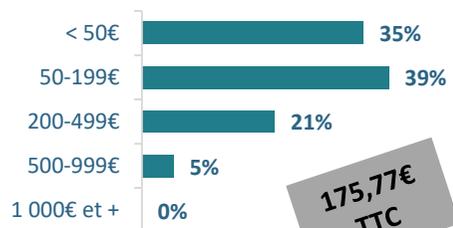
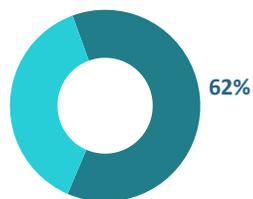
### Location



67% ont loué pour un montant compris entre 100 et 199 euros TTC

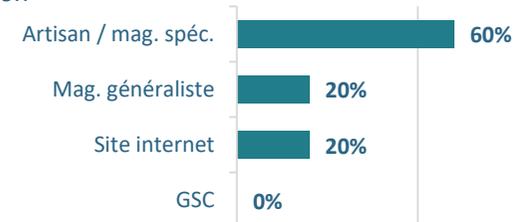
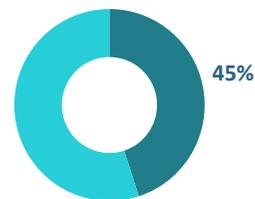
## Quid des dépenses annexes des joueurs de cordes frottées ?

Part des acheteurs d'accessoires



175,77€ TTC

Part du recours à l'entretien/réparation/restauration

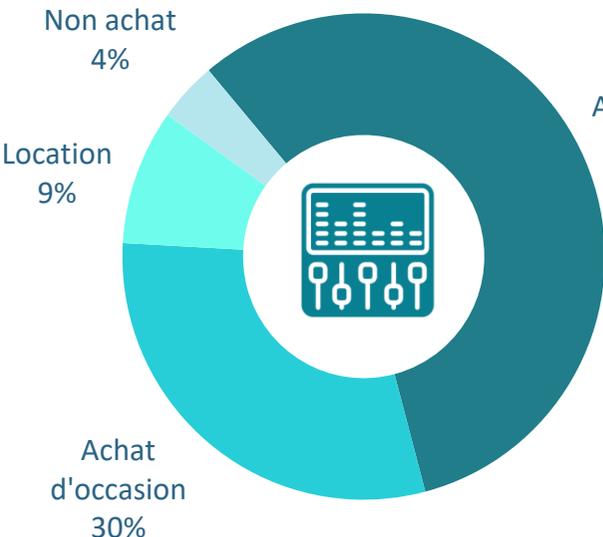


(\*) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location

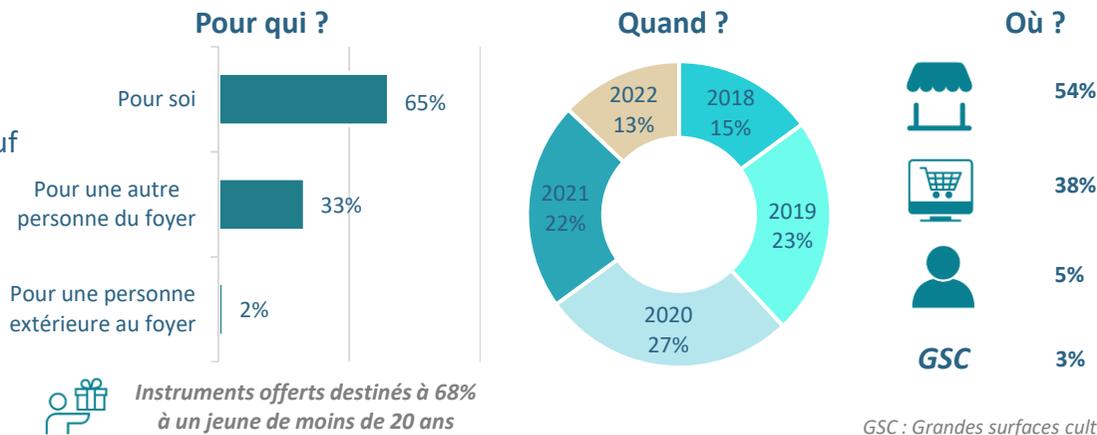
# Fiche instrument – Instruments électroniques (11% des actes d'achat, 16% des actes de location, 10% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des joueurs d'instruments électroniques pour...



### Achat (neuf et occasion)



81% des acheteurs dépensent moins de 1500€ TTC

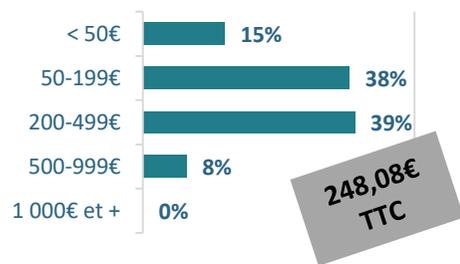
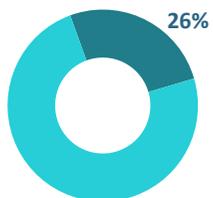
### Location



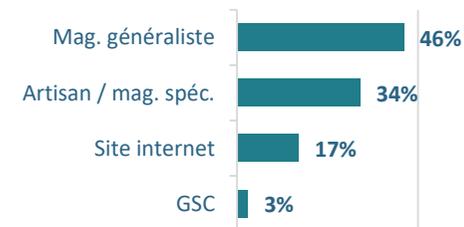
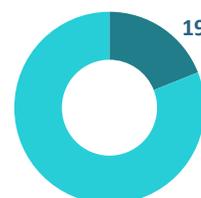
33% ont loué pour un montant compris entre 200 et 299 euros TTC

## Quid des dépenses annexes des joueurs d'instruments électroniques ?

Part des acheteurs d'accessoires



Part du recours à l'entretien/réparation/restauration

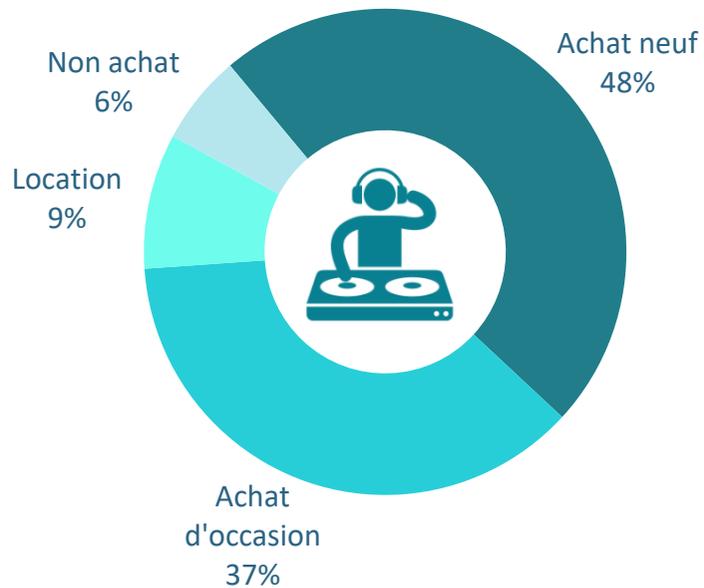


(\*) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location

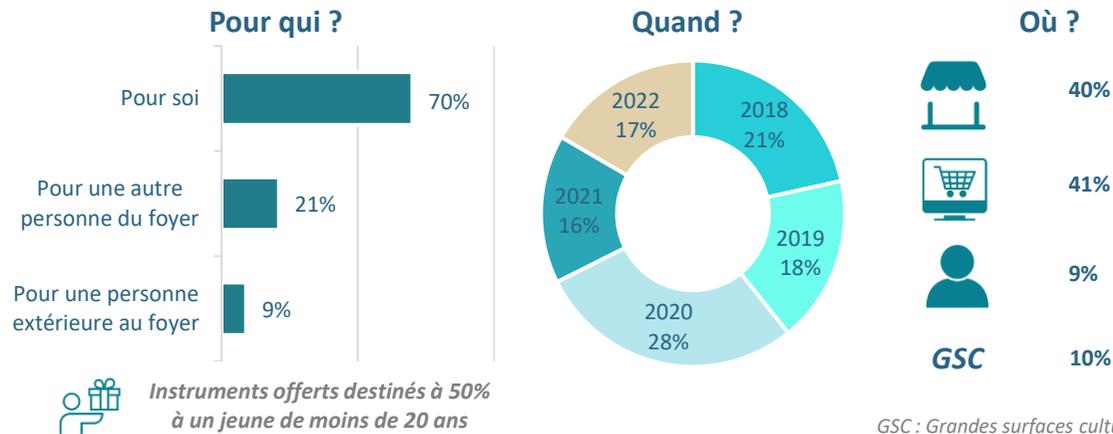
# Fiche instrument – DJ (7% des actes d'achat, 10% des actes de location, 7% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des DJ pour...



### Achat (neuf et occasion)



78% des acheteurs dépendent moins de 500€ TTC

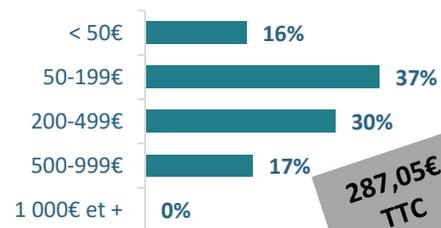
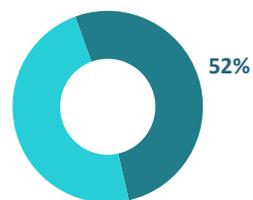
### Location



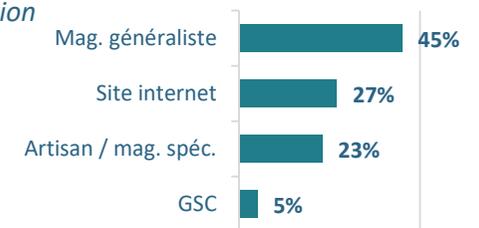
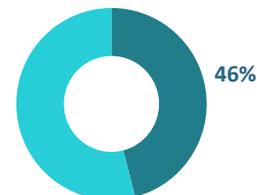
40% ont loué pour un montant compris entre 200 et 299 euros TTC

## Quid des dépenses annexes des DJ ?

Part des acheteurs d'accessoires



Part du recours à l'entretien/réparation/restauration

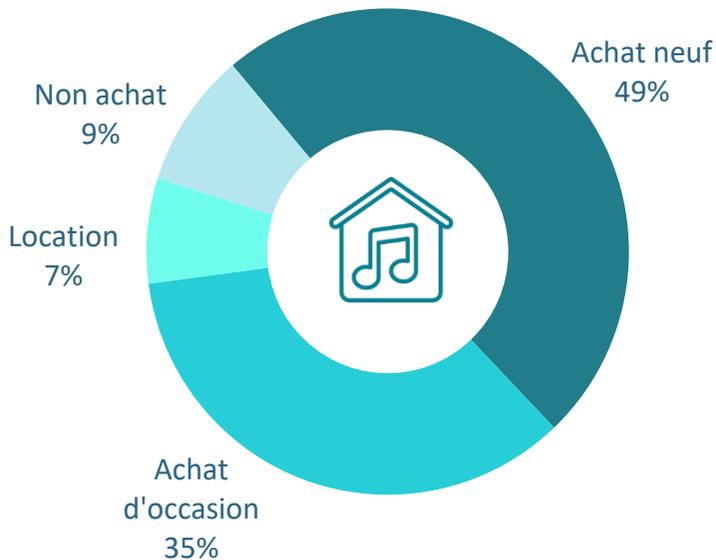


(\* ) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location

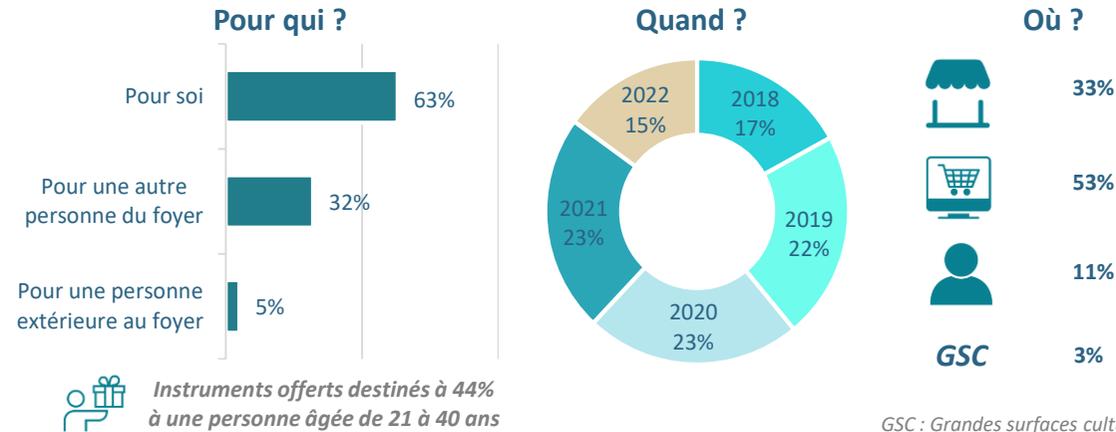
# Fiche instrument – Studio / Home Studio (5% des actes d'achat, 4% des actes de location, 5% des achats d'accessoires)\*

## Quid des dépenses d'instruments de musique ?

Préférence des propriétaires de Studio / Home Studio pour...



### Achat (neuf et occasion)



72% des acheteurs dépensent moins de 500€ TTC

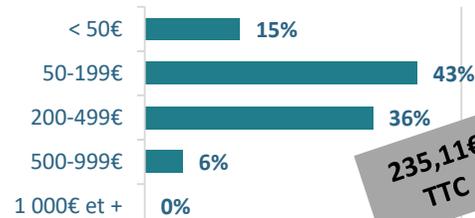
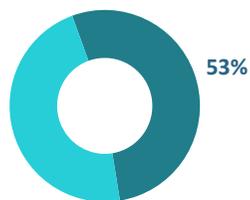
### Location



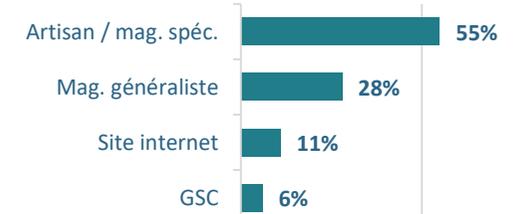
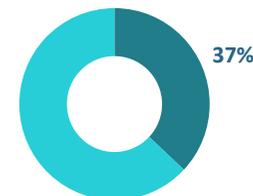
75% ont loué pour un montant compris entre 100 et 199 euros TTC

## Quid des dépenses annexes des propriétaires de Studio / Home Studio ?

Part des acheteurs d'accessoires



Part du recours à l'entretien/réparation/restauration



(\* ) Pour rappel, les consommateurs peuvent réaliser plusieurs actes d'achat (instruments ou accessoires) ou de location



## Contact

Laurent FRELAT

Directeur Général

+33(0)6 11 07 48 14

lfrelat@xerfi.fr

[www.xerfi.com/xerfi-specific](http://www.xerfi.com/xerfi-specific)

