

P. DUCHEN

La fabrication d'instruments de musique entre excellence et concurrence

L'intérêt des Français pour la culture ne se dément pas, bien qu'évoluant de plus en plus vers une culture d'écran, renforcée par les différents usages d'Internet. Par ailleurs, les Français sont toujours intéressés par les spectacles musicaux, qui attirent un public très diversifié. Toutefois, la pratique d'un instrument reste assez faible : en comprenant ceux qui composent sur ordinateur, moins d'un Français sur quatre joue de la musique ou sait en jouer. À la demande de la Direction générale des entreprises (DGE) et de la Chambre syndicale de la facture instrumentale, le CRÉDOC a réalisé une évaluation du marché français des différents instruments de musique. Plus de 1,5 million sont vendus par an, dont près de la moitié de cordes pincées. L'étude révèle aussi le profil des acheteurs de chaque type d'instrument et les circuits de distribution.

Elle souligne également que l'offre française, en pole position il y a une cinquantaine d'années, est historiquement positionnée sur le haut de gamme avec une forte notoriété internationale. Face à une demande qui favorise massivement les entrées de gamme, et avec un quart des ventes passant par Internet, elle demeure artisanale et souffre cruellement de la concurrence asiatique qui inonde de ses produits l'ensemble des marchés.

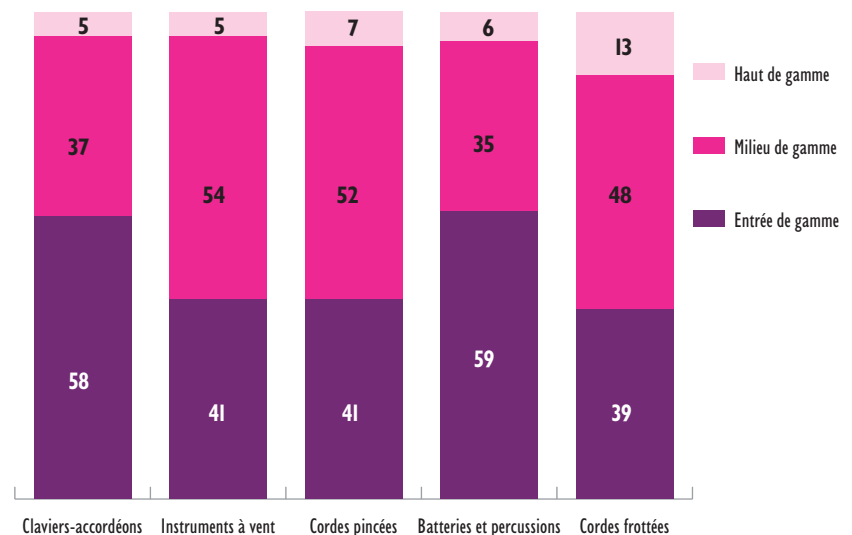
> Un marché orienté sur les entrées de gamme

Près d'un quart des Français (23 % en 2008, 26 % en 1997) déclare savoir jouer d'un instrument de musique. Parmi eux, seulement la moitié a pratiqué cet instrument durant les douze derniers mois. 8 % des Français ont une pratique musicale dans un cadre collectif et 5 % appartiennent à des formations musicales diverses. De plus, 5 % ont composé de la musique sur ordinateur, ce qui porte la totalité des musiciens amateurs à 18 % de la population, un pourcentage plus faible que chez nos voisins européens. Cette proportion semble marquer le pas depuis quelques années en dépit des efforts des collectivités locales pour développer la pratique musicale auprès des plus jeunes.

Le marché global des instruments est en berne. Il s'élève à 1 554 000 ventes annuelles, dont près de la moitié en entrée de gamme (47 %) et seulement 6 % en haut de gamme. En moyenne, environ un quart (26 %) des instruments achetés sont d'occasion. Cette proportion varie de 23 %

LES ACHATS D'ENTRÉE DE GAMME SONT MAJORITAIRES

Les achats par gamme de produits et par famille (en quantité)



Source : enquête CRÉDOC 2017.

pour les instruments à cordes pincées à plus d'un tiers (35 %) pour les claviers et accordéons.

> Les cordes pincées représentent près de la moitié du marché

Les instruments de musique à cordes pincées (guitare, banjo, luth...) arrivent en tête du marché français avec 45 % des ventes suivis par les claviers et accordéons (23 %), les instruments à vent (17 %), les batteries et les percussions (12 %) et enfin les instruments à cordes frottées (violon, contrebasse...) : 3 %.

Près de 6 achats sur 10 de claviers et accordéons et de batteries et percussions concernent des produits d'entrée de gamme, alors que les acheteurs d'instruments à vent et de cordes pincées s'orientent principalement vers le milieu de gamme. Les cordes frottées se distinguent avec une proportion d'achats élevée en haut de gamme (13 % contre 6 % en moyenne).

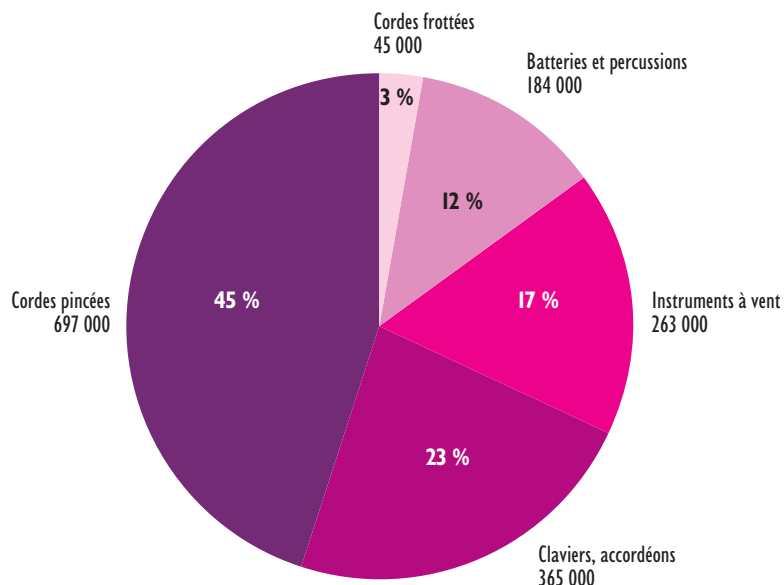
> Acheter pour soi ou pour ses enfants

Les acheteurs de cordes frottées se différencient, là encore, de l'ensemble des acheteurs d'instruments : ils sont plus nombreux à pratiquer, achètent et louent pour leurs enfants plus que pour eux-mêmes, majoritairement chez le fabricant et ne prennent pas de cours en ligne. La pratique du violon témoigne souvent d'un certain héritage culturel et représente un marqueur de distinction sociale. On sait qu'elle débute très tôt (à 10 ans ou moins) et se poursuit tout au long de la vie, jusqu'à un âge avancé, en privilégiant des instruments de qualité, de milieu ou de haut de gamme.

Les claviers-accordéons et les batteries et percussions attirent principalement les plus jeunes (18-24 ans), ce qui s'explique en partie par les modes musicales actuelles, tandis que les instruments à vent et les cordes pincées attirent des acheteurs plus âgés (25-54 ans). Les cordes frottées se démarquent

PRÈS DE 700 000 INSTRUMENTS À CORDES PINCÉES VENDUS CHAQUE ANNÉE

Ventes annuelles d'instruments de musique en France (neufs et d'occasion), en quantité, par famille de produits



Source : enquête CRÉDOC 2017.

avec une clientèle aux âges plus variés, notamment une part relativement élevée de 65 ans et plus (18 %), ainsi que des acheteurs plus aisés que la moyenne (59 % de professions et catégories sociales supérieures).

> Un quart des achats par Internet

Les achats sont, pour moins de la moitié, réalisés dans un magasin revendeur. La proportion relativement élevée d'achat d'instruments d'entrée de gamme explique en bonne partie qu'Internet représente environ un quart du marché. À l'opposé, la faible part des instruments haut de gamme explique que seulement 10 % des achats soient effectués chez les fabricants (luthiers, facteurs de pianos...), à l'exception des cordes frottées (47 %) qui font partie des instruments plus chers. Les achats entre particuliers représentent une part non négligeable du marché : 12% pour les claviers-accordéons et les cordes pincées et même 17 % pour les batteries-percussions.

Le recours à la location, encore très modeste, progresse régulièrement. Il représente actuellement 22 % des

actes d'achat. Pour les claviers-accordéons et les cordes pincées, la durée de location est majoritairement de moins de trois mois, laissant supposer que les loueurs passent ensuite à l'achat d'un instrument ou qu'ils abandonnent la pratique musicale.

Pour les autres familles d'instruments, la durée de location est majoritairement de douze à vingt-quatre mois, voire plus de deux ans pour les cordes frottées. Une faible proportion de locations est effectuée par Internet, avec un maximum de 14 % pour les batteries-percussions.

> Une offre encore artisanale mais en progression

La facture instrumentale est caractérisée par la prédominance des petites structures (moins de 20 salariés), parmi lesquelles de nombreuses entreprises artisanales avec très peu, voire aucun salarié. Ces entreprises sont positionnées sur des niches à forte valeur ajoutée, souvent sur un seul type de produits. Peu de groupes manufacturiers affichent une présence internationale et une plus grande diversité d'activité. Si les entreprises estiment rencontrer

des difficultés sur un marché français en berne, leur activité progresse. Elles parviennent à trouver des relais à l'exportation, avec un taux d'export compris entre 49 et 57 %. C'est notamment le cas d'acteurs industriels positionnés sur le haut de gamme et bénéficiant de la notoriété de leur marque sur les marchés internationaux. Globalement, les entreprises ont réalisé d'importants gains de productivité (4,8 % par an en moyenne entre 2009 et 2015), soit près de deux fois ceux de l'industrie manufacturière, grâce à une politique d'investissement ambitieuse de la part des plus grandes entreprises en recherche et développement et en machines numériques de production.

> Marché en recul, services en hausse

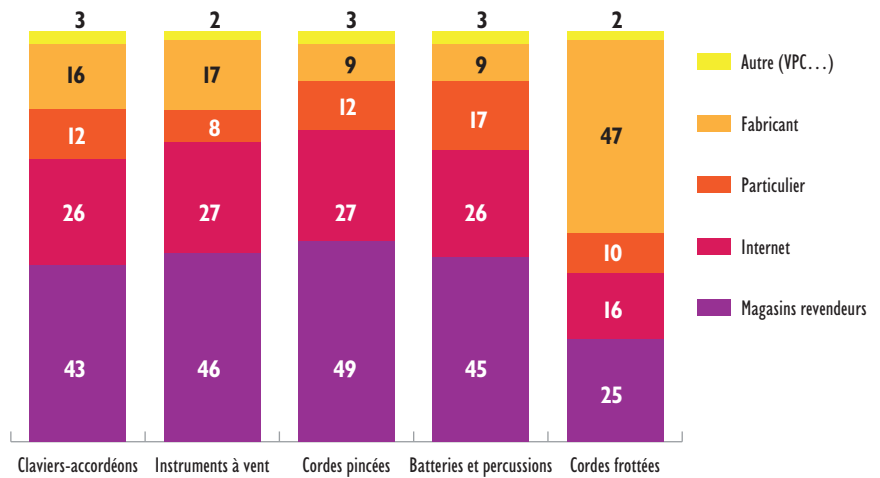
Les entreprises font état d'un marché français en recul, et ce depuis plusieurs années, sous le double effet de la baisse des volumes de vente et d'une érosion continue des prix. Par ailleurs, l'augmentation des importations (+22 % entre 2009 et 2015) fragilise encore les producteurs français, notamment les plus modestes. Cependant, ils ont su trouver des relais à leur activité traditionnelle de ventes d'instruments et d'accessoires neufs. Ainsi, le secteur de l'entretien et de la réparation représente une part importante de l'activité de beaucoup d'entreprises. De plus, le marché des produits d'occasion semble porteur, et une part croissante d'acteurs s'y positionne. Enfin, le segment de la location, encore très modeste, progresse régulièrement bien qu'il s'agisse d'un métier très spécifique.

> Un environnement de plus en plus concurrentiel

Dans cet environnement concurrentiel mondialisé, le secteur doit faire face à la montée en puissance rapide des ventes en ligne. Les nouvelles pratiques d'achats des jeunes générations et une offre performante, mais surtout d'origine étrangère, viennent bouleverser l'aval de la filière, plus particulièrement

ENVIRON UN QUART DES ACHATS PASSE PAR INTERNET

Les circuits d'achat par famille d'instruments (en quantité)



Source : enquête CRÉDOC 2017.

les magasins généralistes sans atelier de fabrication.

Quant aux bonnes performances à l'exportation, elles ne doivent pas masquer le fait que le marché français est largement assuré par les importations, conférant au secteur une balance commerciale largement négative (les exportations ne représentent que 71 % des importations, contre 96 % pour l'industrie manufacturière). Ainsi, en 2016, le niveau des importations (en quantité) est équivalent à celui du marché intérieur neuf, soit un peu plus d'1 million d'unités.

Les exportations françaises d'instruments de musique ont augmenté de 24 % entre 2012 et 2016. Cependant, sur cette même période, les importations ont progressé de manière très comparable (+22 %). Au final le déficit commercial se creuse (-81 M€ en 2012, -95 M€ en 2016, cf. graphique).

Les exportations sont dues, pour l'es-

sentiel, aux performances de quelques entreprises industrielles, essentiellement positionnées sur des instruments haut de gamme et très appréciés sur les marchés étrangers. Ainsi les fabricants français ont exporté près des deux tiers (63 %) de leur production en 2015 (pour comparaison, le taux d'exportation est de 36 % pour l'industrie manufacturière).

L'Allemagne et la Chine représentent les principaux fournisseurs, avec respectivement 28 % et 22 % des importations, suivis par l'Indonésie, à un niveau plus modeste. Cette concurrence portait auparavant sur les produits d'entrée de gamme ; elle monte progressivement en valeur, menaçant davantage l'offre française sur les produits moyen et haut de gamme.

Si nous importons avant tout des accessoires depuis l'Allemagne (43 % des importations en provenance de ce pays), ce sont surtout des pianos et claviers numériques (32 %) ainsi que des guitares (14 %) que la France achète aux Chinois. De même, nous importons essentiellement des pianos numériques à l'Indonésie (42 % des importations de ce pays).

À l'inverse la France exporte surtout des instruments à vent dit « bois » (un tiers de nos exportations), des accessoires pour instruments à vent (16 %) et des instruments à vent dit ●●●

PART DES 3 PRINCIPAUX PARTENAIRES DE LA FRANCE POUR LES IMPORTATIONS (DONNÉES 2016, VALEUR EN %)

Allemagne	28,4
Chine	21,7
Indonésie	13,9

Source : douanes.

« cuivres » (12 %). Les exportations françaises sont destinées notamment aux marchés américains (14 % en 2016), au Japon (13 %), l'Italie (12 %), l'Allemagne (11 %) et l'Espagne (10 %).

> Une filière performante sur le haut de gamme et attractive...

Le positionnement de l'offre sur le haut et très haut de gamme procure à la filière française une image forte de savoir-faire et de créativité, reconnue au niveau mondial.

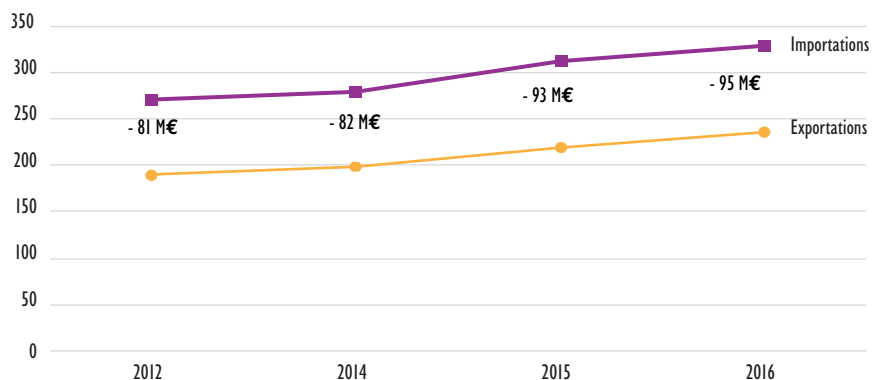
La filière française de formation aux métiers de la facture instrumentale est très performante, notamment d'un point de vue qualitatif, et les structures d'apprentissage (écoles, conservatoires) sont de très bon niveau. Cela constitue un réel atout pour la filière, notamment en renforçant son image au niveau international. Le choix de nombreux jeunes, personnes en reconversion ou retraités, de s'installer en tant que luthier demeure un point positif, indiquant que le secteur demeure attractif pour les personnes désireuses de créer leur propre entreprise.

> ... mais la demande évolue vers l'entrée de gamme

L'offre française est essentiellement positionnée sur du haut et très haut de gamme. Toutefois, le marché a évolué au profit de l'entrée de gamme. Ce phénomène est structurel : il est induit par la démocratisation de la pratique musicale depuis les années 70 qui tire les prix vers le bas ; à cela s'ajoute l'augmentation du rapport qualité/prix

L'ÉCART SE CREUSE ENTRE IMPORTATIONS ET EXPORTATIONS

Évolution des échanges (en M€) du secteur et montant du déficit commercial



Source : douanes.

Lecture : entre 2012 et 2016, l'écart entre importations et exportations d'instruments de musique est passé de 81 à 95 millions d'euros.

SYNTHÈSE DES FORCES ET FAIBLESSES DE L'OFFRE FRANÇAISE

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Positionnement sur le haut/très haut de gamme de l'offre française • Niveau de performance très élevée de la filière française de formation • Secteur attractif (notamment pour les jeunes, les personnes en reconversion, les retraités) 	<ul style="list-style-type: none"> • Décalage entre offre et demande sur le marché français • L'offre française est mal favorisée par les circuits de prescription • Les contraintes budgétaires des collectivités locales • Absence de condition d'installation

des instruments générée par l'optimisation des processus de production.

L'évolution vers l'entrée de gamme est aussi favorisée par les professeurs qui ont désormais tendance à orienter les élèves vers des instruments moins chers, souvent pour tenir compte de la contrainte de pouvoir d'achat des ménages. De même, les collectivités locales, conservatoires et écoles de musique, souvent pour des raisons de contraintes budgétaires, optent pour

l'achat d'instruments de moindre qualité que par le passé, pénalisant ainsi les acteurs nationaux au profit d'acteurs étrangers plus compétitifs.

Enfin, le fait que le métier ne soit pas soumis à des conditions d'installation peut nuire à l'image d'une profession parfois exercée par des luthiers ne maîtrisant pas suffisamment les techniques nécessaires : cela peut laisser penser que la qualité n'est pas toujours garantie. ■

Pour en savoir plus

> « Évaluation du marché de la facture instrumentale française », étude réalisée par le CRÉDOC pour le compte de la Direction générale des entreprises (DGE) et de la Chambre syndicale de la facture instrumentale (CSFI).