



# Quand la guitare [s']électrise !

Benoît Navarret,  
Marc Battier,  
Philippe Bruguière  
& Philippe Gonin

# MusiqueS

La guitare électrique serait-elle l'instrument emblématique du xx<sup>e</sup> siècle? Son histoire a marqué plusieurs générations de musiciens et d'auditeurs: sa sonorité et sa puissance (qu'elle doit aussi à ses composants externes: pédales d'effets, amplificateurs et haut-parleurs), sa versatilité, son impact visuel et toutes les significations qui lui ont été associées en font un objet incontournable, une véritable icône planétaire.

Et pourtant l'étude scientifique de son histoire, de son répertoire ou de sa technologie n'a fait que commencer, tout en allant en s'amplifiant. Peu connue, la recherche menée autour de cet instrument mérite qu'on s'y attarde, tant les approches possibles sont riches et variées: car l'instrument ne peut s'étudier en-dehors de son contexte, ni sans raconter l'histoire de ces pionniers qui se mirent à bricoler des formes hybrides d'instruments, puisant dans l'organologie classique en la mêlant aux techniques de la radio, du microphone et de tout ce que « la fée électricité » a pu apporter en matière d'innovation sonore. L'on ne peut aussi ignorer la construction symbolique de ces figures mythiques, les *guitar heroes*, qui font rêver les foules et alimentent les fantasmes de nombreux amateurs. Sans oublier la multiplicité de ses usages, du club intimiste aux gigantesques stades ou festivals, de son expérimentation dans la musique contemporaine au refus délibéré de la virtuosité dans des genres plus nihilistes, et même dans certaines pratiques religieuses!

# QUAND LA GUITARE [S']ÉLECTRISE !

*À la mémoire d'André Duchossoir (1949-2020)*

# MusiqueS

## Série « MusiqueS & Sciences » – Instrumentarium

Issue des travaux interdisciplinaires soutenus par l'Institut Collegium Musicae de l'Alliance Sorbonne Université depuis sa création en 2015, la série « MusiqueS & Sciences » est une collection dont le but est de susciter, développer et valoriser les recherches ayant pour sujet les musiques, passées et présentes, de toutes origines. Elle invite ainsi à mêler les disciplines des sciences humaines et des sciences exactes telles que l'acoustique, les technologies de la musique et du son, la musicologie, l'ethnomusicologie, la psychologie cognitive, l'informatique musicale, mais aussi les métiers de la conservation et de la lutherie.

\*

Le Collegium Musicae – institut de Sorbonne Université – regroupe des organismes de recherche et de formation spécialisés dans le domaine musical. Il favorise, depuis sa création en 2015, les travaux menés en interdisciplinarité entre sciences exactes, sciences humaines et pratiques musicales. La collection « Instrumentarium », consacrée aux instruments et familles d'instruments, est la première des séries de publications issues des travaux scientifiques du Collegium Musicae. Suscitant le croisement des regards entre acousticiens, musicologues, musiciens et luthiers, ces travaux permettent la confrontation inédite de données et analyses acoustiques, organologiques et techniques, historiques et culturelles, ainsi que celles relevant de la création et de l'innovation.

Composantes du Collegium Musicae : IReMus, Institut de recherche en musicologie (UMR: CNRS, Sorbonne Université, BnF, ministère de la Culture); équipe LAM, Lutheries, Acoustique, Musique (Institut Jean-le-Rond-d'Alembert, UMR: CNRS, Sorbonne Université, ministère de la Culture); STMS-Ircam, Sciences et technologies de la musique et du son (UMR: CNRS, Ircam, ministère de la Culture, Sorbonne Université); ECR, Équipe conservation recherche-musée de la Musique, Cité de la musique – Philharmonie de Paris (Centre de recherche sur la conservation, USR: CNRS, MNHN, ministère de la Culture); équipe SCC, systématique et catégorisation culturelles (ecoanthropologie et ethnobioogie, UMR: CNRS, MNHN, université Paris VII); BMBI, biomécanique et bioingénierie (UMR: CNRS – UTC); PSPBB, pôle supérieur Paris-Boulogne-Billancourt; COSU, Chœur & Orchestre Sorbonne Université; UFR Musique et musicologie (Sorbonne Université); UFR d'Ingénierie (Sorbonne Université).

Benoît Navarret, Marc Battier,  
Philippe Bruguère & Philippe Gonin (dir.)

# Quand la guitare [s']électrise !

SORBONNE UNIVERSITÉ PRESSES  
Paris

Ouvrage publié avec le concours du Collegium Musicae  
et de la faculté des Lettres de Sorbonne Université.  
Les SUP sont un service général de la faculté des Lettres de Sorbonne Université.  
© Sorbonne Université Presses, 2022  
Image de couverture : Music wood photography — pxhere.com

|                                                                                                                                                         |                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Quand la guitare [s']électrise · édition papier                                                                                                         | 979-10-231-0714-2        |
| Quand la guitare [s']électrise · PDF complet                                                                                                            | 979-10-231-2365-4        |
| Éric de Visscher · Avant-propos                                                                                                                         | 979-10-231-2366-1        |
| Marc Battier, Philippe Bruguère, Philippe Gonin & Benoît Bavarret · Introduction                                                                        |                          |
| 1 André Duchossoir · Naissance de la guitare électrique : entre progrès technologiques majeurs et quête d'un nouvel idiome musical                      | 979-10-231-2367-8        |
| 2 Matthew W. Hill · The hidden history of the electric guitar                                                                                           | 979-10-231-2368-5        |
| 3 Panagiotis Pouloupoulos · Reflecting the 1950s Popular Lifestyle: The Danelectro 3412 Short Horn Bass                                                 | 979-10-231-2369-2        |
| 4 Arthur Paté · An acoustician's approach of the solid body electric guitar                                                                             | 979-10-231-2370-8        |
| 5 Otsol Lähdeoja · Augmenting the Guitar: analysis of hybrid instrument development informed by case studies                                            | 979-10-231-2371-5        |
| 6 Loïc Reboursière · Traitement sonore polyphonique et contrôle gestuel instrumental : retour sur une mise en œuvre pratique de la guitare hexaphonique | 979-10-231-2372-2        |
| 7 Régis Dumoulin · Fender et Gibson : de la concurrence au partage du marché                                                                            | <b>979-10-231-2373-9</b> |
| 8 Steve Waksman · Instruments of Whose Desire? The Electric Guitar and the Shaping of Women's Musical Experience                                        | 979-10-231-2374-6        |
| 9 Guillaume Gilles · Link Wray, à la recherche du son sale et sauvage                                                                                   | 979-10-231-2375-3        |
| 10 William Etievent Cazorla · De l'effet de bord à l'effet sonore : la guitare saturée entre performances techniques et performances artistiques        | 979-10-231-2376-0        |
| 11 Viviane Waschbüsch · La guitare électrique puriste et virtuose des années 1940 à 1960 dans les interprétations de Django Reinhardt et George Barnes  | 979-10-231-2377-7        |
| 12 Amy Brandon · Perceptual and visuomotor feedforward patterns as an element of jazz guitar improvisation practice and pedagogy                        | 979-10-231-2378-4        |
| 13 Laurent Grün & Pascal Charoin · L'amplification : esquisse d'analyse comparée de l'engagement corporel des bassistes et des guitaristes              | 979-10-231-2379-1        |

Direction des publications du Collegium Musicae : Achille Davy-Rigaux  
Direction du Collegium Musicae : Benoît Fabre  
Mise en page : 3d2s/Emmanuel Marc DUBOIS (Paris/Issigeac)

## SUP

Maison de la Recherche  
Sorbonne Université  
28, rue Serpente  
75006 Paris  
tél. : (33) (0)1 53 10 57 60

sup@sorbonne-universite.fr

<https://sup.sorbonne-universite.fr>

CHAPITRE 7

FENDER ET GIBSON :  
DE LA CONCURRENCE AU PARTAGE DU MARCHÉ

\*

FENDER AND GIBSON:  
FROM COMPETITION TO MARKET SHARE

*Régis Dumoulin*

*GRANEM, EA7456, université d'Angers,  
granem.univ-angers.fr et ISC Paris*

179

## RÉSUMÉ

En stratégie d'entreprise, l'innovation est généralement présentée comme une nécessité, afin que l'entreprise puisse maintenir ou développer son avance sur la concurrence. Qu'elle soit centrée sur le produit ou sur les procédés, l'innovation doit reposer sur la réalisation de nouveaux savoirs et compétences afin de créer de la valeur, donc des ressources financières. Ce discours, omniprésent dans notre économie contemporaine, peut faire oublier qu'il existe certains secteurs économiques pour lesquels le recours systématique à l'innovation n'est pas créateur de richesse et ne constitue ni un avantage concurrentiel ni un argument de vente. La lutherie classique, industrielle ou artisanale, est de ceux-là. Il s'agit de comprendre s'il en est de même pour la guitare électrique *solid body*, emblème incontesté de la musique rock des années 1960 à nos jours, et instrument électrique le plus vendu au monde.

180

Si l'on compare le violon à la guitare électrique *solid body*, on peut se figurer d'un côté un instrument traditionnel qui n'évolue plus depuis que l'école de Crémone en a fixé les canons au début du XVIII<sup>e</sup> siècle et de l'autre un instrument moderne qui semble répondre aux exigences des clients tant en matière de gamme diversifiée et étendue que de renouvellement régulier des produits. Si les standards du violon sont désormais installés et partagés par tous les acteurs de la profession, ceux de la guitare électrique semblent toujours en évolution, dans un univers social et musical en constante transformation. Or, l'examen attentif de la guitare électrique *solid body*, la lecture d'ouvrages de référence et de revues spécialisées ainsi qu'une compréhension de l'histoire de la guitare électrique sous l'angle de l'innovation relativise cette impression de foisonnement. La faute en serait au musicien, qui bien que moderne, serait conservateur au point de rejeter tout renouvellement de l'instrument. Mais l'entreprise a également sa part de responsabilité. Les deux leaders de l'industrie que sont Fender et Gibson ont chacun imposé un standard de la guitare électrique via des trajectoires de développement différentes. En revisitant sans cesse leur passé, ces firmes se sont partagé le marché et ont empêché, parfois à leur corps défendant, l'émergence d'innovations radicales issues de la concurrence ou même développées en interne. La crise commerciale que



traverse actuellement la guitare électrique *solid body* pourrait peut-être ouvrir des pistes d'évolution plus radicales pour cet instrument.

## BIOGRAPHIE

Régis Dumoulin est professeur en sciences de gestion à l'université d'Angers et professeur associé à l'ISC Paris Business School. Il est également membre du comité d'orientation scientifique et technique de l'Institut technologique européen des métiers de la musique (ITEMM – Le Mans, France). Ses travaux de recherche portent sur les stratégies de rupture, la transformation radicale des business models traditionnels et sur la légitimité des choix stratégiques.

181

Contact : [regis.dumoulin@univ-angers.fr](mailto:regis.dumoulin@univ-angers.fr)

## ABSTRACT

Innovation is now seen as the essential resource when a company seeks to develop a competitive advantage. Whether it focuses on the product or the process, innovation must be based on the creation of new knowledge and skills, with the objective of value creation. Nevertheless, there are economic sectors in which the systematic pursuit of innovation is not the path to wealth and does not constitute either a competitive advantage or a selling point. Traditional stringed instrument making, both industrial and artisanal, is one of these. This focus aims to determine whether this also applies to the *solid body* electric guitar, the undisputed symbol of popular music from the 1960s to the present and the most widely sold electric instrument in the world.

While the shop-window of a maker of instruments for string quartets is dominated by brown and sepia hues, and instruments of carefully-graded shapes, the window of a shop selling instruments for modern music displays a variety of colors and shapes. Seen "through the shop window", modern industrial instruments appear to be responses to their customers' requirements regarding an extensive and diversified range and a regular turnover of products. Whereas canons of the violin are well established

and shared by everyone in the profession, canons for the electric guitar seem to be in constant evolution, in an ever-changing social and musical universe. However, a careful study of “the shop window” offered by trade journals and a re-examination of the history of the electric guitar from the standpoint of innovation places this abundance in perspective. The fault appears to lie with the musicians: they may be modern, but they are conservative to the point of rejecting innovation. However, companies also bear their share of the responsibility. This presentation belongs to the academic field of the firm strategy.

182

## BIOGRAPHY

Régis Dumoulin is Full Professor in Management Science at the University of Angers and Associate Professor at ISC Paris Business School. He is also member of the Scientific et Technical Committee of the Institut Technologique Européen des Métiers de la Musique (ITEMM – Le Mans, France). His research focuses on strategic intent, radical transformation of business models and on the legitimacy of strategic choices.

Contact : [regis.dumoulin@univ-angers.fr](mailto:regis.dumoulin@univ-angers.fr)

## INTRODUCTION

Selon le rapport du NAMM<sup>1</sup> (2015), les guitares (et basses) électriques représentent 27,1 % du total des ventes dans l'univers guitaristique, comprenant les guitares acoustiques (36,4 %), les effets (12,3 %) les cordes de guitare (10,3 %), les amplificateurs (10 %) et les ukulélés (3,9 %). En 2014, il s'est vendu 1 132 250 guitares électriques, soit 2 % de plus qu'en 2013 ; le chiffre d'affaires, de 505,9 millions de dollars, est en croissance de 8,3 %. Le marché évolue. Les consommateurs se tournent vers des produits plus chers, mais ils vieillissent et se renouvellent moins qu'auparavant.

La *solid body* est le type de guitare électrique le plus vendu. Cette guitare, sans caisse de résonance, a vu son essor au début des années 1950 aux États-Unis. Dès lors, deux approches de la lutherie contemporaine ont donné naissance à deux conceptions distinctes de la guitare électrique *solid body*. L'une, ancrée dans la tradition luthière, est celle de Gibson, leader historique de l'industrie. L'autre, révolutionnaire, est celle de Fender qui, sans avoir aucune des ressources nécessaires au métier de luthier, a su imposer un nouveau standard industriel qui côtoie désormais celui de son concurrent direct, Gibson.

Il est cependant d'usage de commencer l'histoire de la guitare électrique *solid body* aux États-Unis, en 1931. Le constructeur américain Rickenbacker crée le premier modèle, surnommée « the Frying Pan » (la « poêle à frire ») : une guitare hawaïenne au petit corps rond pourvu d'un micro électromagnétique permet, via un amplificateur, de restituer le son des cordes en vibration. La guitare électrique répond à la nécessité des guitaristes, notamment de jazz, de se faire entendre au sein d'un ensemble instrumental composé d'instruments particulièrement sonores – cuivres, batterie... – dont le big-band des années 1930 est l'emblème. Les musiciens utilisent la mandoline et le banjo. Leur sonorité est intéressante,

---

1 NAMM : le National Association of Music Merchants (créée en 1901) est une association internationale de professionnels de la production et de la distribution d'instruments de musique. Elle organise le NAMM Show, plus grand salon professionnel de l'industrie musicale dont une première édition se tient chaque début d'année en Californie. L'association publie chaque année une analyse économique sommaire du marché des instruments.

aiguë pour la mandoline, puissante pour le banjo ténor, mais ne permet pas l'expressivité de la guitare jusqu'alors acoustique.

La démarche d'alors est d'augmenter la taille des guitares acoustiques, donc le volume de la caisse et la projection sonore de l'instrument. En 1934, Gibson crée ainsi la *L-5, archtop* de dix-sept pouces<sup>2</sup>, puis la *Super 400* de dix-huit pouces<sup>3</sup>. Cependant, le procédé est contraint par l'anatomie humaine et l'ergonomie : la stature de l'individu, la longueur de ses bras. L'électrification de la guitare permet de dissocier le jeu de l'instrumentiste de la puissance sonore de l'instrument, en confiant cette dernière à un système d'amplification<sup>4</sup>. En 1936, Gibson commercialise l'*ES-150*, munie d'un microphone « barre »<sup>5</sup> et vendue avec un amplificateur.

184

La guitare s'émancipe d'un statut d'instrument essentiellement rythmique pour devenir un instrument soliste à l'instar des instruments à vent ou du piano. Deux trajectoires technologiques émergent, concurrentes dans un premier temps. D'un côté, l'électrification consiste à pourvoir une guitare acoustique d'un capteur électromagnétique (souvent dénommé « micro » en français). Ce procédé génère des bruits parasites (effet Larsen) dus à la profondeur de la caisse, qui réinjecte le son dans le circuit d'amplification. De l'autre, face aux inconvénients techniques rencontrés, il s'agit de concevoir une guitare sans caisse creuse, qui deviendra la *solid body*, vraie révolution conceptuelle de l'instrument. Deux marques illustrent cette double démarche : Gibson, la firme historique, et Fender, le nouvel entrant dans cette industrie.

Ce texte décrit dans une première partie le développement de la guitare électrique pour chacune des firmes leader du marché. Les deuxième et troisième parties montrent qu'après avoir tenté de se concurrencer, Gibson et Fender se partagent dorénavant le marché, qu'elles entretiennent en exploitant l'histoire de leurs propres guitares électriques. Une conclusion

---

2 Soit 43,18 cm au maximum de la largeur de la table d'harmonie, ce qui correspond à une guitare très imposante.

3 45,72 cm.

4 L'amplificateur électronique à tubes, antérieur à la guitare électrique, est inventé en 1906 par l'américain Lee De Forest.

5 Qui deviendra le micro « Charlie Christian ».

s'interroge enfin sur la relation entre ces stratégies d'entreprise et la possible évolution de l'instrument.

## UNE COMPRÉHENSION DE LA *SOLID BODY* PROPRE À CHAQUE ENTREPRISE

Sans en être l'inventeur, Gibson est l'un des pionniers de l'électrification de la guitare contemporaine, bien avant la réalisation de guitares électriques *solid body*. À l'origine, illustrant le classicisme de la lutherie, Orville Gibson et Lloyd Loar transposent à la mandoline puis à la guitare les principes et les techniques de construction du violon (Carter, 2007). En cohérence avec son savoir-faire, la firme Gibson électrifie ses guitares jazz à caisse bombée. Qualifiées d'*archtop*, elles sont, à l'instar du violon, à table et à fond massifs voûtés, plus tard cintrés à la presse lorsque ces deux éléments seront en bois laminé, contreplaqué ou contre-collé.

En 1935, Gibson propose sa première guitare hawaïenne électrique, la *EH-150*. En 1936, le projet d'une guitare *spanish* électrifiée voit le jour : l'*ES-150*, associée au guitariste de jazz Charlie Christian. L'*ES-250* voit le jour en 1940 ; Gibson dote cette guitare d'une table massive, sur une caisse en bois laminé. L'*ES-175*, en 1949, est quant à elle la première Gibson pourvue d'une table en laminé, censée être moins sensible à l'effet Larsen. Eu égard à sa conception du métier de luthier, la firme Gibson ne croit pas immédiatement en la guitare *solid body* (Dumoulin & Simon, 2008).

La *solid body* est une guitare électrique sans caisse de résonance. Le corps est, à l'origine, une simple planche de bois, à laquelle sont fixés le manche et l'électronique. Cette absence de caisse permet de pousser le volume de l'amplification car elle supprime presque intégralement les vibrations parasites qui produisent le Larsen. Après la « Frying Pan », il est admis que la première guitare électrique *solid body* ait été fabriquée par Paul Bigsby pour le guitariste country Merle Travis en 1948. Elle a certainement été plus qu'une source d'inspiration pour Leo Fender lorsqu'il a conçu sa première guitare électrique (Bacon, 2007).

On doit à ce dernier la mise au point et le développement industriel et commercial de cette innovation majeure. Fender est un nouvel entrant dans le secteur de la facture instrumentale. Il définit à la fois un nouvel

instrument et un nouveau mode de production des instruments de musique, jusqu' alors fabriqués artisanalement. La nouveauté est double, à la fois sur le plan sonore et sur celui de l'organisation taylorienne de la production de la guitare. La *solid body* Fender signe l'ère de la guitare industrielle.

Leo Fender n'est ni un musicien ni un luthier, mais un comptable. Passionné d'électronique, il ouvre un magasin de réparation de radios et d'éléments de sonorisation, fréquenté entre autres par des musiciens. Dès 1945, il se lance, avec son associé Doc Kauffman dans la fabrication de guitares hawaïennes, de lap-steel et de petits amplificateurs. Pour tester des micros de guitare, Fender construit une *solid body* rudimentaire.

186

En 1949, très à l'écoute des besoins et doléances exprimés par les musiciens qui fréquentent sa boutique, Leo Fender entreprend la synthèse des expérimentations des luthiers sur la guitare *solid body*. L'entrepreneur réalise le prototype de ce qui est considéré comme la première des guitare modernes, la *Telecaster*, surnommée moqueusement la rame, la pelle ou la planche... Sa fascination pour les machines l'amène à intégrer l'idée de production industrielle (Bacon, 2007, p. 11). Ses premiers travaux sur les lap-steel électriques s'inscrivent dans cette logique. Technologiquement très simples, ils sont conçus et produits de manière standardisée, sans aucun travail artisanal. Le succès commercial aidant, cette conception de l'instrument de musique est le déterminant fondamental de la trajectoire technologique développée par Fender qui, dès lors, entraîne dans la même logique industrielle l'ensemble des concepteurs de la guitare électrique *solid body*. En 1950, Fender produira l'*Esquire*, qui prendra le nom de *Telecaster* en 1951.

Le modèle Fender est en rupture totale avec ce qui se fait alors sur le marché, très éloigné, sans rapport esthétique ou sonore avec les modèles issus de la lutherie jazz. Les coûts de production sont réduits : les parties qui composent la guitare sont en bois ordinaire, le corps est une planche de bois et le manche y est fixé à l'aide de vis. Les découpes sont rudimentaires et la guitare est facilement assemblée. Le son est aigu, sans beaucoup d'épaisseur. À ses débuts, la *Telecaster* peine à se faire accepter. C'est sûrement son côté pratique et son prix de vente relativement faible qui poussent à son adoption.

Leo Fender écoute avec bienveillance les commentaires critiques des utilisateurs de la *Telecaster*. Ceux-ci se plaignent de son manque de confort, notamment en raison des arêtes des contours du corps. En 1954, la Fender *Stratocaster* est donc lancée. La conception industrielle reste la même ainsi que le choix des matériaux. Cependant, l'instrument est ergonomiquement chanfreiné pour le confort du guitariste au niveau de l'avant-bras droit et de l'abdomen. Autre atout de ce modèle, la *Stratocaster* est munie d'un chevalet vibrato, actionnable au moyen d'une tige en métal qui permet de détendre les cordes et de modifier la hauteur des notes jouées.

Sur le plan industriel, le procédé de fabrication est rationalisé et optimisé : lutherie et électronique sont traitées séparément et se rejoignent en fin de processus ; l'électronique est montée préalablement sur une plaque de plastique, qui est ensuite vissée au corps de la guitare. Le corps de la guitare est creusé de manière à recevoir l'arrière de la plaque de plastique. Le processus réduit les tâches coûteuses en temps (comme la soudure des micros à même l'instrument) mais supprime l'intégrité de la table d'harmonie.

Cette conception de la *solid body* n'est cependant pas partagée par tous les acteurs du marché. La firme Gibson, créée en 1902, s'inscrit dans une longue histoire d'instruments à cordes pincées de facture traditionnelle. Sa compréhension de la guitare électrique s'inscrit dans cette conception, qui est aux antipodes de la *solid body* de Fender. Il s'agit dans un premier temps – on l'a dit – d'amplifier des guitares acoustiques. Gibson refuse, en 1946, un prototype proposé par le guitariste Les Paul. Surnommé « la bûche » (« the Log »), son corps est composé d'une poutre centrale en pin sur laquelle sont fixés un manche, deux micros et un chevalet vibrato. Les Paul a « greffé », de part et d'autre de la poutre, les deux moitiés de caisse d'une guitare de marque Epiphone.

Le succès rencontré par Fender pousse cependant Gibson à lancer le modèle *Les Paul* en 1952<sup>6</sup>. Cette guitare électrique est une *solid body* qui

6 D'après Lester William Polsfuss, connu à la scène sous le nom de « Les Paul », compositeur, guitariste et chanteur célèbre, avec qui Gibson poursuit sa politique d'*endorsement* (c'est-à-dire une collaboration commerciale et technique avec des artistes populaires).

s'inscrit dans la longue histoire des guitares à caisse Gibson. L'entreprise n'a pas remis en cause son savoir-faire pour aborder un nouvel instrument, mais l'a inscrit intégralement dans sa tradition. Des modèles *archtop*, la *Les Paul* reprend sa configuration à deux micros *P-90* fixés à la table, un réglage de volume et de tonalité par micro, une silhouette classique en forme de 8 pour le corps, trois mécaniques de chaque côté de la tête et des bois habituellement utilisés dans la facture de la guitare : un manche et un corps en acajou, ainsi qu'une table en érable rapportée, ces deux essences choisies pour leurs qualités acoustiques reconnues. Enfin, sa fabrication est plus complexe que celle de la *Telecaster*. La *Les Paul* reçoit une table massive galbée. L'instrument est unifié à la colle, dans la tradition des guitares de jazz, rendant toute réparation difficile à réaliser, notamment en cas de casse du manche. Le choix de Gibson est donc de se démarquer de Fender en proposant au marché un modèle plus luxueux, en offrant des guitares haut de gamme. À cette époque, Fender ne possède ni le savoir-faire ni l'outillage nécessaires à l'usinage en forme de voûte des tables de guitare (Navarret, 2013).

Gibson sait néanmoins faire « simple » : la *Les Paul Junior* (milieu des années 1950) possède un corps plat en acajou, un manche collé en acajou, un seul micro, pas de filets de touche ou de corps. La technique de construction reste cependant dans la tradition du métier de luthier. Cette guitare bon marché complète la gamme d'instruments de la firme par une offre destinée aux débutants ou aux guitaristes peu fortunés. Hormis le manche collé, elle pourrait avoir été fabriquée par Fender. Même dans ce segment de marché, Gibson veut préserver son savoir-faire et se différencier de son principal concurrent Fender en lui renvoyant une image d'entrée de gamme.

Gibson prend conscience qu'elle a été longue à réagir à l'avènement du rock'n'roll (Carter, 2007, p. 41). En 1958, la firme veut rompre avec son image traditionnelle et propose donc trois guitares : la *Flying V*, l'*Explorer* et la *Moderne*. Les formes sont droites, anguleuses et inédites dans l'univers sensuel de la guitare électrique. La révolution n'est toutefois qu'esthétique car la technique de construction, d'assemblage, et les bois employés (le korina, un acajou d'Afrique) sont dans la lignée du savoir-faire Gibson. Trop en marge de l'esprit Gibson, ces guitares ne trouvent



pas leurs clients, acquièrent à l'époque le statut de curiosité invendable et sont retirées du catalogue.

La même année, Gibson met au point l'*ES-335*, une guitare électrique qui semble plus en ligne avec son histoire, alliance de tradition et d'innovation, créant une troisième voie dans l'électrification de la guitare : une caisse peu profonde (*thinline*), plus proche d'une *solid body* que d'une archtop de jazz, une table et un fond bombés ainsi que des éclisses en laminé – déjà employées sur l'*ES-175* –, des ouïes en *f*, un double pan coupé et une poutre centrale en érable massif. L'*ES-335*, selon l'argumentaire, réunit le meilleur des deux mondes : la chaleur de la guitare de jazz avec le *sustain* et le confort de la *solid body*. En outre, la caisse, d'épaisseur réduite, est traversée par un bloc de bois qui permet de réduire l'effet Larsen.

Si la *Les Paul* est la réaction de Gibson à la première *solid body* de Fender, la *Telecaster*, la concurrence frontale s'exprime entre les deux marques lorsque Gibson décide de contrer la *Stratocaster* en lançant un nouveau modèle. Les ventes de *Les Paul* sont jugées décevantes par Gibson dès la fin des années 1950. Pour les relancer, la firme redessine le modèle et sort en 1961 la *SG*<sup>7</sup>. Une analyse comparée des deux modèles montre des conceptions très différentes.

La *SG* semble plus complexe à fabriquer que la *Stratocaster* mais plus simple qu'une *Les Paul* :

- la tête, typique Gibson, est inclinée vers l'arrière. Elle comporte deux groupes de trois mécaniques disposées symétriquement de part et d'autre de la tête, alors que la tête de la Fender *Stratocaster*, redessinée par rapport à la *Telecaster* est dans le plan du manche et possède toujours les six mécaniques en ligne sur sa tranche supérieure. La jonction corps-tête de la *SG* offre une fragilité en raison de l'absence de matière due au placement de la barre de renfort (*truss rod*) dont le réglage se fait à la base de la tête. Moins pratique mais plus solide, la courbure du manche de la *Stratocaster* se règle par une vis située sous la plaque de protection, qui nécessite d'ôter celle-ci pour l'atteindre. Le

7 Qui, bien que très différente de la *Les Paul*, portera le nom du célèbre guitariste américain jusqu'en 1962. Elle est dans cet article d'emblée appelée *SG* pour éviter la confusion.

manche de la *SG* est donc un peu plus complexe à fabriquer que celui de la *Stratocaster* ;

- le manche de la *Stratocaster* est en érable, bois très rigide ; celui de la *SG* est en acajou, bois plus tendre. La *SG* possède une touche rapportée en palissandre, comportant des repères incrustés en nacre et bordée d'un filet. Sans filetage, la touche est initialement en érable, partie intégrante du manche (puis rapportée en érable ou palissandre) chez Fender. Les repères sont des points incrustés. Le travail de lutherie est donc plus important sur la *SG* que sur la *Stratocaster* ;
- la jonction corps-manche est assurée par collage sur la *SG* et par vissage sur la *Stratocaster*. Le modèle de Gibson demande donc davantage de temps et de maîtrise technique ;
- les chanfreins sont ergonomiques sur la *Stratocaster*, pensés pour le confort de l'abdomen ou de l'avant-bras. Ils sont essentiellement décoratifs sur la *SG* : ils sont abrupts et cassent les angles sur l'ensemble du corps ;
- le choix de la couleur est limité chez Gibson : il s'agit d'un vernis qui laisse apparaître le bois. Visible, ce dernier doit être dépourvu d'imperfections. Fender se fournit en peinture auprès de l'industrie automobile et possède un nuancier plus étendu. La peinture, plus couvrante que le vernis, masque les défauts éventuels du bois ;
- l'électronique de la *SG* est vissée dans le corps, malgré la plaque de protection (*pickguard*) qui recouvre la face avant du corps de l'instrument en entourant les micros. La pose des micros nécessite de manipuler la guitare. Les micros et potentiomètres de la *Stratocaster* sont préalablement montés sur le *pickguard* et fixés plus facilement sur le corps de la guitare en fin de processus de fabrication ;
- Sur la *SG*, le vibrato *Maestro* à action latérale est encombrant et pose des problèmes de stabilité, deux inconvénients absents du « *synchronized tremolo* » de Fender à action verticale, qui combine chevalet et cordier. Le vibrato Gibson nécessite le maintien d'un chevalet de type *Tune-o-matic*. Il sera abandonné rapidement.

Gibson et Fender n'ont donc pas la même conception de la guitare. La première sponsorise des « stars », notamment du jazz, et produit des guitares de concert, objets de prestige identifiés à des musiciens phare

(Carter, 2007, p. 60). Son développement repose sur l'exploitation de son savoir-faire de luthier, combiné à des individualités fortes comme le guitariste *Les Paul* ou son dirigeant Ted McCarty<sup>8</sup>. La seconde assemble la guitare du musicien « ordinaire », guitare de bal et outil de travail généraliste. Leo Fender développe ses modèles innovants grâce à un esprit très rationnel et mécaniste, une absence de compétences luthières et une écoute attentive des musiciens et de leurs problèmes. De ces échanges découlent certaines spécificités des guitares Fender, en premier lieu la suppression de la caisse creuse de la guitare au profit de la *solid body* et une guitare de conception modulaire facile à réparer. L'électronique est désormais facile d'accès puisque rapportée à la guitare : les transformations comme les réparations sont aisées.

191

## DE LA CONCURRENCE...

Dès le début du développement de la *solid body*, deux conceptions de la guitare s'affrontent. Celle de Gibson, ancrée dans la tradition luthière, et celle de Fender, résolument moderne, qui ouvre un nouveau paradigme pour la lutherie guitare, mais plus généralement pour la conception et la fabrication industrielle des instruments de musique.

Si Fender aborde la conception et la construction différemment, c'est qu'il n'a pas les savoir-faire de luthiers. La main d'œuvre artisanale compétente est curieusement localisée sur la côte est des États-Unis, où l'on trouve des entreprises traditionnelles ou des ateliers (Epiphone, Gretsch, Guild, D'Angelico...). D'un point de vue stratégique, il refuse la concurrence frontale avec des entreprises déjà bien installées sur le marché de la guitare et d'acquiescer les compétences (le recrutement de luthiers professionnels par exemple) nécessaires pour rivaliser avec elles.

Quant à Gibson, son savoir-faire lui permettrait de concurrencer Fender sur le terrain de la construction industrielle. Simplement, la firme

---

8 Président Gibson Guitar Corporation de 1950 à 1966. Ingénieur de formation, il est à l'origine de nombreuses innovations liées à la guitare électrique.

assure son avantage concurrentiel en préservant sa propre conception de la guitare *solid body* et son positionnement haut de gamme.

Selon Ted McCarty, Gibson a préféré développer un instrument que Fender ne pourrait pas copier, faute de savoir-faire et de machines adaptés<sup>9</sup> ; ainsi la table voûtée de la *Les Paul*, sa filèterie sur le corps et le manche ou encore l'usage de colle plutôt que de vis se révèlent « des conceptions traditionnelles que les concurrents ne peuvent imiter<sup>10</sup> ».

La continuité de Gibson s'illustre dans son développement industriel. En 1957, la marque rachète Epiphone, l'un de ses concurrents les plus actifs dans le domaine de la guitare acoustique et jazz *archtop*. Ce faisant, il renforce encore sa position dans la tradition luthière. Il est intéressant de constater que Gibson n'a pas projeté de développement entrant en compétition frontale avec Fender. Cet investissement s'inscrit dans une logique de préservation. Gibson ne cherche ni à racheter ni à développer en interne un outil de fabrication industriel moderne susceptible de concurrencer Fender, mais à conforter sa place sur le marché.

Quoique plus simples à fabriquer et moins luxueuses, les Fender ne sont pas des guitares à bas coût. Le tableau suivant montre le prix des modèles Fender et Gibson l'année de leur sortie. Ainsi, la *Stratocaster* (1954) est vendue 249,50 dollars sans étui<sup>11</sup>, le même prix que la *Les Paul* (1952), étui inclus<sup>12</sup>. Le modèle *Goldtop* sera vendu 235 dollars en 1955. À cette même époque, la Gibson *ES-175* était vendue 175 dollars.

Tableau 1. Comparaison des prix de lancement des guitares Gibson et Fender

| Modèle           | Esquire (1951) | Telecaster (1951) | Les Paul (1952) | Stratocaster (1954) |
|------------------|----------------|-------------------|-----------------|---------------------|
| Prix (en dollar) | 149,50         | 189,50            | 210             | 249,50              |

9 Carter (1994, p. 190), cité par Navarret (2013, p. 160).

10 «... *traditional designs [that] would not be easily copied by competitors*» (Carter, 2007, p. 56, traduction de l'auteur).

11 Un peu moins de 2 000 euros actuels. Le salaire horaire moyen de l'ensemble de l'industrie en 1954 est de 1,83 dollars (Insee, 1955).

12 Le prix de la guitare seule est de 210 dollars, mais elle est vendue 249,50 dollars en étui (Carter, 2007, p. 36), une différence de 39,50 dollars, soit environ 310 dollars actuels.

Tableau 2. Les tentatives de concurrence frontale au travers de modèles précis entre 1963 et 1991.

| Années | Modèles Fender empruntant à Gibson | Modèles Gibson empruntant à Fender |
|--------|------------------------------------|------------------------------------|
| 1963   |                                    | <i>Firebird</i> « reverse »        |
| 1966   | <i>Coronado</i>                    |                                    |
| 1965   |                                    | <i>Firebird</i> « non reverse »    |
| 1968   | <i>Montego</i>                     |                                    |
| 1976   | <i>Starcaster</i>                  |                                    |
| 1984   | <i>Esprit, Flame, D'Aquisto</i>    |                                    |
| 1985   | <i>Katana</i>                      | <i>Alpha Q-3000</i>                |
| 1987   |                                    | <i>US-1</i>                        |
| 1991   |                                    | <i>M-III Standard</i>              |

Néanmoins, la tentation est forte de marcher sur les plates-bandes de l'autre. Chacun s'y essaie du début des années 1960 à la fin des années 1980. Il est intéressant de noter qu'aucune incursion dans le domaine du concurrent ne rencontrera de succès commercial. Fender va ainsi produire des guitares demi-caisse, un concept d'instrument à l'opposé total de son savoir-faire et des bases de son succès commercial. Pour ce faire, il procèdera à des recrutements externes. Dans les années 1980, la firme de la côte ouest tente, via son site de production japonais, de lancer des modèles concurrençant directement Gibson sur son marché. « Mais l'influence flagrante de Gibson leur fut nuisible. La plupart des musiciens voulaient des vraies Fender de chez Fender » (Bacon, 2006, p. 93). Gibson, quant à elle, va se lancer dans le développement de guitares simplifiées, à manche en érable vissés. Les modèles sont nombreux, souvent anecdotiques et produits sur une très courte période, de l'ordre d'un ou deux ans. Nous ne développons ici que les « emprunts » les plus significatifs, passant sous silence des modèles « entre deux eaux », tels que les *Elan* ou *Performer* de Fender et les *Spirit* ou *Corvus* de Gibson (tableau 2).

#### GIBSON FIREBIRD « REVERSE » (1963-...)

Première tentative de Gibson de s'attaquer à Fender. « Les *Firebird* s'inspiraient visiblement des *solid bodies* de la compagnie de la côte ouest » (Bacon, 2006, p. 138). Puisque les Fender sont associées au rêve américain et à la voiture, Gibson engage Ray Dietrich, un designer automobile.

En plus du design, Gibson reprend de Fender les custom colors en proposant dix teintes de peinture issues du monde automobile. La *Firebird* reverse possède une tête de type Fender, mais inversée, six mécaniques en ligne réglables derrière la tête, un corps asymétrique inversé corne en bas et un manche traversant<sup>13</sup>. La *Firebird VII* possède trois *mini-humbuckers*, rappelant les trois simples bobinages de la *Stratocaster*. Fender se plaignant de l'emprunt fait par la *Firebird* reverse à la silhouette de ses modèles *Jaguar* et *Jazzmaster*, Gibson est contraint de revoir ses *Firebird* en 1965 (Bacon, 2006, p. 140).

## GIBSON FIREBIRD «NON REVERSE» (1965-...)

Il s'agit d'une *Firebird* remise à l'endroit. La tête, avec ses six mécaniques sur le côté supérieur, ressemble à celle de la *Stratocaster*. Le manche est collé. Les angles du corps sont arrondis et le dos est chanfreiné à la manière d'une *Stratocaster* pour le confort abdominal. Les micros sont fixés directement sur la plaque de protection vissée sur la table, comme sur les Fender<sup>14</sup>. Les potentiomètres, au nombre de quatre, sont disposés en ligne et en triangle. Certains modèles ont trois micros (*P-90* ou *mini-humbuckers*) et sont pourvus d'un vibrato de type *Deluxe Vibrola*.

## FENDER MONTEGO I ET II (1968-1974)

Incursion de Fender dans le domaine des guitares archtop haut de gamme. Conçue en collaboration avec le luthier allemand Roger Rossmeisl, la *Montego* est une guitare de dix-sept pouces à caisse profonde. Sa tête, d'inspiration Gibson, possède deux groupes de trois mécaniques répartis symétriquement. Le manche est toutefois vissé en érable, conforme aux usages maison, tout en supportant une touche en ébène et des filets de bord de touche, à la Gibson. La table est voûtée, avec des ouïes en *f* symétriques,

13 Le manche traversant n'appartient ni à l'univers Fender ni à celui de Gibson pour qui c'est une première.

14 Sauf pour les modèles avec P-90.

un micro humbucker<sup>15</sup> en position manche, un chevalet en bois et un cordier fixé à l'éclisse.

FENDER STARCASTER (1976-1980)

Seconde tentative de Fender pour concurrencer la Gibson *ES-335*. La Starcaster est conçue par Gene Fields. Son caractère Fender est davantage revendiqué que sur la *Montego* : la tête reçoit six mécaniques sur le côté supérieur, le manche en érable est vissé à une caisse asymétrique percée d'ouïes asymétriques également. Cependant, l'inspiration Gibson est évidente : la table munie d'ouïes et le fond en érable sont légèrement bombés. La caisse, entourée d'un filetage, est traversée d'une poutre centrale. La guitare reçoit deux *humbuckers Wide Range*<sup>16</sup>, un sélecteur à trois positions et, d'inspiration Gretsch<sup>17</sup> cette fois, une électronique à cinq réglages (un master volume, un volume et un filtre de tonalité pour chacun des deux microphones).

FENDER D'AQUISTO (JAPON, 1984/USA, 1995-2001)

Guitare archtop réalisée en collaboration avec le luthier américain Jimmy D'Aquisto, embauché par Fender. La guitare est d'abord fabriquée au Japon puis au sein des ateliers Custom Shop de Fender aux États-Unis. Les canons de la guitare de jazz sont respectés. La tête, inclinée vers l'arrière reçoit six mécaniques réparties symétriquement. La caisse et le manche sont bordés d'un filet. Le chevalet est flottant, le cordier est en bois. L'électronique est composée d'un humbucker

15 Le humbucker, de l'anglais *hum* qui signifie « bourdonnement », est un micro à double bobinage, inventé par Seth E. Lover dans les années 1950, alors qu'il était ingénieur chez Gibson. Sans entrer dans des détails techniques ou des débats sur sa sonorité comparée, ce micro ne produit pas le bruit de fond inhérent au micro simple bobinage (single coil) qui équipe traditionnellement les guitares Fender.

16 Développés par Seth E. Lover, entretemps passé à la concurrence... (voir *infra*.)

17 Autre référence certaine dans les guitares jazz à caisse.

flottant pourvu d'un volume et d'une tonalité. Le diapason est de type Gibson<sup>18</sup>.

FENDER *ESPRIT ET FLAME* (1984)

Excepté un corps plus petit pour la Flame, les deux modèles ont des caractéristiques similaires, inspirées de la Gibson *SG*. La tête, inclinée vers l'arrière, reçoit six mécaniques réparties symétriquement. Le manche, collé, est au diapason Gibson. La caisse montre deux découpes (*cutaways*) symétriques. On observe une fileterie de manche et de table selon les finitions. L'électronique est composée de deux humbuckers munis de deux ou quatre potentiomètres (volume et tonalité selon les modèles). Le chevalet et le cordier en métal sont de type Gibson.

196

FENDER *KATANA* (1985-1986)

Forme inspirée de la *Flying V*. La guitare est conçue par Dan Smith et fabriquée au Japon. « L'éphémère *Katana* [...] a gagné le titre de la Fender la plus laide<sup>19</sup> » (Bacon, 2007, p. 107). Le modèle revisite donc la *Flying V* de Gibson, dont on retrouve certains traits de fabrication significatifs. Le manche de la *Katana* est collé, le corps reçoit deux micros à double bobinage, deux réglages volume et tonalité. S'y greffe un vibrato type *Floyd Rose* avec *fine-tuners*. La *Katana* est typée « metal ».

GIBSON *ALPHA Q-3000* (1985)

Incursion de Gibson dans la « *super-Strat* »<sup>20</sup>. L'*Alpha Q-3000* est l'emblème de la série *Q* (Alpha Series). Elle emprunte à Fender une tête avec six mécaniques en ligne sur le bord supérieur, un manche vissé, un corps

18 Le diapason de type Gibson est dit « court » : 24<sup>3/4</sup> pouces, soit 629 mm. Le diapason de type Fender est dit « long » : 25<sup>1/2</sup> pouces, soit 648 mm ».

19 « *The shortlived Katana [...] was clearly a contender for ugliest Fender ever* ». Traduction de l'auteur.

20 La *super-Strat*, apparue dans les années 1980, est une guitare de type Stratocaster « améliorée » pour un jeu de type hard rock ou metal,



stratoïde asymétrique et trois micros. Ces derniers sont cependant des *P-90*. Les réglages consistent en un volume, une tonalité, et un sélecteur multi-positions. Elle est dotée d'un vibrato de type *Kahler*.

GIBSON *US-1* (1986-1990)

Autre super-Strat, cette guitare possède une tête avec six mécaniques en ligne sur le bord supérieur, un manche collé, un diapason long de type Fender, un corps de type *Stratocaster* et trois micros *humbuckers* dont deux au format simple. Les réglages sont constitués d'un volume, d'une tonalité et de trois sélecteurs. Le chevalet et le cordier sont les classiques de Gibson.

GIBSON *M-III STANDARD* (1991-1995)

Dernière déclinaison Gibson – en date – de super-Strat, la *M-III Standard* est une *solid body* à deux découpes (*cutaways*) avec corne supérieure proéminente. La tête est asymétrique et inversée, les six mécaniques en ligne sont sur le bord inférieur. Le manche, de vingt-quatre cases, est en érable avec un diapason Fender. La caisse, stratoïde, supporte deux *humbuckers* et un micro simple bobinage en position intermédiaire, deux contrôles (volume et tonalité), deux sélecteurs et un vibrato *Floyd Rose*.

Si Fender affronte la concurrence de Gibson en produisant de nouveaux modèles, il tente aussi de « gibsoniser » la *Telecaster*, en développant la *Telecaster Thinline* et la *Telecaster Deluxe*.

La *Thinline* est une *hollow-body* à caisse creusée avec une ouïe sur la partie supérieure du corps. La *Deluxe* a un corps de *Telecaster* chanfreiné, un manche de *Stratocaster* et un accastillage de type Gibson (deux *humbuckers*, deux potentiomètres de volume et deux de tonalité, un sélecteur à trois positions). « Destinées à concurrencer ouvertement les guitares Gibson, ces nouvelles *Telecaster* ne parviendront cependant pas à s'imposer véritablement » (Navarret, 2013, p. 116).

---

aux micros puissants, dont un *humbucker* en position chevalet, et munie d'un vibrato de type *Floyd Rose*.

Les « emprunts » iront jusqu'au personnel. Ainsi Seth Lover est-il recruté en 1941 par Gibson. Il met au point le micro *humbucker* en 1955 (le fameux *PAF*, pour *Patent Applied For*). Le même Lover sera débauché par Fender en 1967 et mettra au point le *humbucker* de la firme : le *Wide Range*. « Fender déclara à la presse : “Les micros humbuckers n'éliminent pas seulement les bruits parasites, ils ajoutent au son des médiums et basses un peu rauques”. C'est comme si Fender déclarait, “Cette Fender [*Telecaster Thinline*] est comme une Gibson<sup>21</sup> » (Bacon, 2007, p. 80). Selon Lover, les vendeurs de Fender voulaient le son des *humbuckers* Gibson.

Pourtant, la signature sonore des deux firmes leur est propre. Gibson est assimilé au son « gras » du *humbucker* ou du *P-90*, épais et relativement imprécis, velouté pour le jazz, puissant lorsqu'il est associé à la saturation en rock. Fender renvoie à un son clair et articulé, caractérisé par le « twang » de la *Telecaster* ou les sons cristallins de la *Stratocaster*.

### ... À LA COMPLÉMENTARITÉ

Après avoir essayé tant bien que mal et sans succès de se concurrencer frontalement sur certains modèles, les deux leaders de l'industrie de la guitare électrique vont se recentrer sur leurs modèles historiques, entre-temps devenus des standards ayant, aux yeux des guitaristes et du monde musical, permis et accompagné le développement de la musique rock (Lory, Sabatier et al., 2006).

Cependant, jusqu'à la fin des années 1960, ni Fender ni Gibson ne semblent y prêter grande attention. C'est par la suite que les deux leaders du marché de la *solid body* prendront conscience de leur avantage concurrentiel incontestablement lié à leur histoire dans celle de la musique rock des années 1950-1960. Les guitaristes de rock et de blues, notamment anglais, plébiscitent le son de la *Les Paul*, qui n'est à l'époque plus fabriquée. Ces musiciens se tournent logiquement vers

21 « Fender said in a press release “The humbucking pickups not only help eliminate feedback, they also add a gutty mid-range and bass sound”. It was about as close as Fender would come to saying, “This Fender [*Telecaster Thinline*] is like a Gibson”. » Traduction de l'auteur.

les modèles d'occasion dont la cote grimpe. En 1968, Gibson revient vers le guitariste *Les Paul* pour ressortir le modèle qui porte son nom. Le succès commercial est au rendez-vous. Pour Fender, ce retour vers le passé fait suite au rachat de la marque par CBS en 1965. Pour faire face à la demande croissante de guitares *solid body*, CBS produit davantage, développe une production de masse et recherche le profit maximum (Bacon, 2005). La qualité – avérée ou supposée – des guitares Fender s'en ressent (Séguret, 2002). Les guitaristes pensent ainsi que les nouvelles guitares sont moins performantes que les anciennes et se tournent là-encore vers le marché de l'occasion, introduisant le terme de vintage pour qualifier ces instruments. Le comportement de ces consommateurs, tournés vers un « âge d'or » de la guitare électrique lié à l'émergence du rock, était un enseignement majeur pour les stratégies commerciales des deux firmes. Les groupes anglais et les guitar heroes sont prescripteurs : l'identification des guitaristes à ces modèles est forte, « rock = Fender, Gibson... » (Lory et al., 2006, p. 126). Les modèles *reissues*, « réédition », vont voir le jour et feront dorénavant partie de leur stratégie commerciale dès les années 1980. Ainsi, en 1982, Fender recrée la *Telecaster Vintage '52*. En 1983, Gibson propose une copie de l'*ES-335* de 1958. Le succès commercial est au rendez-vous pour chacun de ces deux exemples, qui feront école pour de nombreux modèles.

À partir de cette période, les deux entreprises vont capitaliser sur leur histoire et se tenir à l'écart d'innovations spectaculaires. Le fait d'avoir accompagné le développement de la musique rock leur garantit une ressource intangible qui n'est pas à la portée de leurs concurrents puisque ces conditions ne sont pas reproductibles. À part quelques velléités d'affrontement direct sans conséquence, chacun va dorénavant valoriser son patrimoine.

Gibson et Fender proposent au marché un catalogue de modèles très complet. Celui-ci met en évidence la prédominance des guitares *Telecaster* et *Stratocaster* pour Fender, *Les Paul*, *SG* et *ES-335* pour Gibson. Il reflète encore maintenant les partis-pris lors du développement de la guitare électrique par chacun : les deux firmes ont arrêté leur idée de l'instrument en matière de formes, de conception de la lutherie et

d'univers sonore. Ces instruments n'ont quasiment pas évolué depuis leur création (Dumoulin & Simon, 2008). L'analyse stratégique du secteur montre des firmes complémentaires plutôt que concurrentes. Plutôt qu'une guitare polyvalente combinant les sonorités typées Fender et Gibson, on trouve chez le guitariste électrique l'une et l'autre des marques ou leur copie. L'identité forte des deux marques nuit à la conception d'une guitare qui reprendrait les caractéristiques sonores des deux leaders, ce que le musicien ne demande d'ailleurs pas (Dumoulin & Gauzente, 2013).

Chacun suit son propre développement stratégique, dans un marché qui est dans les années 1960 en forte croissance avec une demande en guitares électriques que les deux firmes américaines n'arrivent pas à combler. Dès cette époque, les marques japonaises, caractérisées par une forte capacité de production, vont se développer : Aria ou Ibanez, à l'origine de l'expansion du marché, s'attaquent au marché de la guitare électrique en 1960 (Bacon, 2006). Cette même année marque le début des exportations d'instruments de musique pour Fender et Gibson.

Fender, très tôt, se tourne vers l'étranger pour plusieurs raisons. D'abord, la réduction des coûts de fabrication : la première tentative est une incursion en Corée du Sud en 1981, qui se solde par un échec dû à la non-qualité (Bacon, 2007). En 1982, Fender s'installe au Japon (Fujigen), dans le but de contrer la production locale de copies de ses propres modèles. D'abord cantonnées au marché japonais, les modèles Fender seront vendus rapidement dans le monde entier. La même année, Fender Japon produit sous la marque Squier des copies bon marché des *Stratocaster* et *Telecaster* américaines destinées à la clientèle européenne. Squier devient la sous-marque de Fender, par laquelle elle vend des modèles d'entrée de gamme de ses propres instruments. Ceux-ci sont fabriqués en Asie (Chine, Indonésie, Corée du Sud...) et, depuis 1987, au Mexique, qui devient le premier pôle de production des guitares électriques sous la marque Fender dans les années 1990. Les instruments estampillés Fender ont donc trois origines, les États-Unis, le Japon et le Mexique.

Gibson, contrairement à son « concurrent-complément », privilégie le label « Made in USA » et se refuse à délocaliser sa production. Comme

Fender, Gibson est contraint de suivre l'augmentation de la demande et doit fournir au marché des instruments moins chers. Il le fait via sa marque Epiphone, qui fait produire une partie de ses instruments au Japon en 1970 puis dans d'autres pays d'Asie vers le milieu des années 1980. Contrairement à Squier, Epiphone développe également ses propres modèles. Mais elle est surtout la sous-marque de Gibson qui produit sous ce nom des modèles économiques des *Les Paul*, *SG*, *ES-335* et autres modèles de la marque américaine. Gibson développe sous ce nom une gamme de modèles peu élaborés, au faible coût de production, bénéficiant de prix de vente plus attractifs (gamme *Studio*, ou encore *Faded*, par exemple). Leur finition est sommaire, des économies étant réalisées sur la filèterie, la sculpture de la caisse ou encore l'électronique.

Désormais, la stratégie des deux leaders vise l'occupation des trois segments de marché sous la même marque : l'entrée de gamme, le milieu de gamme et le haut, voire très haut de gamme. Ceci constitue, pour les chercheurs et praticiens en stratégie d'entreprise, une sorte d'hérésie puisque les travaux de Michael Porter (1986) sur les stratégies génériques ont montré qu'une entreprise ne pouvait choisir qu'une seule manière de créer de la valeur parmi les trois existantes (Dumoulin et al., 2010) :

- la domination par les prix : la valeur est créée par la vente d'un volume important de produits standardisés fabriqués à faible coût ; le faible prix de vente permet de contrer la concurrence ;
- la différenciation : la valeur, qui repose sur un élément de l'offre différent du prix, permet de se différencier de ses concurrents, généralement par le haut ; la valeur perçue par le client est supérieure à celle du marché ;
- la focalisation : la valeur est créée au travers d'une offre spécifique dédiée à une clientèle précise.

Dans le cas de Gibson ou Fender, ces trois stratégies sont présentes (tableau 3).

Tableau 3 : Occupation des segments de marché

---

Stratégie de domination par les prix : modèles d'entrée de gamme, industriels, aux coûts de production faibles

---

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gibson                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | – Made in USA mais produites de manière économique : modèles Faded, Studio, etc.<br>– Ventes sous le nom Epiphone (sous-marque officielle) de modèles d'entrée de gamme produits en Asie                                                                                                  |
| Fender                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | – Made in Mexico, Japan, Korea, China, Asia...<br>– Ventes sous le nom Squier (sous-marque officielle) de modèles d'entrée de gamme produits en Asie                                                                                                                                      |
| <b>Stratégie de différenciation : modèles de gamme moyenne-supérieure, fabriqués industriellement aux États-Unis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Fender et Gibson                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Modèles « Made in USA » constituant le cœur des ventes de chaque marque et l'essence de son image auprès du public, réinterprétations contemporaines des modèles ayant fait l'histoire de la marque, telles la Les Paul Standard pour Gibson ou les gammes Standard et Deluxe pour Fender |
| <b>Stratégie de focalisation : modèles réalisés en faible quantité et de manière artisanale. Ils sont inspirés des modèles anciens (Historic, Reissues, Relic – Modèle neuf à l'aspect usagé – ou N.O.S. – New Old Stock – instrument neuf composé de pièces d'époque ou fabriquées selon le cahier des charges d'origine), répondent à des demandes spécifiques (modèles Custom Shop) ou sont dévolus à un artiste particulier (modèles Signature, Inspired By)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Gibson                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Custom Shop (1983), Signature, Historic, Inspired By...                                                                                                                                                                                                                                   |
| Fender                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | N.O.S., Reissues, Relic, Custom Shop, Signature...                                                                                                                                                                                                                                        |

202

Les segments de marché ne sont pas toujours indépendants les uns des autres. Dorénavant, on observe une tendance à proposer des modèles « Signature », jusqu'alors réservés au haut de gamme, sur des segments inférieurs (Squier « *Avril Lavigne* » *Telecaster*, Epiphone *Les Paul Standard* « *Slash* », par exemple). La guitare « Signature » est toujours un marché porteur, comme l'atteste la lecture des magazines spécialisés<sup>22</sup>. De même, les guitares « focalisation » sont directement en concurrence avec les guitares *vintage* du marché de l'occasion et, dans une moindre mesure, avec les guitares de luthier. Grâce aux guitares custom shop ou reissues, chacun peut désormais avoir une Gibson ou une Fender de l'année de son choix. On voit fleurir des séries limitées qui s'insèrent entre deux segments. La série « American Vintage » de Fender, par exemple, conduit l'acheteur à la porte du custom shop, mais ne l'y laisse pas entrer. Gibson a proposé en 2013 des modèles *Les Paul Tribute* qui se situent entre l'entrée et le milieu de gamme. Ces politiques commerciales, largement suivies – voire anticipées – par leurs concurrents ont pour conséquence de priver

22 Par exemple, le reportage du magazine *Guitar Part* (n° 276 de mars 2017) sur le salon de la musique de Los Angeles (NAMM 2017) est sous-titré « Signatures et rééditions en cascade ».

le guitariste de repères précis, non seulement sur le modèle qu'il acquiert, mais également sur la valeur de celui-ci. Pour se rassurer, l'acheteur se tourne vers les marques à forte notoriété – en tout premier lieu Fender et Gibson, grands gagnants du chaos qu'ils organisent – et vers des modèles haut de gamme qui font figure d'investissement, comme l'atteste le rapport du NAMM 2015 cité en introduction.

## CONCLUSION

Pour l'industrie de la guitare, l'avenir est sombre. Un article retentissant du *Washington Post* en date du 22 juin 2017<sup>23</sup> annonce la mort prochaine de la guitare électrique faite de guitar heroes auxquels s'identifier. Les chiffres le soutiennent : en dix ans, les ventes de guitares électriques ont chuté, passant d'environ 1,5 million par an à un peu plus de 1 million d'unités en 2014. Les deux plus grandes compagnies, Gibson et Fender, sont endettées, et une troisième, PRS Guitars, a dû réduire son personnel et augmenter la production de guitares moins chères. Le phénomène n'est pas récent. En juillet 2012, Fender échoue à s'introduire en bourse pour y lever jusqu'à 200 millions de dollars. Pourtant l'entreprise annonce des chiffres intéressants pour l'investisseur : 2011, elle est numéro un en matière de parts de marché aux États-Unis dans le domaine des guitares électriques, acoustiques et basses, et des amplificateurs de guitares électriques et basses. Cette même année, Fender génère un chiffre d'affaires de 700,6 millions de dollars, dont 25 % environ hors des États-Unis, principalement en Europe. Cet échec est en fait dû à un endettement très important (257 millions de dollars en 2011), un chiffre d'affaires en baisse (elle affichait 712 millions de dollars en 2008), un prix de l'action trop élevé et des perspectives de croissance hypothétiques.

En octobre 2017, Gibson annonce la vente de son usine de Memphis, spécialisée dans la production de guitares *semi-hollow* et *hollowbody* de la marque ainsi que, plus récemment, d'une petite partie de la nouvelle

23 En ligne : [https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/lifestyle/the-slow-secret-death-of-the-electricguitar/?utm\\_term=.obb6ce26e809s](https://www.washingtonpost.com/graphics/2017/lifestyle/the-slow-secret-death-of-the-electricguitar/?utm_term=.obb6ce26e809s) consulté le 12/2/2018.

gamme 2018<sup>24</sup>. L'article annonce que le produit de la vente servira à rembourser une partie de la dette de la firme américaine, dette qui aurait approché les 520 millions de dollars en août 2017. En avril 2017, l'agence de notation Moody's a rétrogradé *Guitar Center*, le plus grand distributeur de guitares électriques américain, pour une dette de 1,6 milliard de dollars.

Mais la guitare électrique est un instrument qui n'a pas toujours connu le succès commercial. Le **tableau 4** résume à gros traits son histoire :

Tableau 4: De l'émergence au déclin (?) de la guitare électrique.

| Années    | Caractéristiques de l'industrie                                                                   | Illustration                                                                                                                                                        |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1950-1959 | Le rêve américain ; naissance de l'industrie de la guitare électrique                             | 1950-1951 : invention de la <i>Telecaster</i> par Fender                                                                                                            |
| 1960-1969 | Le rock et la pop anglais ; l'industrie se développe rapidement                                   | Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, 8 <sup>e</sup> album des Beatles en 1967 ; rationalisation de la gestion Fender                                              |
| 1970-1979 | L'avènement des copies japonaises, l'industrie peine à répondre à la demande                      | La firme japonaise Ibanez, poursuivie en justice par Gibson, est contrainte de stopper la production de copies de la marque américaine                              |
| 1980-1989 | L'ère des synthétiseurs et celle des économies pour la guitare électrique dont les ventes chutent | Fender rachète Squier en 1982 et lance sa marque <i>low cost</i>                                                                                                    |
| 1990-1999 | Le passé, l'avantage concurrentiel anti-innovation                                                | L'industrie, via ses ateliers <i>custom shop</i> et autres dispositifs organisationnels, commercialise des modèles ancrés dans le passé                             |
| 2000-...  | Perte des repères, lent déclin de la guitare électrique                                           | Marques éphémères, restructurations, marques de distributeurs, commerce international via Internet (le revendeur allemand Thomann lance son site Internet en 1997). |

Le retour constant sur les modèles du passé opéré par les leaders de l'industrie afin de ne pas perdre leur avantage concurrentiel a certainement donné un coup de frein à l'innovation de la guitare électrique, instrument encore très jeune. Que la musique des années 1950 à 1970 soit toujours jouée, que les guitaristes actuels s'identifient encore à ceux qui l'ont représentée, n'aide pas à modifier les standards de cet instrument.

24 En ligne : <https://www.guitarpart.fr/gibson-vend-son-usine-de-memphis-octobre-2017/> consulté le 12/2/2018.



Néanmoins, on peut voir dans cette période un peu sombre des pistes de renouveau. La fin du *guitar hero* mythique au profit de guitaristes « endorsés » plus éphémères, donc moins prescripteurs, couplée à la régulation du commerce du bois offre peut-être à l'industrie une plage de liberté qu'elle n'a pas encore eue.

Jusqu'alors, l'innovation dans la guitare électrique a aussi été freinée pour des raisons qui dépassent le conservatisme du musicien et son identification à ses idoles. Il s'agit du coût de l'innovation et de son acceptation sociale. L'usage de matériaux complexes tels que la fibre de carbone (par exemple, les guitares Steinberger des années 1980) ou le composite fibre de carbone-verre-époxy (les guitares Parker des années 1990) s'est heurté à des difficultés techniques liées à la complexité de la fabrication et à des prix de vente très élevés qui ont pu décourager les acheteurs. Parallèlement, l'industrie a produit des modèles d'instruments bas de gamme en matériaux dérivés du plastique, aisés à travailler, mais qui ont brouillé l'image d'instruments technologiquement avancés.

Le travail de ces matériaux complexes devient néanmoins de plus en plus facile et les coûts de développement et de fabrication sont à la baisse. Mais il n'est jamais simple pour une entreprise d'envisager de basculer vers une autre technologie plutôt que de chercher la rentabilisation de l'outil de production possédé. Ainsi, Fender et Gibson ont énormément investi dans une industrie que l'on peut qualifier de *Low Tech*. Il est compréhensible que d'en changer n'a pas de sens économique pour ces deux firmes.

Mais le bois offre des possibilités que la lutherie électrique a peu exploité. La norme CITES<sup>25</sup> interdit désormais la commercialisation et l'utilisation de bois tropicaux<sup>26</sup>, tels que les palissandres, certains bubingas et peut-être à terme, l'ébène. C'est donc l'occasion de tester de nouvelles combinaisons de bois pour leur qualité vibratoire, leur résistance, leur malléabilité, d'utiliser davantage des matériaux « responsables » tels que le bambou ou la fibre de lin. En résumé, d'inventer la guitare électrique du XXI<sup>e</sup> siècle...

25 Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction.

26 En ligne : <http://www.aplg.fr/cites-lesbois/> consulté le 13/2/2018.

Un tel raisonnement sur les matériaux qui constituent le squelette de la guitare pourrait se décliner sur les pièces d'équipement (micros, systèmes d'accordage, etc). Encore faut-il que ces innovations aient une utilité sociale et que l'ensemble des parties prenantes de l'industrie œuvre en faveur du renouveau de l'instrument. En octobre 2007, le numéro 163 du mensuel *Guitar Part* proposait le dossier : « La guitare du futur. À quoi ressemblera-t-elle en 2050 ? ». La photo de couverture, illustrant ce titre, montrait un guitariste jouant une Gibson *Les Paul*... l'avenir serait-il encore et toujours derrière nous ?

## BIBLIOGRAPHIE

- BACON, Tony, *Six Decades of the Fender Telecaster*, New York, Backbeat Books, 2005.
- , *Guitares électriques. L'encyclopédie illustrée*, Paris, EDL, 2006.
- , *The Fender Electric Guitar Book. A Complete History of Fender Instruments*, New York, Backbeat Books, 2007.
- CARTER, Walter, *The Gibson Electric Guitar Book. Seventy Years of Classic Guitars*, New York, Backbeat Books, 2007.
- DUMOULIN, Régis & GAUZENTE, Claire, « The *Solid Body* Guitar in the Digital Era: how Persistent Myths Influence Musicians' Evaluation Criteria », *International Journal of Art Management*, vol. 15, n° 2, 2013.
- DUMOULIN, Régis & ÉRIC, Simon, « Quand l'innovation est un désavantage concurrentiel, le cas de la lutherie électrique », *Gestion 2000*, n° 3/08, mai-juin, 2008, p. 147-165.
- DUMOULIN, Régis, GUIEU, Gilles, MESCHI, Pierre-Xavier & TANNERY, Frank, *La Stratégie de A à Z. 350 mots pour comprendre*, Paris, Dunod, 2010.
- INSEE, « La situation économique des États-Unis en 1954 », *Études et conjoncture. Institut national de la statistique et des études économiques*, n° 4, 1955 (10<sup>e</sup> année), p. 283-328.
- LORY, Marie-Claire, SABATIER, Marc & TOUCHÉ, Marc, *Guitares Jacobacci – un atelier de lutherie à Paris (1924-1994)*, Paris/Montluçon, Somogy/musée des Musiques populaires de Montluçon, 2006.
- NAMM, *The 2015 NAMM Global Report*, 2015, en ligne : <https://www.namm.org/node/30418>.

NAVARRET, Benoît, « Caractériser la guitare électrique : définitions, organologie et analyse de données verbales », thèse de doctorat de l'université Paris VII – Vincennes-Saint-Denis, 2003.

PORTER, Michael, *L'Avantage concurrentiel. Comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*, Paris, Dunod, 1986.

SÉGURET, Christian, *L'Univers des guitares*, Paris, Solar, 2002.

## MOTS-CLÉS

Innovation, tradition, avantage concurrentiel, standards de l'industrie



## TABLE DES MATIÈRES

|                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Avant-propos                                                                                                       |     |
| Éric de Visscher .....                                                                                             | 7   |
| Introduction                                                                                                       |     |
| Marc Battier, Philippe Bruguère, Philippe Gonin & Benoît Navarret .....                                            | 9   |
| CHAPITRE 1                                                                                                         |     |
| Naissance de la guitare électrique : entre progrès technologiques majeurs<br>et quête d'un nouvel idiome musical   |     |
| <i>Birth of the electric guitar: between major technological progress and the<br/>quest of a new musical idiom</i> |     |
| André Duchossoir .....                                                                                             | 11  |
| CHAPITRE 2                                                                                                         |     |
| The hidden history of the electric guitar                                                                          |     |
| <i>L'histoire cachée de la guitare électrique</i>                                                                  |     |
| Matthew W. Hill .....                                                                                              | 33  |
| CHAPITRE 3                                                                                                         |     |
| Reflecting the 1950s Popular Lifestyle: The Danelectro 3412 Short Horn Bass                                        |     |
| <i>Un reflet du mode de vie populaire des années 1950 : la Danelectro 3412<br/>Short Horn Bass de Danelectro</i>   |     |
| Panagiotis Pouloupoulos .....                                                                                      | 63  |
| CHAPITRE 4                                                                                                         |     |
| An acoustician's approach of the solid body electric guitar                                                        |     |
| <i>Approche de la guitare électrique solid body par l'acoustique</i>                                               |     |
| Arthur Paté .....                                                                                                  | 99  |
| CHAPITRE 5                                                                                                         |     |
| Augmenting the Guitar: analysis of hybrid instrument development<br>informed by case studies                       |     |
| Guitare augmentée : analyse du développement d'instruments hybrides,<br>appuyée par deux études de cas             |     |
| Otso Lähdeoja .....                                                                                                | 115 |

## CHAPITRE 6

Traitement sonore polyphonique et contrôle gestuel instrumental :  
retour sur une mise en œuvre pratique de la guitare hexaphonique

*The hexaphonic guitar: overview of a guitar practice in the making*

Loïc Reboursière..... 141

## CHAPITRE 7

Fender et Gibson : de la concurrence au partage du marché

*Fender and Gibson: from competition to market share*

Régis Dumoulin..... 179

## CHAPITRE 8

Instruments of Whose Desire? The Electric Guitar and the Shaping of  
Women's Musical Experience

*L'instrument de qui ? Qui désire ? La guitare électrique et les contours de  
l'expérience musicale féminine*

Steve Waksman..... 209

## CHAPITRE 9

Link Wray, à la recherche du son sale et sauvage

*Link Wray, in pursuit of the dirty and wild sound*

Guillaume Gilles..... 227

## CHAPITRE 10

De l'effet de bord à l'effet sonore : la guitare saturée entre performances  
techniques et performances artistiques

*From amplified sound to the sound of amplifiers: technical and artistic  
performances of the overdriven guitar*

William Etievent Cazorla..... 279

## CHAPITRE 11

La guitare électrique puriste et virtuose des années 1940 à 1960 dans les  
interprétations de Django Reinhardt et George Barnes

*The purist and virtuoso electric guitar between the 1940s and 1960s in the  
performances of Django Reinhardt and George Barnes*

Viviane Waschbüsch..... 331

CHAPITRE 12

Perceptual and visuomotor feedforward patterns as an element of jazz  
guitar improvisation practice and pedagogy

*Modèles de prédiction perceptifs et visuo-moteurs comme un élément  
de la pratique de l'improvisation et de la pédagogie de la guitare jazz*

Amy Brandon..... 351

CHAPITRE 13

L'amplification : esquisse d'analyse comparée de l'engagement corporel  
des bassistes et des guitaristes

*The amplification: comparative analysis of corporeal involvement of bass  
players and guitarists*

Laurent Grün & Pascal Charroin..... 371

Table des matières ..... 385

