

LES SORTIES CULTURELLES EN TEMPS DE COVID-19

2^{ème} édition | septembre 2020

Quel retour aux sorties culturelles les Suisses entrevoient-ils.elles?
Quelles sont les mesures sanitaires exigées par les publics?
Quelles sont les intentions des Suisses en termes de dépenses pour les sorties culturelles?



L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl

Fabien Morf, Fondateur | Directeur
Reimar Walthert, Chargé de projets

Enquête commanditée par:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la culture OFC

CDAC | KBK

Conférence des Délégués cantonaux
aux Affaires Culturelles

Konferenz der
kantonalen Kulturbeauftragten



Contexte et Méthodologie

Fin mai/début juin 2020, **L'Oeil du Public** réalisait une enquête auprès des populations suisse et française sur leurs pratiques culturelles pendant la fermeture des lieux culturels liée à la Covid-19, sur leurs vécus, leurs états d'esprits, et surtout leurs intentions et attentes en matière de sorties culturelles post-Covid. Cette première enquête, réalisée en Suisse en concertation avec la Conférence des Délégués cantonaux aux Affaires Culturelles (CDAC), a suscité un grand intérêt de la part des établissements culturels comme des institutions de tutelle.

À la lumière de ces résultats, la CDAC et l'Office fédéral de la culture ont mandaté en juillet 2020 **L'Oeil du Public (Suisse)** pour la réalisation d'une deuxième édition de l'enquête "Les sorties culturelles post-Covid-19". L'objectif était de sonder à

nouveau la population suisse, vers la fin août, donc dans un contexte de retour à un rythme de vie "habituel", c'est-à-dire une fois les vacances d'été passées, la rentrée scolaire effectuée et la période de semi-confinement à distance dans les esprits. C'est en effet dans ce contexte que l'on pouvait le mieux juger de la propension des Suisses à reprendre – ou non – leurs habitudes culturelles.


Cette enquête vise donc à donner aux institutions culturelles des éléments les plus récents et les plus concrets possibles, susceptibles de les éclairer dans leurs choix stratégiques et opérationnels. Et la comparaison des résultats avec ceux de l'enquête de juin 2020 est riche d'enseignements.





Contexte et Méthodologie

 Enquête réalisée en ligne, en partenariat avec *Dynata*, du **20 août au 2 septembre 2020**

 Echantillon **représentatif de la population Suisse** (Suisse alémanique + Suisse romande + Tessin) de 20 ans et +.

 **1'197** répondant(e)s.
550 en Suisse alémanique, 450 en Suisse romande, 197 au Tessin.

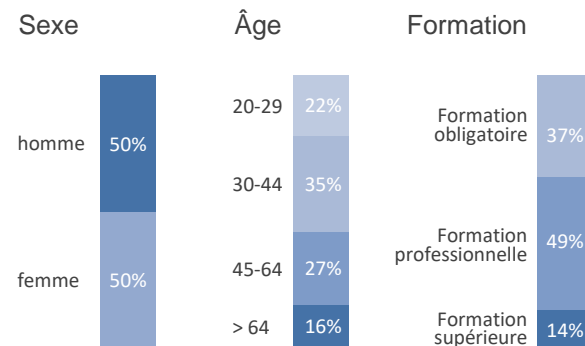
 Pour les **résultats Total Suisse**: résultats redressés de façon à correspondre à une distribution de 73% des répondant.e.s en Suisse allemande, 23% en Suisse romande et 4% au Tessin.

 Pour certains points d'analyse, un **focus** est présenté pour mettre en valeur les différences significatives entre les classes d'âges ou les régions linguistiques, ou pour observer spécifiquement le "**Public Culturel**". Nous distinguons ainsi les publics des lieux culturels les plus assidus des publics tournés vers une culture davantage de divertissement / loisir.

Dans cette deuxième édition, nous avons choisi de resserrer la définition de ce Public Culturel, afin de faire davantage ressortir les différences avec la population totale. Le Public Culturel est donc ici défini comme les gens allant [au moins 3 fois par an] au [musée/expo] et/ou [site du patrimoine] et/ou [festival] et/ou [voir un spectacle].

Ainsi défini, le Public Culturel représente **43%** de la population.

Constitution de l'échantillon:



Marges d'erreur:

Pour les résultats Total Suisse: ± 2.8 pts maxi.
 Pour la Suisse alémanique: ± 4.2 pts maxi.
 Pour la Suisse romande: ± 4.6 pts maxi.
 Pour le Tessin: ± 7.0 pts maxi.



En résumé – l'essentiel en 3 points-clés

La prudence et la circonspection de la population à l'idée d'un retour dans les lieux culturels augmentent par rapport à fin mai/début juin:



33% des Suisses et Suissesses ne veulent pas reprendre de sorties culturelles tant que la crise "ne sera pas complètement terminée". Début juin, ils.elles étaient 25%.

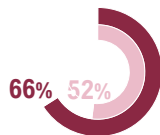


Seulement **18%** des Suisses et Suissesses sont prêt.e.s à retourner dans les lieux culturels "sans crainte particulière". Début juin, ils.elles étaient 24%.



42% des Suisses et Suissesses s'imaginent reprendre leurs sorties culturelles "seulement en 2021". Ils.elles étaient 22% début juin.

Les perspectives concernant la fréquentation des lieux culturels par la population s'assombrissent:



Par rapport à avant la crise sanitaire:

- **66%** veulent aller dans des sites **moins fréquentés**. (54% déb. juin)
- **52%** veulent **réduire le nombre** de sorties culturelles. (39% déb. juin)



55% des Suisses et Suissesses veulent freiner leurs dépenses pour les sorties culturelles des 12 prochains mois. (46% début juin)

Les Suisses et Suissesses sont massivement favorables aux mesures...



... sanitaires:

- 65%** masques obligatoires dans les lieux clos (36% déb. juin)
- 28%** masques obligatoires en plein air
- 61%** contingents limités de visiteurs
- 43%** enregistrement sur listes de présence (25% déb. juin)
- 58%** au moins un siège sur 2 (dans les théâtres, opéras, salles...)



... de soutien à la culture:

- 70%** en faveur d'une prolongation des mesures publiques* pour le secteur culturel
- 65%** en faveur d'une augmentation des subventions publiques pour le secteur culturel

* « prolongation des mesures publiques Covid-19 (Réduction de l'Horaire de Travail, Allocation pour Perte de Gain, indemnisation des pertes financières) »

The image shows a large, empty theater or auditorium. The seats are arranged in rows, and the stage area is visible in the foreground. A semi-transparent red banner is overlaid on the middle of the image, containing the text "pendant la fermeture des lieux culturels".

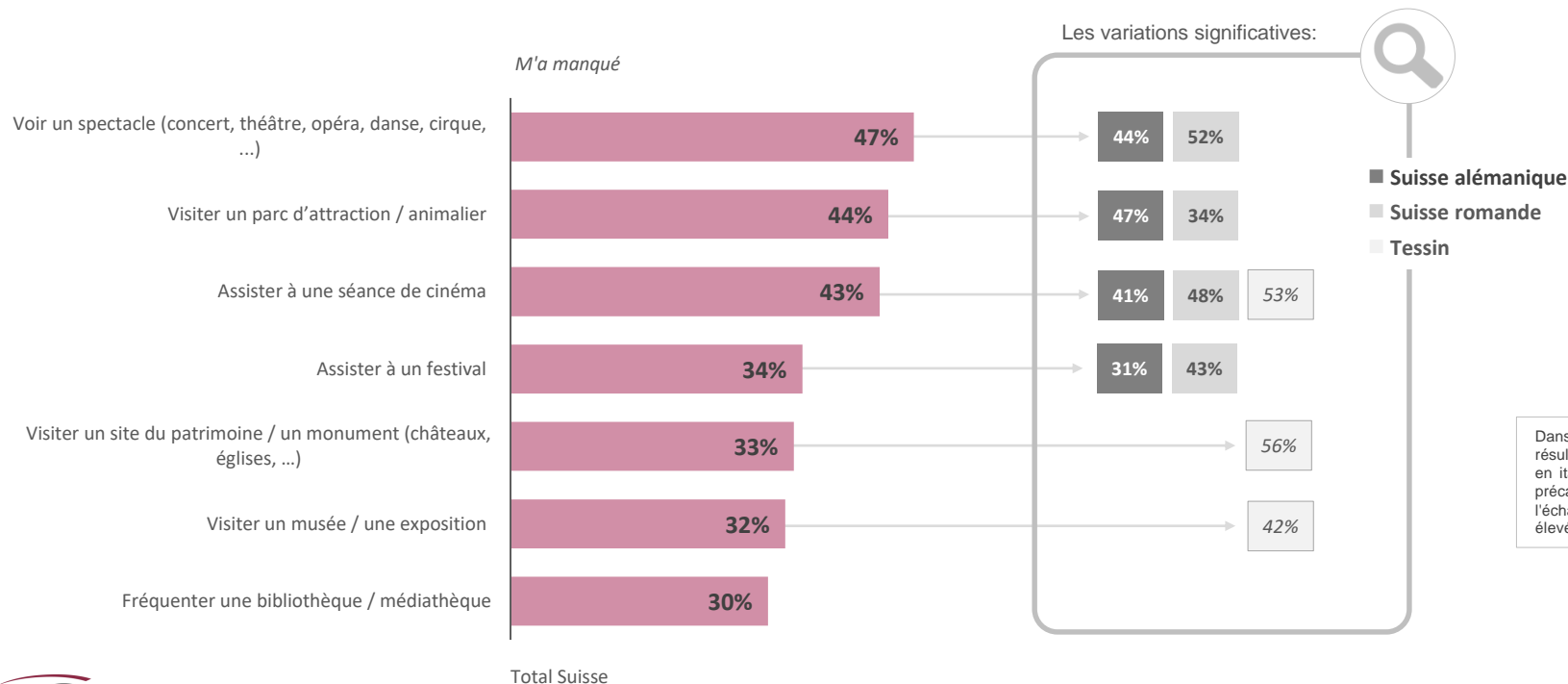
pendant la fermeture des lieux culturels



Les activités culturelles ont manqué aux Suisses

Surtout le spectacle vivant, le cinéma, les zoos/parcs d'attraction.

Par rapport à la Suisse alémanique, la Suisse romande est davantage attachée aux festivals. L'attachement aux parcs animaliers/d'attraction est, lui, plus fort en Suisse alémanique. Le manque ressenti est significativement plus fort en Tessin pour le cinéma, le patrimoine, les musées. On note peu de variations des résultats par rapport à l'enquête de juin.



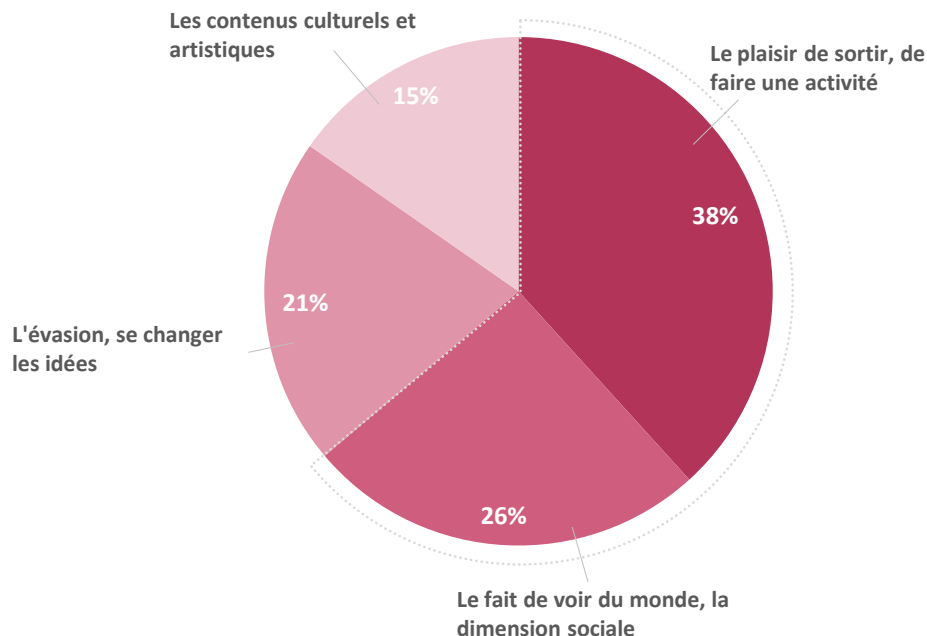
Dans tout le document, les résultats pour le Tessin, indiqués en italique, sont à prendre avec précaution, vu la taille réduite de l'échantillon et la marge d'erreur élevée qui s'ensuit.

Question: "Pendant la fermeture des lieux culturels, quelle activité vous a manqué?". Somme ["beaucoup manqué" + "manqué"]. À tout l'échantillon (n=1'197).



Le semi-confinement comme révélateur des motivations profondes du public des lieux culturels

La dimension sociale de la sortie dans un lieu culturel est primordiale – ce qui ne signifie pas pour autant que le contenu artistique en soi ne compte pas.



Dans cette question, les répondants devaient choisir l'élément qui leur avait **le plus** manqué pendant la fermeture des lieux culturels.

L'importance de la dimension sociale de la sortie culturelle est évidente. Le plaisir d'être de sortie, d'aller en société, de voir du monde, est fondamental pour les répondants. On pourrait penser que l'importance accordée à cet élément social est directement liée aux circonstances de semi-confinement. Il nous semble que cette situation de semi-confinement a plutôt joué un rôle de *révélateur* d'une motivation dont on n'a pas pleinement conscience en temps normal.

Si cet élément social est si important, il en découle que l'offre digitale ne peut pas combler les mêmes besoins et attentes que l'offre *in vivo*.

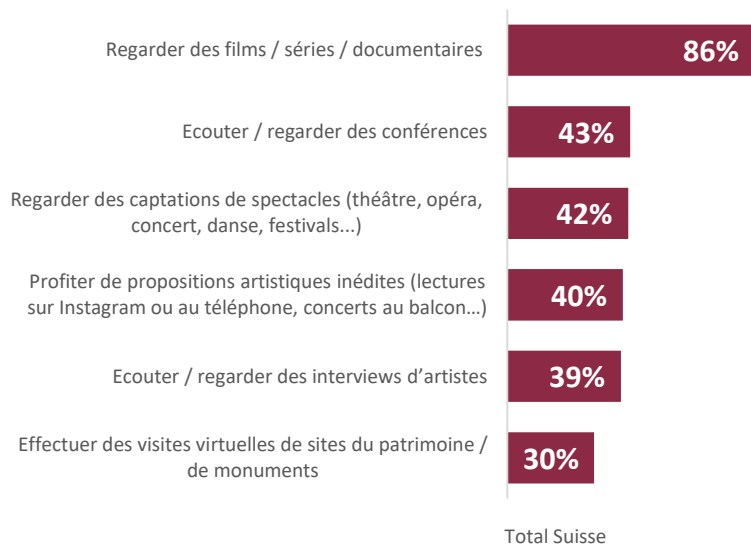


L'intérêt suscité par les offres digitales apparaît peu pérenne (1/3)

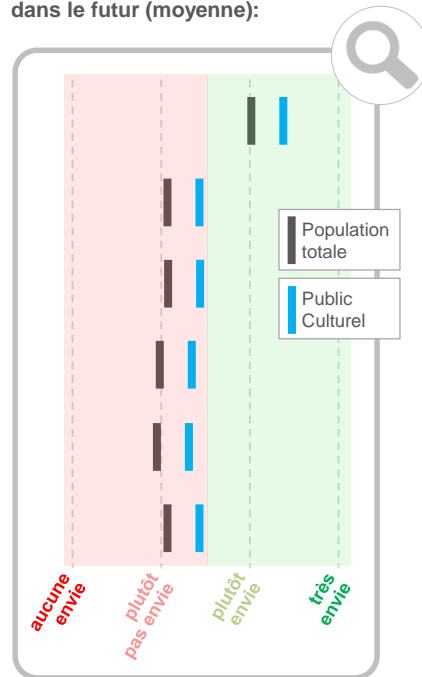
L'envie de poursuivre les activités culturelles est forte pour les films/séries en streaming. Les autres propositions suscitent l'envie d'un gros quart de la population.

Au sein du Public Culturel, la tendance est identique, même si l'envie est pour toutes les activités légèrement plus marquée.

Activités pratiquées sur le web pendant le confinement:



Envie de pratiquer chaque activité dans le futur (moyenne):



Si l'on compare à la première édition de l'étude, on constate une augmentation générale des chiffres sur la question portant sur les activités sur le web réalisées pendant le confinement (graphique de gauche): les répondants ont, assez logiquement, un souvenir plus diffus sur leurs activités culturelles pendant le semi-confinement. Ces chiffres doivent donc être pris avec précaution. En revanche, les activités culturelles arrivent selon le *même classement* que lors de la première édition.

Il est plus instructif d'observer l'envie de perpétuer ces activités culturelles en ligne: l'envie est nette pour les films/séries en streaming, mais faible pour toutes les autres activités. Au sein du Public Culturel, on observe la même tendance, avec une envie légèrement mais uniformément plus élevée.

Il est clair qu'aucune activité n'a pu susciter un intérêt persistant, et ce malgré l'effet catalyseur – mais temporaire – du semi-confinement. Les offres culturelles en ligne ne remplacent pas les offres *in vivo*, en tout cas pas pour le moment

En revanche et sans surprise, les films/séries en streaming font l'objet d'un usage établi, qui répond donc à des attentes et besoins précis et importants.

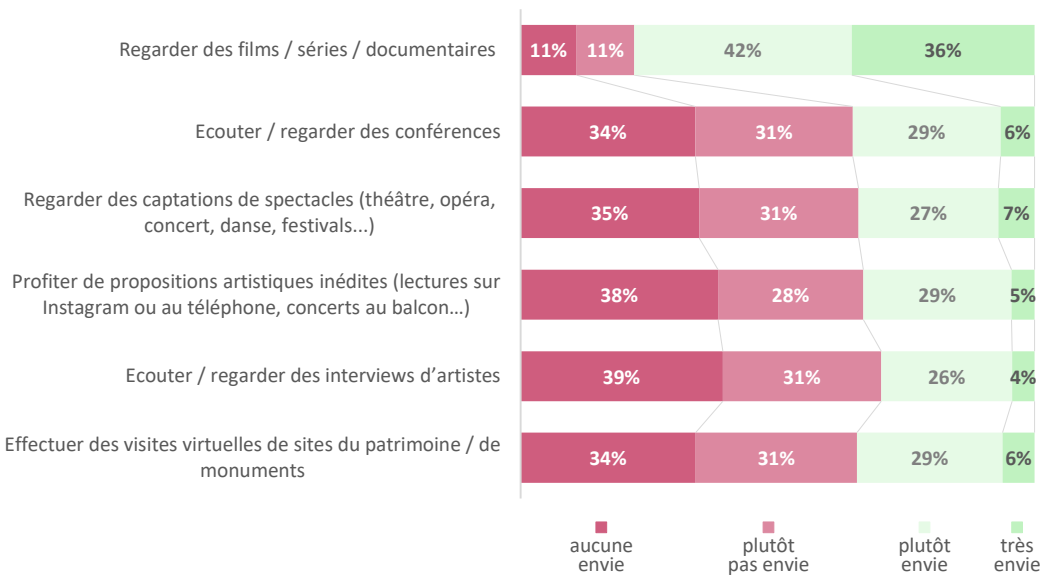


L'intérêt suscité par les offres digitales apparaît peu pérenne (2/3)

L'envie de poursuivre les activités culturelles est forte pour les films/séries en streaming. Les autres propositions suscitent l'envie d'un gros quart de la population.

Au sein du Public Culturel, la tendance est identique, même si l'envie est pour toutes les activités légèrement plus marquée.

Envie de pratiquer chaque activité dans le futur (moyenne):



Total Suisse

À l'appui de cette conclusion, nous reprenons le graphique de droite de la page précédente, en présentant ici la *répartition détaillée des réponses* (population totale) entre chaque degré d'envie, où l'on visualise la part prépondérante des personnes choisissant la réponse extrême "aucune envie". Les "captations de spectacles" suscitent à peine plus d'intérêt que les "propositions artistiques inédites".



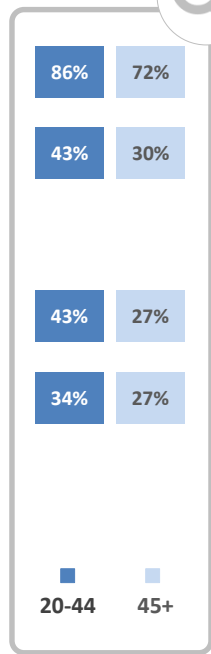
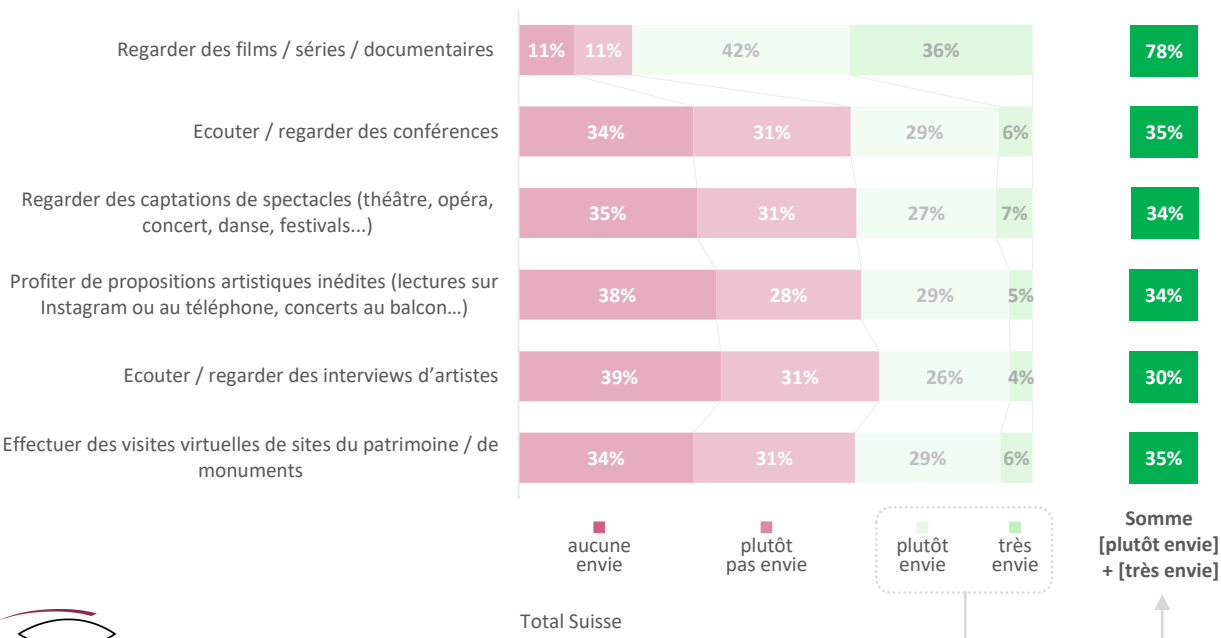
L'intérêt suscité par les offres digitales apparaît peu pérenne (3/3)

L'envie de poursuivre les activités culturelles est forte pour les films/séries en streaming. Les autres propositions suscitent l'envie d'un gros quart de la population.

Au sein du Public Culturel, la tendance est identique, même si l'envie est pour toutes les activités légèrement plus marquée.

Envie de pratiquer chaque activité dans le futur (moyenne):

Les variations significatives:



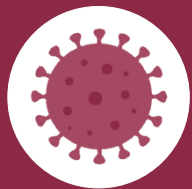
On note une différence récurrente, qui était déjà observable lors de la première édition: les plus jeunes sont plus enclins à l'utilisation des offres culturelles sur le web. Différence plus nette sur les films/séries en streaming et sur les offres inédites sur notamment Instagram.

On ne note pas de différence fondamentale entre S.A. et S.R., même si, tendanciellement, il apparaît que la S.R. est, légèrement, plus ouverte aux offres culturelles en ligne que la S.A..

Question: "Et dans le futur, avez-vous envie d'avoir les activités culturelles suivantes sur le web?". Réponses possibles: Non, aucune envie | Non, plutôt pas envie | Oui, plutôt envie | Oui, très envie. n=1'197.

A blurred photograph of an art gallery. In the foreground, a person in a light-colored jacket and tan pants is walking from left to right. To the left, a man in a blue jacket is looking at a framed abstract painting. In the center, a woman with long dark hair is sitting on the floor, wearing a plaid shirt, with a blue bag next to her. To the right, a woman in a striped top and dark pants is walking from right to left. The background features several framed abstract paintings on a white wall, including a large one with vibrant geometric shapes. A white pedestal with a wooden sculpture on top is visible on the left. The floor is a smooth, light gray.

et depuis la réouverture des lieux?



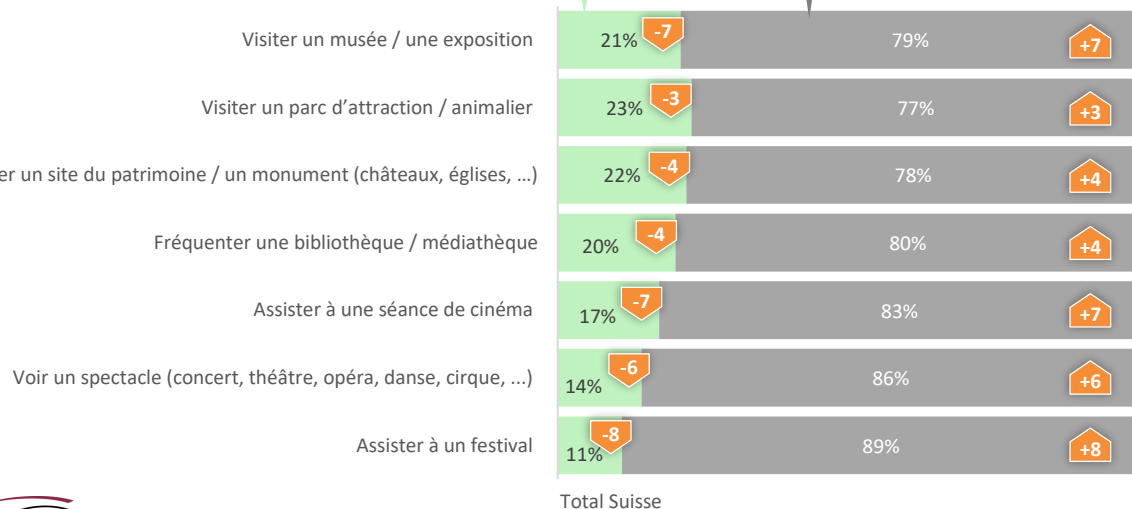
La prudence et la circonspection des Suisses à l'idée d'un retour dans les lieux culturels augmentent par rapport à fin mai/début juin.



Variation par rapport à la première édition de l'étude, en point de pourcentage.

"Oui, sans crainte particulière"

Autres réponses d'incertitude ou de méfiance (détails page suivante)

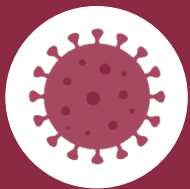


Nous avons repris la question déjà posée lors de notre enquête de fin mai/début juin, sur la crainte à l'idée d'un retour dans les lieux culturels.

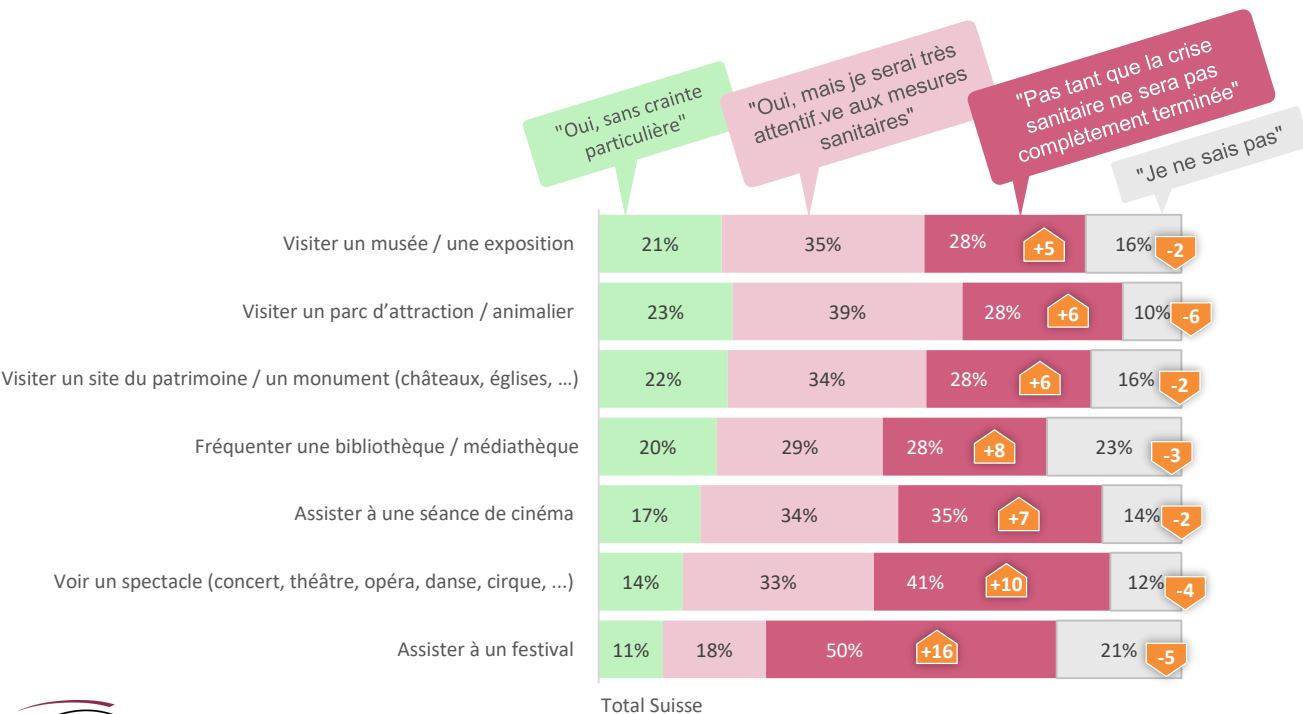
La part des répondants "sans crainte particulière" diminue très nettement, quel que soit le lieu, quelle que soit la catégorie de répondants.

Sans appel, l'idée d'un retour dans les lieux culturels suscite une crainte plus grande chez les répondants. Cette prudence accrue se retrouve dans tous les résultats de la présente enquête, quel que soit l'angle d'approche, et est certainement à rapprocher du fait que la Covid-19 prenait une place croissante dans les médias au moment de l'enquête (rentrée scolaire et Covid, renforcement des mesures par certains cantons, deuxième vague, actualité internationale liée à la recrudescence des cas à l'international, ...).

Comme évoqué dans la première enquête, l'état d'esprit de la population est très dépendant du contexte sanitaire et peut donc évoluer très rapidement.



Les publics repoussent la date de retour sur les lieux

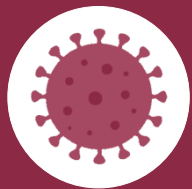


La part des personnes déclarant avoir l'intention de retourner dans les lieux "pas tant que la crise ne sera pas terminée" augmente très nettement.

Il est aussi intéressant de noter que la part des indécis baisse: la réponse "je ne sais pas" cède du terrain partout, parfois nettement. Hypothèse: les gens ont – si l'on peut dire – acquis 3 mois d'expérience de la Covid-19 depuis notre première enquête, se sont informés, et ont pu se faire davantage une opinion sur la question.

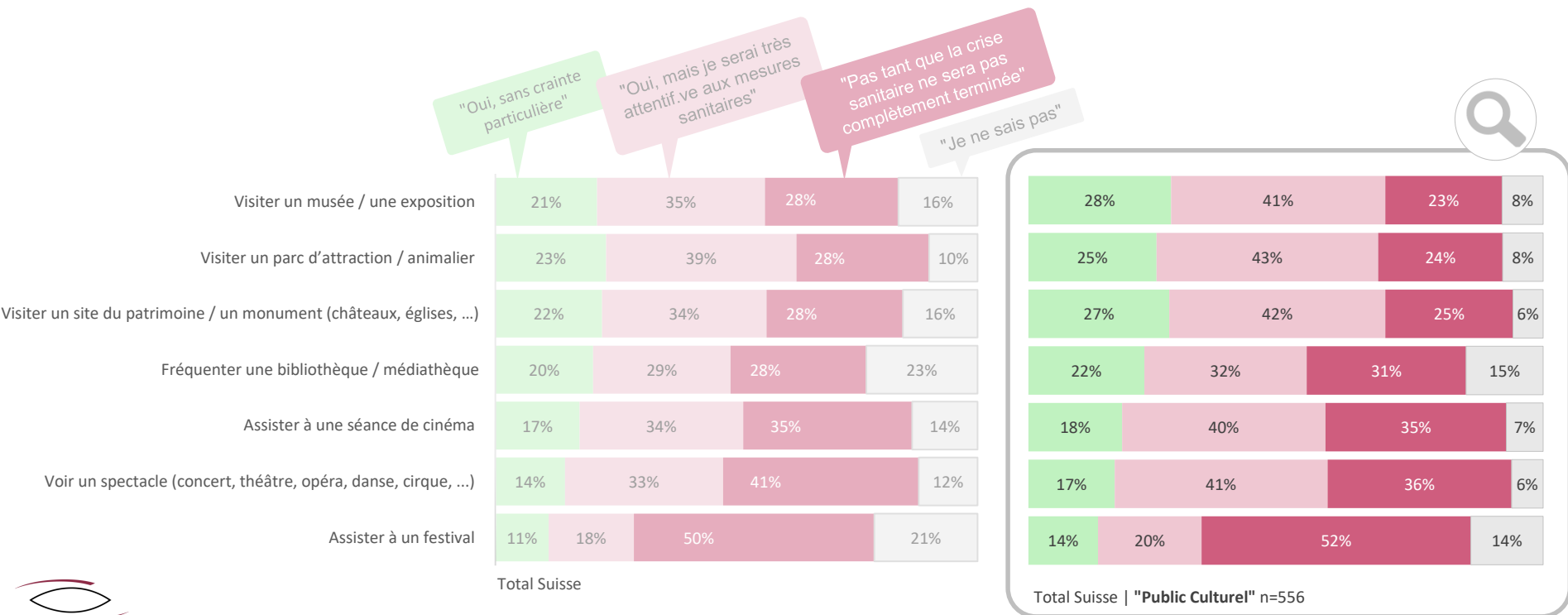
On observe aussi, comme lors de la première édition de l'enquête, que les lieux à déplacement libre – i.e. où les spectateurs ne sont pas stationnaires mais mobiles – suscitent moins de méfiance que les lieux dont les spectateurs sont stationnaires.

Les faits sont têtus: ce sont aussi pour ces lieux stationnaires que *l'augmentation* de la méfiance est la plus forte (cf. variations en orange)...



Le Public Culturel est davantage disposé à revenir dans les lieux culturels.

Bonne nouvelle: le Public Culturel est nettement plus enclin à envisager un retour sur les lieux, même si c'est en appliquant scrupuleusement les mesures sanitaires (Σ secteurs verts et rose clair). Ces personnes sont aussi plus décidées (cf. part des 'Je ne sais pas'), plus engagées dans un retour vers les lieux de culture.



Question: "Aujourd'hui, envisageriez-vous d'aller..."

Réponses possibles: Oui, sans crainte particulière | Oui, mais je serais particulièrement attentif.ve aux mesures sanitaires | Pas tant que la crise sanitaire ne sera pas complètement terminée | Je ne sais pas. n= 556.



Dans les esprits, ce sont toujours les sentiments de prudence et de méfiance qui dominent

(1/2)

Autre illustration de la méfiance de la population, les 2/3 des Suisses ont l'intention de visiter des lieux moins fréquentés. La moitié d'avoir moins de sorties culturelles. Chiffres en nette progression par rapport à début juin.

Aller dans des sites moins fréquentés



Total Suisse

66%

+12

Réduire le nombre de vos sorties culturelles

Total Suisse

52%

+13

Comme mentionné plus haut, cette méfiance croissante se traduit également dans les modalités de visites – tout au moins dans la *représentation* que les répondants se font aujourd'hui des modalités de leurs visites futures.

Ainsi, les deux tiers de la population suisse déclarent avoir l'intention de visiter des sites *moins fréquentés* par rapport à avant la crise. La moitié pense *réduire le nombre* de sorties culturelles.

Néanmoins, il faut ici se garder d'une interprétation trop hâtive et de conclure d'une façon définitive que la fréquentation des lieux culturels va chuter dans les mois à venir. Premièrement, on l'a dit, les états d'esprits sont très dépendants du contexte sanitaire, lui-même très changeant. Deuxièmement, il y a toujours une différence entre la déclaration d'une intention et sa traduction en actes. Les gens peuvent se déclarer aujourd'hui très réticents, et, dans les semaines ou mois à venir, la routine du quotidien reprenant ses quartiers, assouplir leur méfiance et renouer finalement avec leurs habitudes culturelles. Le besoin de culture et le besoin de moments en société sont très forts (voir p.7). On aura donc une reprise progressive au gré des conditions sanitaires, reprise dont on ne sait pas trop, *in fine*, quel sera le rythme.



Dans les esprits, ce sont toujours les sentiments de prudence et de méfiance qui dominent

(2/2)

Autre illustration de la méfiance de la population, les 2/3 des Suisses ont l'intention de visiter des lieux moins fréquentés. La moitié d'avoir moins de sorties culturelles. Chiffres en nette progression par rapport à début juin.

Aller dans des sites moins fréquentés

Réduire le nombre de vos sorties culturelles



Total Suisse

66%

+12

Total Suisse

52%

+13



20-44

61%

45+

71%

20-44

50%

45+

57%



20-44

61%

45+

65%

20-44

48%

45+

47%



20-44

73%

45+

78%

20-44

40%

45+

47%

La Suisse alémanique apparaît plus prudente que la Suisse romande, notamment sur le point 'Réduire le nombre de sorties culturelles'.

On voit également que la prudence augmente fortement avec l'âge en Suisse alémanique.

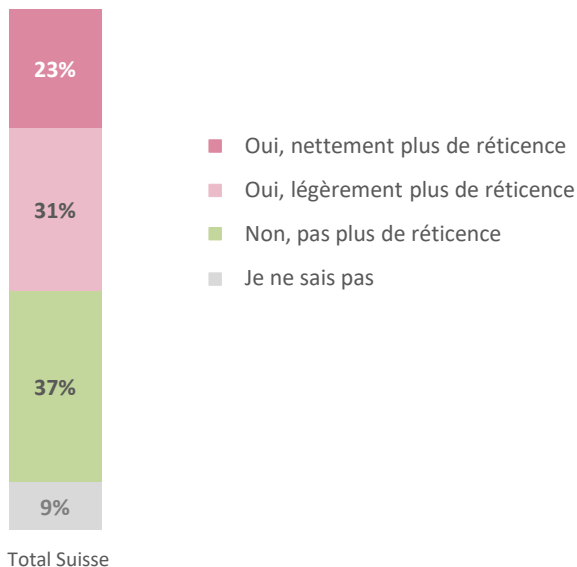
Rappel: les chiffres pour le Tessin sont à prendre avec précaution, vu la marge d'erreur importante.

Peut-être plus étonnant, les chiffres pour le Public Culturel – non présentés ici – sont quasiment identiques à ceux de la population totale: le Public Culturel a l'intention de réduire la voiture dans les mêmes proportions que le Total Suisse. Nous constatons déjà cette similarité dans la première édition.



La mobilité est perçue comme un facteur de risque supplémentaire

"Sur le plan sanitaire, par rapport à une manifestation près de chez vous, auriez-vous davantage de réticence à vous rendre à une manifestation culturelle en dehors de votre canton qui nécessiterait une nuitée sur place?"



Pour la majorité de la population, assister à une manifestation culturelle loin de chez soi avec une nuitée sur place est un facteur de risque supplémentaire.

Pour un gros tiers de la population, cela ne représente pas de risque supplémentaire par rapport à une manifestation près de chez soi.

La méfiance s'exprime donc aussi, globalement, par une baisse de la mobilité.

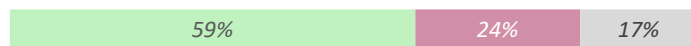
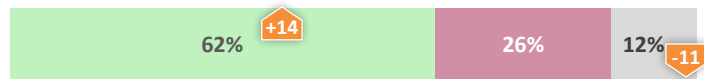
Résultats homogènes pour cette question dans la population: aucune différence entre Suisse alémanique et Suisse romande, tandis que les plus jeunes et le Public Culturel expriment une réticence légèrement plus faible que le reste de la population.



La crainte à l'égard des lieux en plein air diminue

La majorité des Suisses estime que les lieux en plein air sont plus sûrs que les lieux clos. Cette part augmente nettement par rapport à fin mai/début juin.

Les spectacles et festivals en plein air:
plus sûrs que les lieux clos?



■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Je ne sais pas

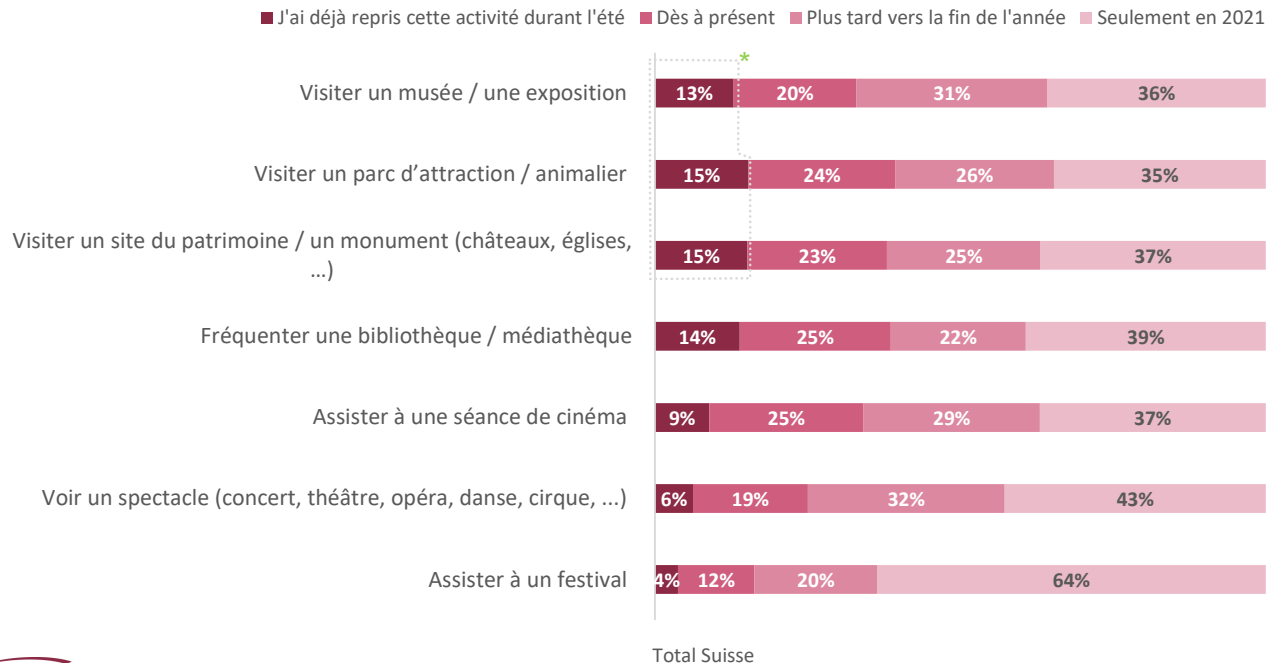
Ici aussi, il semble que la population ait une meilleure connaissance de la Covid-19. À cette question, la part des indécis baisse nettement, et les gens sont plus nombreux à penser que les lieux ouverts sont plus sûrs que les lieux clos.

On note une réserve plus grande en Suisse romande – comme lors de la première édition –, peut-être due au fait que le concept de festival serait davantage associé à la foule, en référence aux festivals romands de très grande envergure. (hypothèse)



Une reprise des sorties culturelles dans les mois qui viennent

En grande majorité, la population entrevoit un retour dans les lieux culturels d'ici la fin de l'année. Pour les lieux sans place attribuée, cette part est plus importante.



La part des personnes entrevoyant une reprise des sorties culturelles "seulement en 2021" augmente (en rose clair sur le graphique). D'environ 22% début juin, elle passe aujourd'hui à environ 42% – signe, une fois encore, d'une méfiance accrue.

On remarque, comme dans les questions précédentes, que les lieux avec places attribuées suscitent une plus grande prudence que les lieux à déplacement libre, et devraient voir les publics revenir un peu plus tard.

On observe enfin que la part de la population ayant effectivement repris ses sorties culturelles (*) durant l'été n'est pas négligeable (env. 15%).

quelles conséquences sur le budget pour les sorties culturelles?

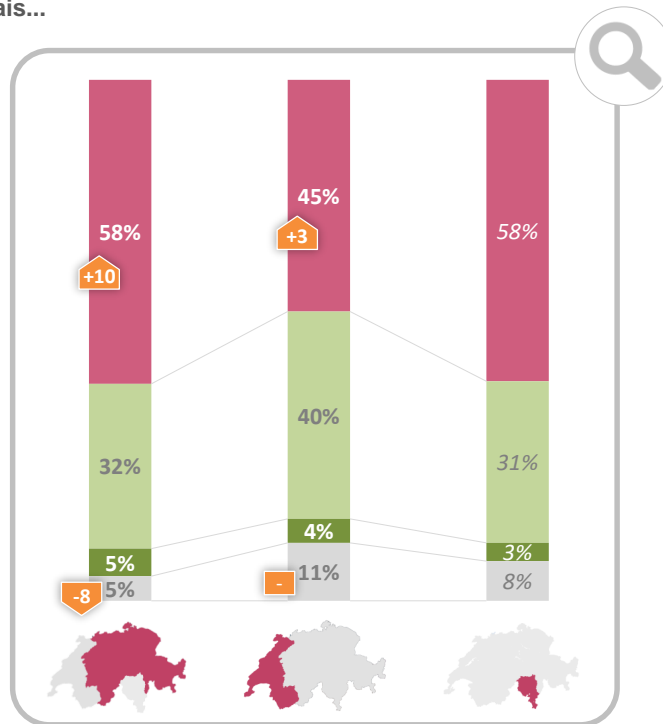
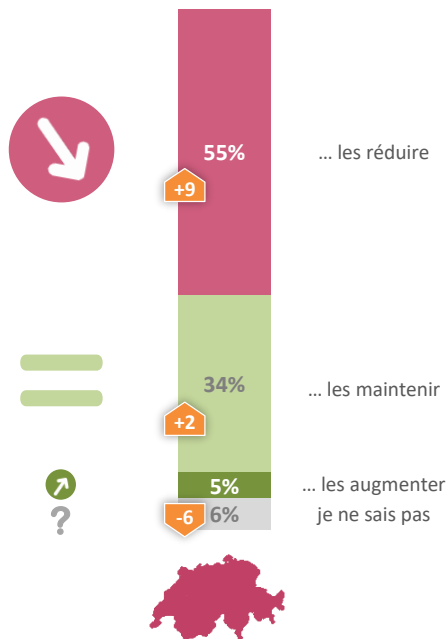




L'impact de la crise sanitaire sur le budget alloué aux sorties culturelles est significatif

Plus de la moitié des Suisses ont l'intention de réduire leurs dépenses pour leurs sorties culturelles.

Mes dépenses pour les sorties culturelles, je vais...



Par rapport à fin mai/début juin, on constate une plus grande frilosité de la population à l'égard des dépenses pour les sorties culturelles. La part des gens envisageant de réduire ce type de dépenses augmente de 9 points par rapport à la première édition de l'enquête.

Cette augmentation est clairement due à la Suisse alémanique: Une forte progression (+10 pts) de la réponse 'réduire', qui correspond d'ailleurs à la baisse du taux d'indécis (-8 pts). La Suisse romande reste, elle, assez stable.

On constatait lors de la première édition une crainte moins forte en S.A. qu'en S.R., et ce sur plusieurs questions. La relative insouciance qui prévalait en S.A. n'est plus de mise.

Sur cette question, on ne note **pas de variation significative entre ce total Suisse et le Public Culturel**: avoir des sorties culturelles récurrentes n'a pas d'impact sur sa volonté de freiner ou maintenir ses dépenses culturelles.

Question: "Quelle est votre intention en ce qui concerne vos dépenses pour les sorties culturelles (cinéma, concert, festival, théâtre, musée, monuments, opéra...) dans les 12 mois qui viennent? – Mes dépenses pour les sorties culturelles, je vais...". Réponses possibles: Je vais les freiner fortement | je vais les freiner un peu | je vais les maintenir plus ou moins au même niveau | je vais les augmenter un peu | je vais les augmenter fortement | Je ne sais pas. Sur le graphique: [somme Freiner], [Maintenir], [somme Augmenter], [Je ne sais pas]. n= 1'197.

quelles sont les
conséquences
sur les abonnements?



Haymarket, King's Theatre and Opera House, Lady Clarke
Ivory season ticket, 1796

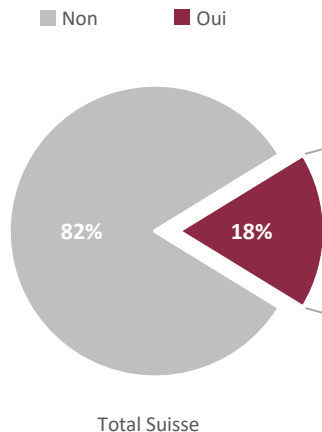


La crise sanitaire aura un impact clair sur les abonnements

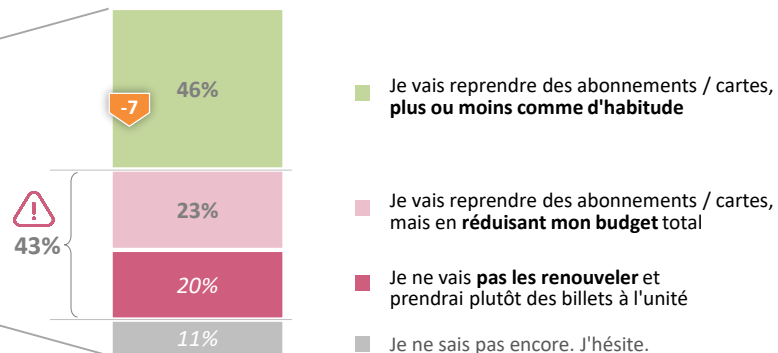
La crise sanitaire et ses conséquences financières, effectives ou redoutées, auront manifestement des conséquences sérieuses sur le renouvellement des abonnements. Seuls 46% des abonnés de la saison passée comptent reprendre leurs abonnements "comme d'habitude". Cette part est en baisse par rapport à la première édition.

Mais on peut aussi observer que 69% (46+23) veulent renouveler leurs abonnements, même si c'est dans une variante moins chère.

Avez-vous des abonnements ou cartes d'adhésion dans des lieux culturels?
(base: total Suisse, n= 1'197)



Comptez-vous renouveler ces abonnements / cartes?
(base: réponses "oui" à la question précédente = 210)





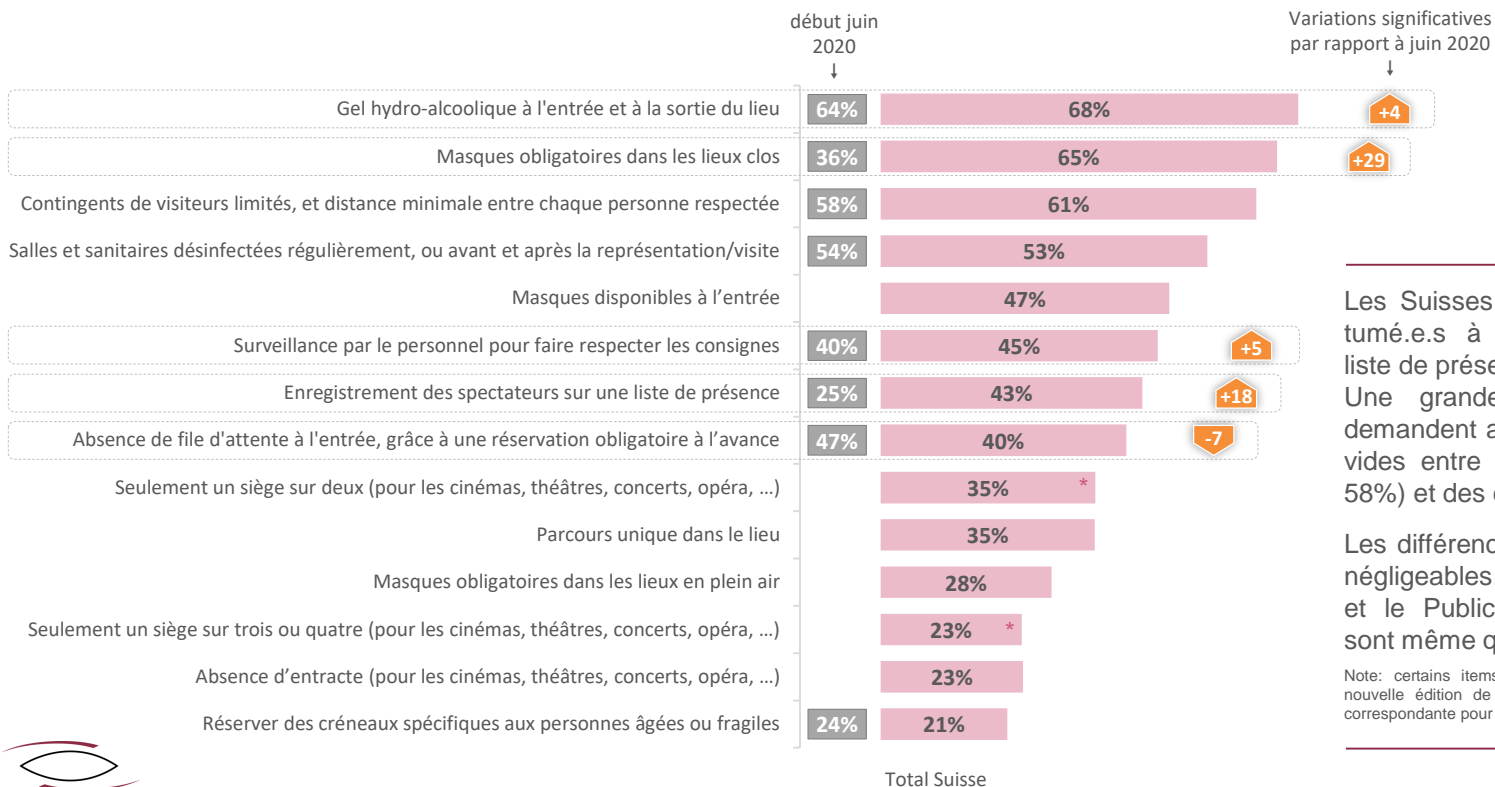
**quelles sont les mesures sanitaires
réclamées par les publics?**



Les Suisses sont massivement favorables à la prise de mesures sanitaires dans les lieux culturels

(1/2)

Dans l'ensemble, cette attente de mesures sanitaires est plus marquée qu'en juin. Le port du masque obligatoire suscite désormais une forte adhésion. En outre, les Suisses font une différence nette entre le masque obligatoire en lieu clos et en plein air.



Les Suisses se sont en partie accoutumés à l'enregistrement sur une liste de présence (traçabilité). Une grande majorité des Suisses demandent aussi de laisser des sièges vides entre chaque spectateur (*total: 58%) et des contingents.

Les différences entre S.A. et S.R. sont négligeables. Entre la population totale et le Public Culturel, les différences sont même quasiment inexistantes.

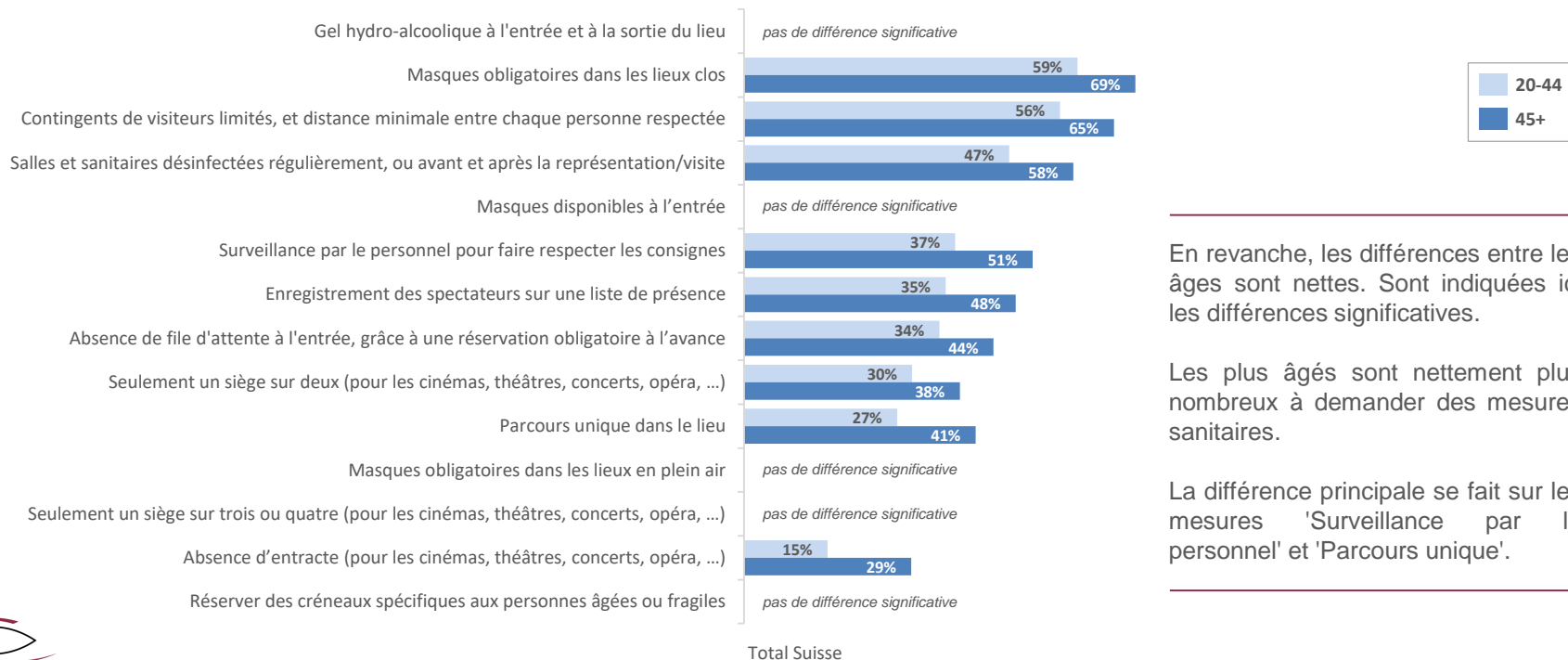
Note: certains items ont été rajoutés à l'occasion de cette nouvelle édition de l'enquête. Il n'y a donc pas de donnée correspondante pour début juin 2020.



Les Suisses sont massivement favorables à la prise de mesures sanitaires dans les lieux culturels

(2/2)

Dans l'ensemble, cette attente de mesures sanitaires est plus marquée qu'en juin. Le port du masque obligatoire suscite désormais une forte adhésion. En outre, les Suisses font une différence nette entre le masque obligatoire en lieu clos et en plein air.



En revanche, les différences entre les âges sont nettes. Sont indiquées ici les différences significatives.

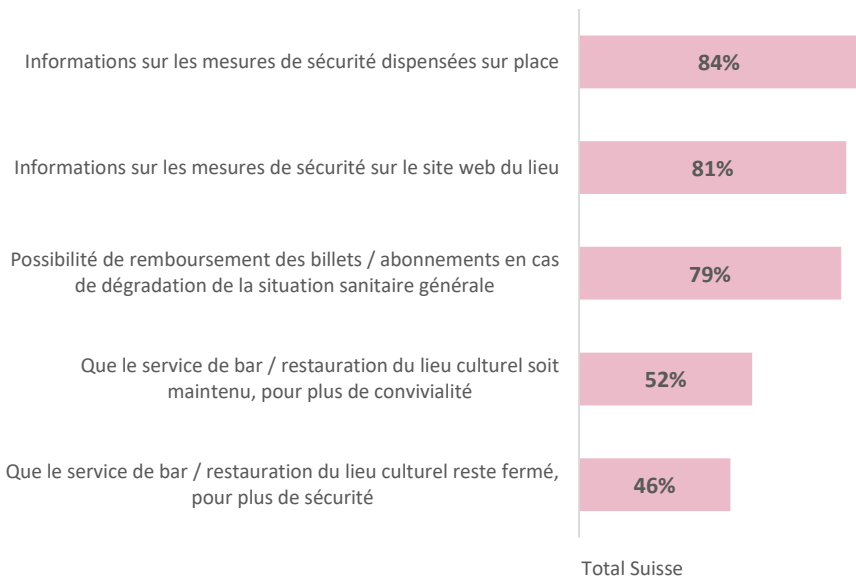
Les plus âgés sont nettement plus nombreux à demander des mesures sanitaires.

La différence principale se fait sur les mesures 'Surveillance par le personnel' et 'Parcours unique'.

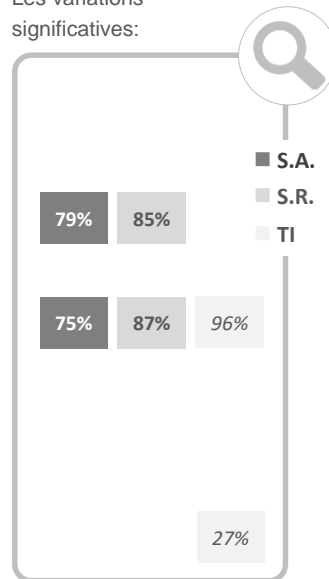


Information et remboursement facilité: 2 attentes fortes

Pour une grande majorité des Suisses, l'information sur les mesures de sécurité est importante. Le remboursement facilité des billets est aussi plébiscité. En revanche, les gens sont partagés à propos de l'ouverture ou la fermeture du bar/restaurant du lieu culturel.



Les variations significatives:



S'il n'est guère surprenant de voir le remboursement facilité des billets plébiscité, il est par contre instructif de noter les différences selon les régions linguistiques. Cette mesure remporte en effet une adhésion (encore) plus marquée en Suisse latine.

Concernant le maintien ou la fermeture du service de bar/restauration, on ne voit pas se dégager de préférence nette pour l'une ou l'autre solution. Les gens sont partagés.

quel soutien pour un secteur culturel fragilisé?



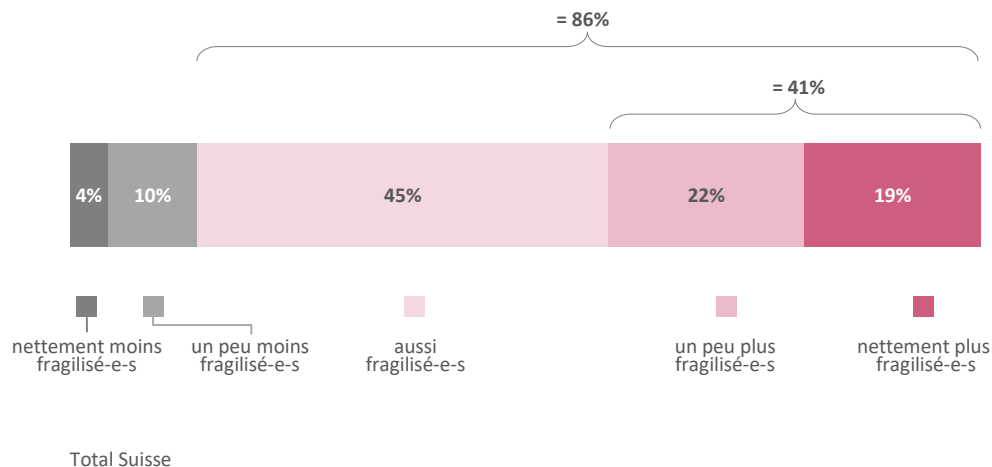


Les difficultés spécifiques à la culture reconnues par 86% de la population

(1/2)

Pour 41%, la culture est même davantage fragilisée que les autres secteurs.

Les artistes et personnes actives dans la culture:
plus ou moins fragilisé-e-s par la crise du coronavirus que les autres professions en général?



Nous avons voulu savoir quelle était la perception de la situation du secteur culturel par la population. Afin d'avoir des résultats exploitables, nous n'avons pas demandé aux répondant.e.s s'ils.elles estimaient le secteur culturel fragilisé ou non, mais plutôt de donner leur perception *par rapport aux autres professions en général*.

Il apparaît que, pour 86% de la population, le secteur culturel est fragilisé. 41% reconnaissent même les difficultés inhérentes au secteur culturel et considèrent celui-ci *plus* fragilisé que les autres secteurs.

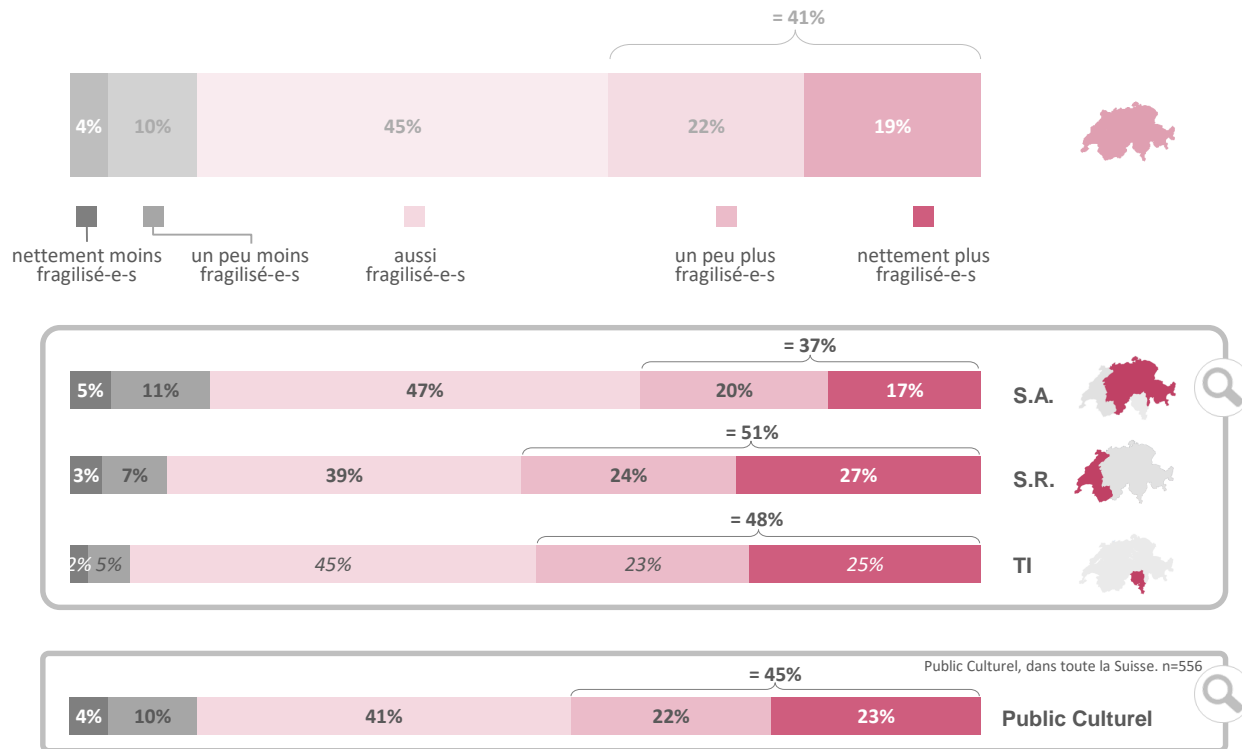
La part importante de la population trouvant le secteur culturel *aussi fragilisé que les autres* (45%) est à mettre en regard avec l'attachement de la population à la culture. On a observé cet attachement plus haut à travers le manque ressenti lors de la fermeture des lieux, l'importance des sorties culturelles en termes de sociabilisation, la fréquence des sorties culturelles. On peut donc supposer qu'une grande part de la population, en dépit de son attachement à la culture, n'est pas forcément consciente des difficultés spécifiques à ce secteur.



Les difficultés spécifiques à la culture reconnues par 86% de la population

(2/2)

Pour 41%, la culture est même davantage fragilisée que les autres secteurs.



La distinction entre régions linguistiques met en lumière une différence significative entre Suisse alémanique et Suisse latine. Le secteur est considéré comme 'plus fragilisé' par la majorité de la Suisse latine.

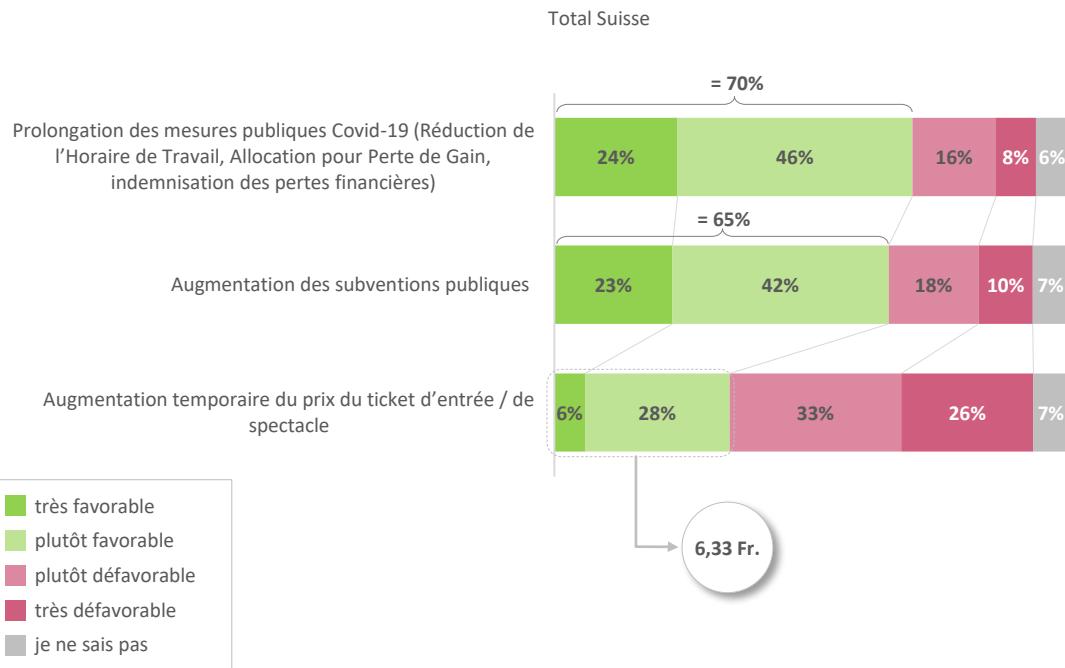
Focus sur le **Public Culturel** (dans toute la Suisse): on voit que les proportions varient, mais assez peu. Les difficultés du secteur culturel sont reconnues assez uniformément par les répondant.e.s, même par celles et ceux fréquentant les lieux culturels moins assidûment.

Question: "Selon vous, les artistes et personnes actives dans la culture sont-ils-elles moins fragilisé-e-s ou plus fragilisé-e-s par la crise du coronavirus que les autres professions en général?". Réponses possibles: nettement moins fragilisé-e-s que les autres professions en général | un peu moins fragilisé-e-s que les autres professions en général | un peu plus fragilisé-e-s que les autres professions en général | nettement plus fragilisé-e-s que les autres professions en général. Base: n= 1'197.



Les Suisses massivement favorables à des mesures de soutien pour le milieu de la culture

(1/3)



Les Suisses sont massivement en faveur d'une prolongation des mesures publiques Covid-19 pour le secteur culturel. Un quart des Suisses s'y dit même 'très favorable'. L'augmentation des subventions publiques est aussi très majoritairement plébiscitée (65%).

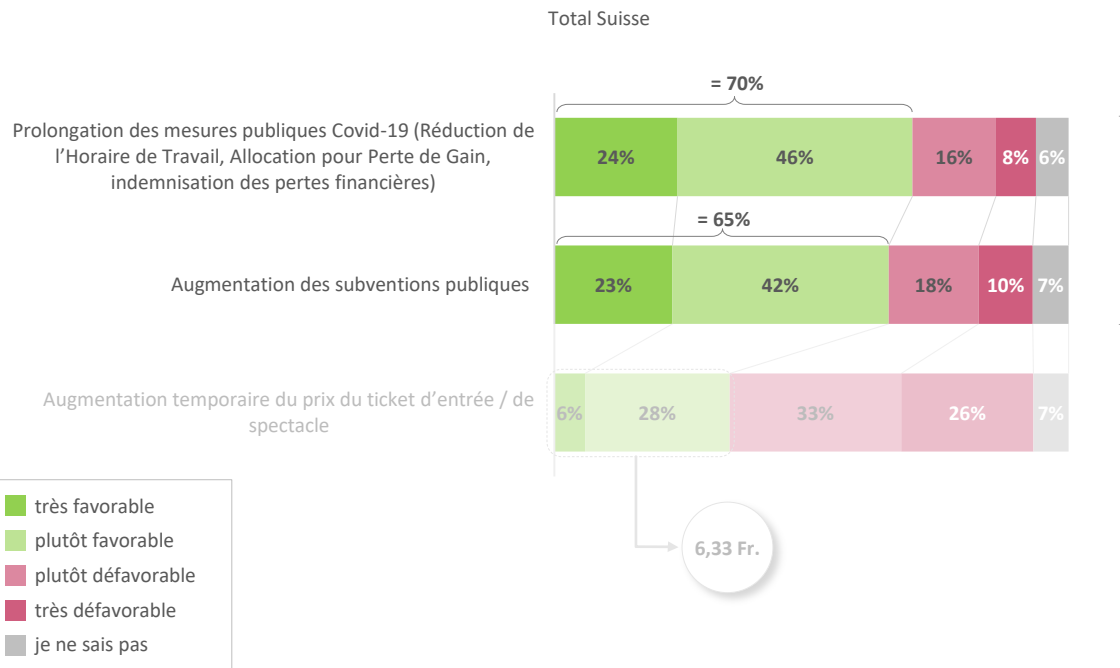
Un tiers des personnes interrogées se disent même prêtes à une augmentation temporaire du prix du billet:

Le supplément de prix que ces répondant.e.s se disent prêt.e.s à payer se monte à 6,33 Fr. en moyenne, somme assez conséquente qui illustre l'attachement particulier d'un tiers des Suisses à la culture.



Les Suisses massivement favorables à des mesures de soutien pour le milieu de la culture

(2/3)



Les deux premières mesures évoquées bénéficient d'un soutien assez *uniforme dans la population*: on ne constate

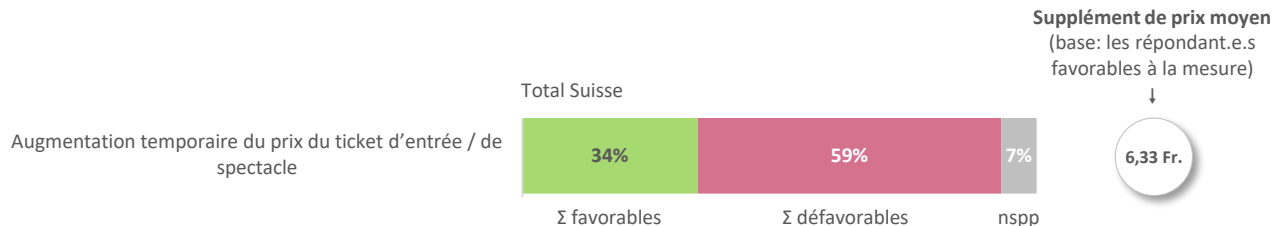
- qu'une différence minime selon la région linguistique, la S.R. apportant un soutien légèrement plus marqué aux mesures,
- pas différence significative selon l'âge,
- et, surtout, pas de différence significative entre population totale et Public Culturel.

On pourra interpréter ces résultats comme une illustration supplémentaire de l'attachement des Suisses à la culture.

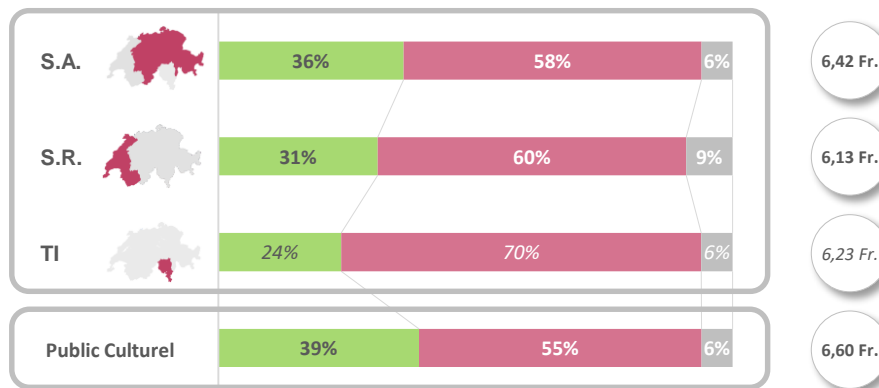


Les Suisses massivement favorables à des mesures de soutien pour le milieu de la culture

(3/3)



En revanche, pour la proposition 'augmentation temporaire du prix du ticket', les différences sont plus nettes:



La Suisse alémanique se montre plus favorable à cette mesure que la Suisse romande. Les personnes favorables à cette mesure sont disposées à payer un supplément de prix plus élevé que la Suisse romande.

Le Public Culturel se montre également plus favorable à cette mesure que la population totale (39% vs 34%), avec un supplément de prix plus élevé que pour la population totale.

- très favorable
- plutôt favorable
- plutôt défavorable
- très défavorable
- je ne sais pas

Question : "Voici une liste de mesures qui visent à compenser les pertes de recettes dans le secteur culturel engendrées par la crise sanitaire. Seriez-vous personnellement en faveur des mesures suivantes pour le secteur culturel?" Réponses possibles: très favorable | plutôt favorable | plutôt défavorable | très défavorable | je ne sais pas. Base n=1'197.

Question : "Vous êtes favorable à une 'augmentation temporaire du prix du ticket d'entrée / de spectacle'. Une augmentation de quel montant? (en franc, par billet)". Base: n=319. Les réponses 'je ne sais pas' (16) ne sont pas prises en compte dans le calcul du prix moyen.



Mise en perspective

Cette enquête a permis d'obtenir une deuxième image de l'état d'esprit des Suisses et de leurs prédispositions eu égard aux sorties culturelles. La première édition de notre l'enquête, réalisée fin mai/début juin 2020 après le semi-confinement, était intitulée "Les Sorties Culturelles post-Covid19". Cette deuxième édition, réalisée fin août 2020, s'intitule "Les Sorties Culturelles en temps de Covid-19". La pandémie n'est pas finie, et, sur la fin du mois d'août, regagnait du terrain. C'est dans ce contexte que la présente enquête a été réalisée.

Les Suisses et Suissesses davantage méfiant.e.s quant à un retour sur les lieux culturels

Cette présence accrue du sujet Covid-19 se reflète directement dans les résultats. Indiscutablement et quel que soit l'angle sous lequel on aborde le sujet, la méfiance augmente. Les Suisses et Suissesses expriment une plus grande crainte à l'idée de revenir sur les lieux culturels, et repoussent – en moyenne – la date de ce retour. Cependant, il est fondamental de dire à nouveau que cette méfiance n'est pas figée. L'état d'esprit de la population est très dépendant du contexte sanitaire et peut donc évoluer très rapidement.

Le semi-confinement comme révélateur de l'importance de la culture

En effet, le changement dans les opinions est net et très corrélé au contexte. La crainte n'est donc pas figée. Mais surtout, cette période de fermeture des lieux culturels a agi comme un révélateur de l'attachement des Suisses à leurs sorties culturelles et, partant, à la culture en général. Même trois mois après la réouverture des lieux culturels, le souvenir du manque reste vivace. De plus, les sorties culturelles jouent un rôle qui déborde le strict intérêt artistique: aller au théâtre, au cinéma, au musée, c'est aussi croiser du monde, aller en société. Même si l'on n'entame pas forcément de discussion avec ses voisins, on rejoint un groupe, dont, pendant une heure ou deux, on fait partie. C'est le plaisir d'avoir une sortie prévue à son agenda – de sortir de chez soi, aussi. Certes, on va "voir un film", mais on va aussi "se faire un ciné". Il est frappant de voir l'importance de cette motivation sociale dans les réponses. Si la culture a autant manqué pendant le semi-confinement, alors c'est qu'elle est chère au cœur des Suisses et des Suissesses.

Les propositions culturelles sur le web: une question de format?

Si cette dimension sociale de la sortie culturelle est si importante, n'est-il pas contradictoire de proposer une offre culturelle *en ligne*? La culture *en ligne* ne va-t-elle pas à



Mise en perspective

rebours de la motivation principale de la sortie culturelle? Cette conclusion serait trop simple. Certes, les réponses récoltées dans cette enquête montrent que l'intérêt pour les offres culturelles en ligne reste nettement minoritaire (à l'exception des films/séries). Les résultats mettent en lumière l'importance du lien social, et montrent même que la plupart des offres culturelles numériques proposées ne déclenchent pas l'enthousiasme du "Public Culturel" non plus. Cependant, il nous paraît tout à fait erroné de conclure à une inadéquation entre le canal digital et l'offre culturelle – ou même l'offre d'art vivant. On voit en effet dans cette enquête que certaines pratiques culturelles digitales sont profondément établies. À l'évidence, elles répondent à des besoins et motivations précis. Selon nous, il s'agit donc davantage de trouver pour l'offre culturelle *les formes, les formats adaptés au canal digital*. Il nous semble donc que les résultats sont davantage à interpréter comme l'illustration que culture et digital restent un champ à explorer et à analyser: le "contexte de consommation" n'est pas le même selon que l'on se trouve sur une plate-forme digitale ou dans un lieu (physique) culturel vers lequel on s'est physiquement déplacé, auquel on a versé une somme d'argent parfois conséquente, dans lequel on est "immergé" avec d'autres personnes. Prendre en compte ces différences de

contexte et ces différences de motivation est déterminant pour proposer sur le web un contenu culturel adapté, à la bonne personne, au bon moment.

Si le numérique n'a pas détourné les publics des lieux culturels à la faveur du confinement, le retour sur les lieux culturels restera dépendant de la capacité des lieux à rassurer les publics sur les conditions sanitaires dans lesquelles s'effectuera la visite.

Les mesures sanitaires: les publics posent leurs conditions

Les mesures sanitaires sont bien un sujet central pour les publics. Il est d'ailleurs frappant de voir à quel point la part d'indécis.es s'est réduite par rapport à la première édition, et ce à quasiment toutes les questions. Les gens ont les idées plus claires, sont plus "aguerris" que lors de la première édition de l'enquête. Ils savent, davantage, ce qu'ils veulent. Il paraît donc crucial de mettre en place les mesures sanitaires en conséquence, des mesures claires, bien identifiées et clairement communiquées – sans pour autant faire rimer mesures sanitaires et climat anxigène...

Néanmoins et en dépit des mesures sanitaires mises en place,



Mise en perspective

il apparaît clairement que les Suisses et les Suissesses ont la volonté de freiner leurs dépenses pour les sorties culturelles. Les données recueillies sont cohérentes et montrent l'intention, largement répandue, de réduire le nombre de sorties, de choisir des lieux moins fréquentés, de réduire ses dépenses. Sur tous ces points, on constate une augmentation significative par rapport à la première édition, corroborant le sentiment accru de méfiance. Même si, comme mentionné plus haut, les réponses des sondé.e.s sont dépendantes d'un contexte lui-même changeant, les perspectives négatives ne peuvent être ignorées. Elles appellent, notamment, des réponses créatives en termes de politique tarifaire. On pense au billet solidaire, ou la possibilité de rajouter librement un supplément au prix de son billet. Parallèlement, les publics, pour une part qui nous paraît non négligeable (un tiers), se disent disposés à assumer une augmentation temporaire du prix du billet d'entrée – pour un montant moyen loin d'être symbolique –, et ce, même si les gens souhaitent, globalement, réduire leur budget consacré aux sorties culturelles.

Les Suisses et les Suissesses massivement en faveur de mesures d'aide au secteur culturel

De plus, les mesures publiques d'aide au milieu culturel sont

plébiscitées par les Suisses et Suissesses. Ce soutien est unanime et ne se cantonne pas à un âge particulier, ni à une région linguistique particulière, ni à un public coutumier des lieux d'art. Il témoigne de la reconnaissance, par une part importante de la population, des difficultés spécifiques au milieu culturel. Mais cette part ne pourrait-elle pas être plus élevée? La prise de conscience des difficultés inhérentes au milieu culturel ne pourrait-elle pas être plus large? Une opération de communication sur ces difficultés pourrait avoir tout son sens, et, probablement, susciter une plus large empathie de la part de la population.

Car l'attachement des Suisses et Suissesses à la culture est indéniable.



Mieux connaître vos publics – et vos non-publics.
Construire votre stratégie de marketing culturel.
Renforcer l'image de votre lieu et son rayonnement territorial.

Depuis 2018 en Suisse et 2013 en France, l'agence de marketing culturel et d'étude des publics **L'Oeil du Public** accompagne les institutions, collectivités, entreprises publiques comme privées dans le secteur des Arts, de la Culture et des Loisirs.

Notre point de départ: les publics.

Nos principes: Une approche rigoureuse, représentative et pragmatique, l'excellence en marketing & communication.

www.loeildupublic.com

L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl, Suisse – Lausanne
www.loeildupublic.com

Contact:
contact@loeildupublic.ch