

LES SORTIES CULTURELLES POST-COVID-19

Quelles activités culturelles ont le plus manqué aux Suisses pendant la crise sanitaire?
Quel retour aux sorties culturelles les Suisses entrevoient-ils.elles?
Dans quelles mesures sont-ils.elles prêt.e.s à opérer ce retour?



Enquête en Suisse et en France | Juin 2020

Fabien Morf, Directeur L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl
Adrian Mohr, Directeur L'Oeil du Public SAS

Enquête menée en concertation avec la
CDAC | KBK
Conférence des Délégués cantonaux aux Affaires Culturelles
Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten



En résumé – L'essentiel en 9 points-clés.

EXTRAIT



C'est surtout le cinéma et les spectacles vivants qui ont manqué aux Suisses pendant la période de confinement.



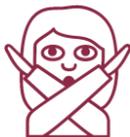
3/4 des Suisses ont eu des activités culturelles sur le web pendant le confinement.

20%

du "public culturel" (voir p.3) ont visionné en ligne **au moins 1 captation** de spectacle / concert ou fait une visite virtuelle de musée pendant le confinement.



1/4. C'est la proportion des Suisses prêt.e.s à retourner dans les lieux culturels "sans crainte particulière".



1/4 des Suisses ne veulent pas reprendre de sorties culturelles tant que la crise "ne sera pas complètement terminée".

4 à 5 mois

C'est, *en moyenne*, la durée d'attente après laquelle les Suisses pensent revenir dans les lieux culturels



Mesures sanitaires: Gels hydroalcooliques et nombre de visiteurs limité sont réclamés par **60%** des Suisses.



53% des abonné.e.s actuel.le.s ont l'intention de renouveler leurs abonnements ± comme d'habitude.



46% des Suisses veulent freiner leurs dépenses pour les sorties culturelles des 12 mois prochains mois.





Contexte et Méthodologie

EXTRAIT

Des milliers d'établissements dans le secteur des arts et de la culture ont été contraints de fermer pendant la crise sanitaire. Ils ont beaucoup souffert – et souffrent beaucoup – de la crise sanitaire et du brusque arrêt qui l'a suivie.

La situation est très hétérogène selon les secteurs culturels : certains lieux culturels peuvent réouvrir assez facilement (musées, sites patrimoniaux). En revanche, pour d'autres établissements (théâtres, opéras, salles de concert), la reprise va être plus lente et plus difficile en raison des contraintes liées aux arts vivants (programmation annuelle de septembre à juin, répétitions des artistes, etc.). Quant aux festivals, ils ont, pour la plupart, perdu un an.

Ces lieux culturels n'existent que par leurs publics ou visiteurs. L'agence de marketing culturel **L'Oeil du Public**, établie en Suisse et en France et spécialisée dans l'étude des pratiques et des attentes des publics des Arts et de la Culture, a donc voulu interroger les populations suisse et française sur leurs pratiques culturelles pendant le confinement, leurs vécus, leurs états d'esprits, et surtout leurs **intentions et attentes en matière de sorties culturelles post-Covid**.

Notre but est d'apporter aux professionnels des Arts & de la Culture des éléments **factuels, fiables et représentatifs**, susceptibles de les aider dans leurs décisions.

Méthodologie



Enquête réalisée en ligne, en collaboration avec *Dynata*, du **29 mai au 5 juin 2020**, soit après la conférence de presse du Conseil Fédéral du 27 mai 2020.



Echantillon **représentatif de la population Suisse** (Suisse alémanique + Suisse romande) de 20 ans et +, de **880** répondant.e.s.



Pour certains points d'analyse, un **focus** est présenté pour observer spécifiquement le "**Public Culturel**", qui regroupe les gens allant au moins 1 fois par an dans un de ces lieux: au musée, sur un site du patrimoine, à un festival, voir un spectacle. Ainsi, nous distinguons la culture davantage savante de la culture davantage orientée divertissement.

Le rapport complet de l'enquête est gratuit et disponible à toutes et tous.

Recevez
gratuitement le
rapport complet
ici

Dans ce rapport complet, retrouvez des informations cruciales sur

- l'impact de la crise sanitaire sur les dépenses culturelles à venir,
- le taux de renouvellement des abonnements pour la prochaine saison,
- l'ensemble des mesures sanitaires réclamées par les publics,
- l'impact du streaming,
- la date à laquelle les publics comptent reprendre leurs sorties culturelles
- les lieux qu'ils retrouveront en priorité
- les variations selon les âges.

Vous y trouverez également des vues séparées pour la Suisse Romande et la Suisse allemande, qui mettent en évidence des différences importantes entre les deux régions linguistiques.



Le rapport d'enquête pour la France est disponible sur simple demande au lien ci-dessus.



EXTRAIT

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 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.

Notre principe: une approche rigoureuse, représentative et pragmatique & l'excellence en marketing et communication.

Contact:

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

Fabien Morf, Fondateur & Directeur
fabien@loeildupublic.ch

Remerciements:

CDAC | KBK



© Copyright L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl, juin 2020.
Ce rapport est mis gratuitement à disposition selon les termes de
la [licence Creative Commons: Attribution - Pas d'Utilisation
Commerciale - Pas de Modification 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).