



# 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



## Contexte et Objectifs

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, visiteur.euse.s, spectateur.trice.s, auditeur.trice.s. L'agence de marketing culturel **L'Oeil du Public**, en Suisse et en France, spécialisée dans l'étude 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, leur état d'esprit, 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**.

### Objectifs

Notre enquête tente de donner des éléments de réponses à différentes interrogations que peuvent avoir les acteurs et professionnel.le.s de la culture:

- Qu'est-ce qui a le plus manqué aux Suisses dans le domaine culturel pendant ce confinement?
- Quelles activités culturelles les Suisses ont-ils.elles eues sur internet pendant le confinement? La période de confinement a-t-elle vraiment profité aux spectacles en streaming?
- Quand les publics comptent-ils reprendre leurs sorties culturelles?
- Et dans quels lieux en priorité?
- Quelles conditions sanitaires exigent-ils.elles pour envisager un retour dans les opéras, musées, cinémas, ...?
- Et qu'en est-il de leurs dépenses culturelles à venir? Les abonné.e.s vont-ils.elles renouveler leurs abonnements?



# Méthodologie



Enquête réalisée en ligne, en partenariat 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 +.



**880** répondant.e.s.

440 en Suisse romande et 440 en Suisse allemande.



Pour les **résultats Total Suisse**: résultats redressés de façon à correspondre à une distribution de 74% des répondant.e.s en Suisse allemande et 26% en Suisse romande.

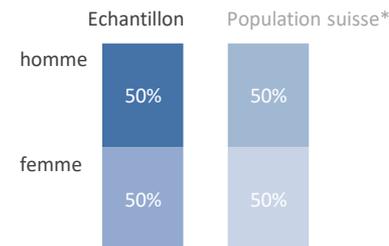


Pour certains points d'analyse, un **focus** est présenté pour mettre en valeur les différences significatives selon l'âge ou les variations entre Suisse allemande et Suisse romande, ou pour observer spécifiquement le "**Public Culturel**":

Nous définissons ici le "Public Culturel" comme les gens allant **au moins 1 fois par an au musée et/ou site du patrimoine et/ou festival et/ou voir un spectacle**. Ainsi, nous distinguons la culture davantage savante de la culture davantage de divertissement.

## Constitution de l'échantillon:

### Sexe



### Âge





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



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 a 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 prêts 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 abonnés actuels 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.





# Profils des répondants

## – fréquentation des principaux lieux de culture et de loisirs

% des sondés pratiquant au moins 1 fois tous les 2 ans les activités suivantes



**80%** des Suisses ont assisté à une séance de cinéma au moins 1 fois tous les 2 ans.



**72%** des Suisses ont visité une exposition ou un musée au moins 1 fois tous les 2 ans.



**79%** des Suisses ont visité un monument ou site du patrimoine au moins 1 fois tous les 2 ans.



**55%** des Suisses ont fréquenté une bibliothèque au moins 1 fois tous les 2 ans.



**80%** des Suisses sont allés voir un spectacle (concert, théâtre, opéra...) au moins 1 fois tous les 2 ans.



**62%** des Suisses ont assisté à un festival au moins 1 fois tous les 2 ans.



**79%** des Suisses ont visité un parc d'attraction ou animalier au moins 1 fois tous les 2 ans.

The image shows a large, empty theater or auditorium. The seats are arranged in rows, and the stage area is visible in the foreground. The lighting is dim, creating a somber atmosphere. 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**

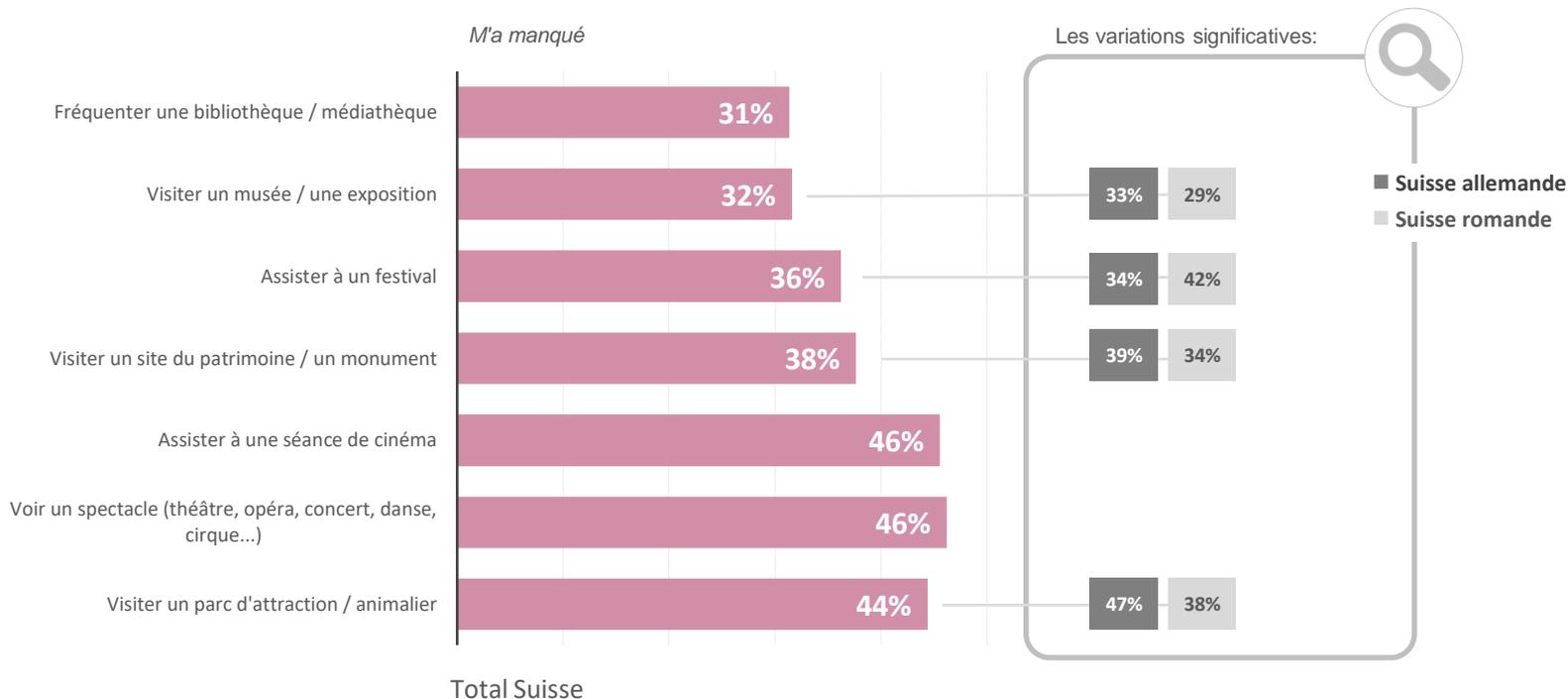


# Les activités culturelles qui ont manqué aux Suisses

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

Par rapport aux Suisses allemands, les Romands sont davantage attachés aux festivals. L'attachement aux parcs animaliers/d'attraction est plus fort en Suisse allemande.

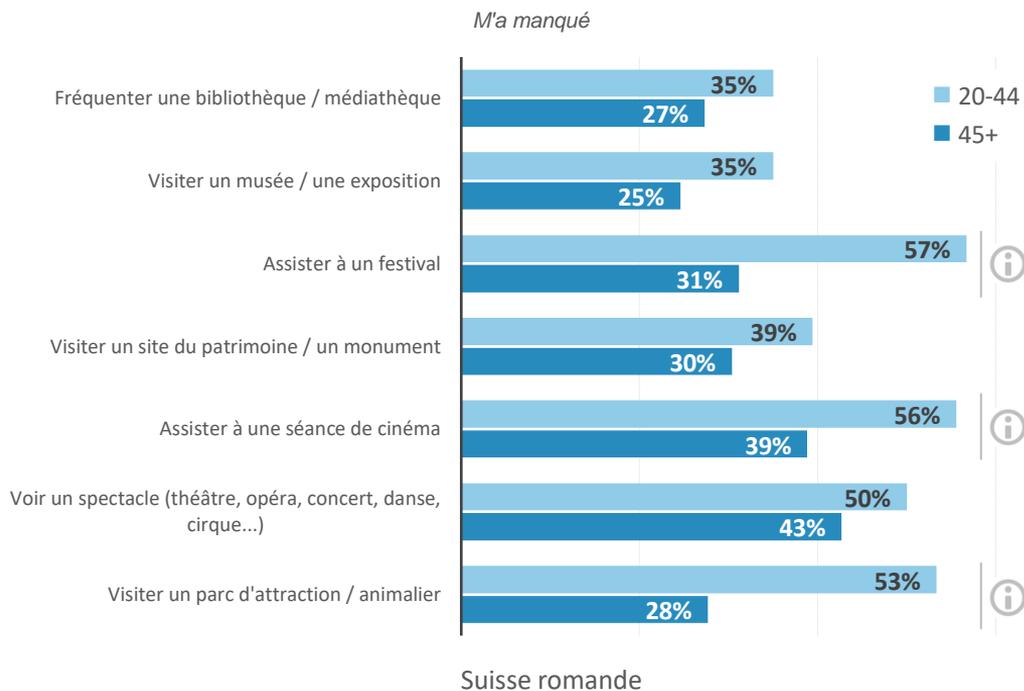
Le manque ressenti est aussi le reflet de la fréquentation des lieux en temps normal.





# Les activités culturelles qui ont manqué aux Suisses

Focus sur la Suisse romande: de fortes disparités selon les âges, qui peuvent mettre en évidence le caractère familial de certaines activités.



Le cinéma, les festivals, les parcs d'attraction ont nettement plus manqué aux 20-44.

C'est aussi le cas pour les musées et les sites du patrimoine, mais dans une moindre mesure.

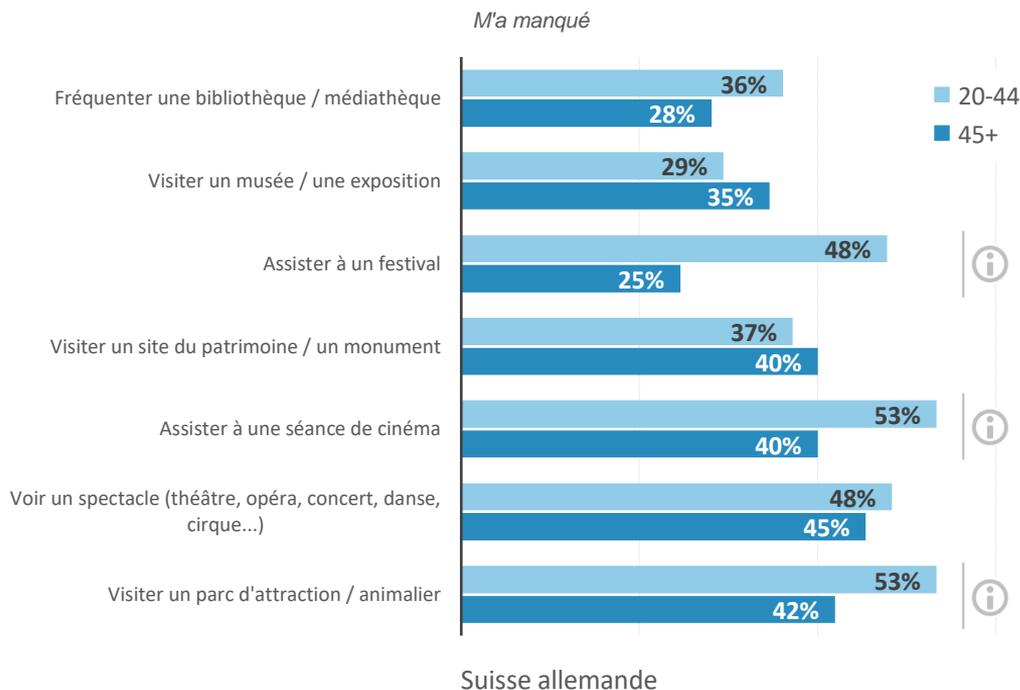
A noter, 1/3 des Suisses romands ont souffert de la fermeture des bibliothèques.



# Les activités culturelles qui ont manqué aux Suisses

Focus sur la Suisse allemande: même si elles existent, les différences entre les âges sont notablement moins fortes en S.A. qu'en S.R.

L'attachement aux festivals est moins fort qu'en S.R.



Les festivals, cinémas et parcs de loisirs/animaliers ont aussi davantage manqué ont 20-44.

Outre Sarine, le rapport 20-44 vs. 45+ est inversé pour les musées et sites du patrimoine.

Le manque vis-à-vis des bibliothèques est quasiment identique à la Suisse romande.

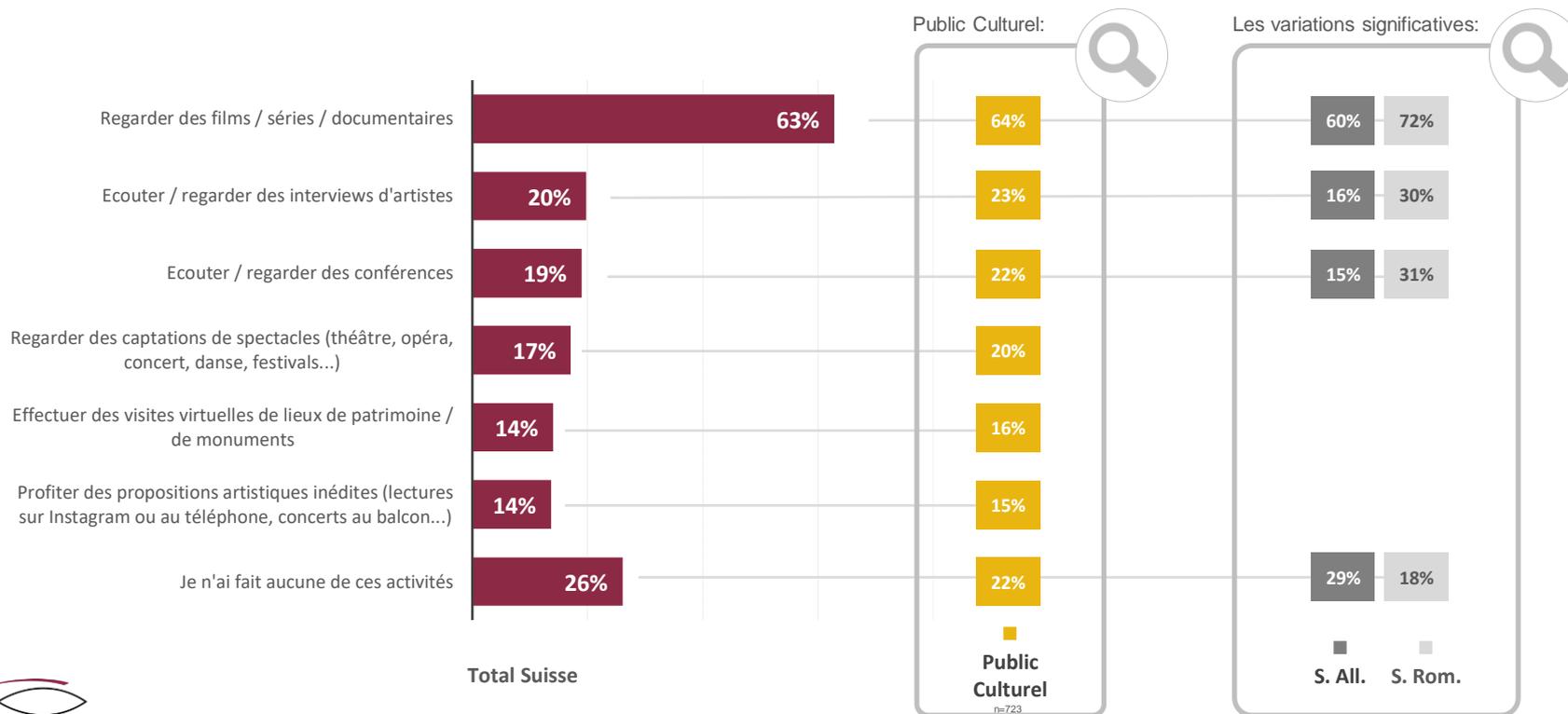


# Le web a comblé en partie l'absence de sorties culturelles

Pendant le confinement, pas moins de 2/3 des Suisses ont regardé des films et séries en ligne, avec des différences entre S.R. et S.A.

A noter: 1/4 des Suisses n'ont eu aucune des activités en ligne suggérées – même 29% en Suisse All.

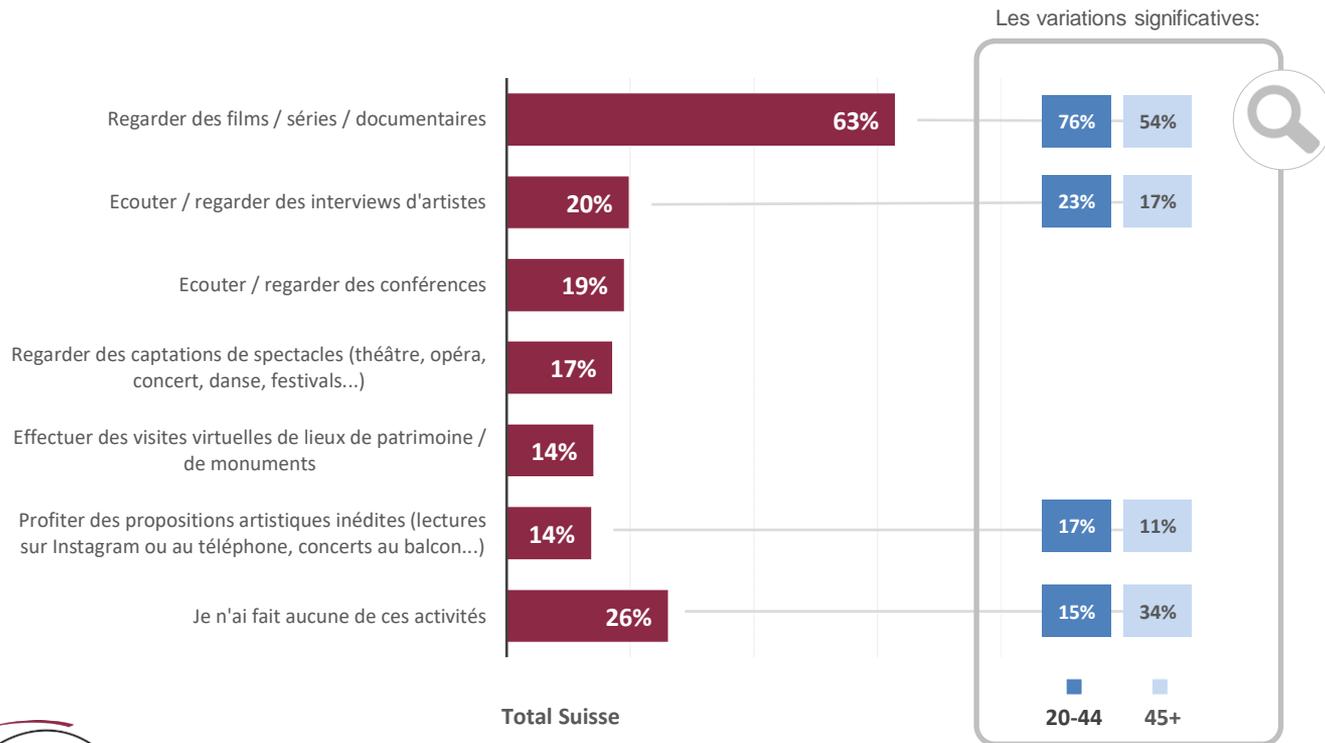
Le Public Culturel tel que défini p.3 a davantage pratiqué l'ensemble activités en ligne citées (~2 points en +).





# Le web a comblé en partie l'absence de sorties culturelles... surtout chez les plus jeunes

Comme attendu, l'utilisation des contenus culturels digitaux est plus forte chez les plus jeunes. Un tiers des plus âgés n'ont eu aucune de ces activités culturelles sur le web.



La différence est très forte sur les films/séries en ligne.

Les 45+ sont deux fois plus nombreux que les 20-44 à n'avoir eu aucune activité culturelle en ligne.

On note que ces résultats sont très similaires à ceux observés en France.



# Les spectacles en streaming regardés de façon intensive

Les Suisses qui ont regardé des captations de spectacles en streaming en ont regardé beaucoup, et avec application: non pas quelques minutes seulement, mais bien jusqu'au bout.

Regarder des captations de spectacles (théâtre, opéra, concert, danse, festivals...) **17%**

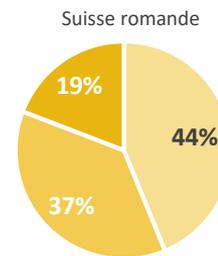
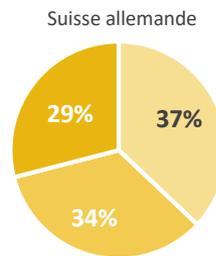
Parmi ceux qui ont regardé des captations de spectacles (théâtre, opéra, concert, danse, festival, ...):

Une forte majorité de ces personnes ont regardé 3 spectacles et +, et particulièrement en Suisse allemande, où presque 29% ont regardé au moins 6 captations.

On remarque cette assiduité également dans le fait que les spectacles ont été regardés le plus souvent dans leur intégralité, ce qui tranche avec l'attention limitée qui semble être accordée à ce genre de contenu en temps normal. On pourra lire à ce sujet cette [contribution de Rainer Glaap](#).

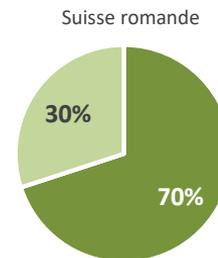
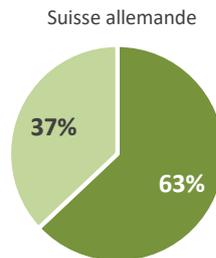
## Nombre de captations vues pendant le confinement

- 1-2
- 3-5
- 6 ou +



## Visionnage jusqu'au bout ou seulement partiel

- Jusqu'au bout
- Pas jusqu'au bout



**Questions:** "Vous avez regardé des spectacles (théâtre, opéra, concert, danse, festivals...) sur le web pendant la fermeture des lieux culturels de ces dernières semaines. Combien de spectacles avez-vous regardé?" et "Les spectacles que vous avez regardés en ligne (en streaming) : les avez-vous regardés jusqu'au bout?". Base: les répondants de "regarder des captations de spectacles" à la question de la page précédente. n=333.



# Le confinement a eu un effet de promotion du streaming

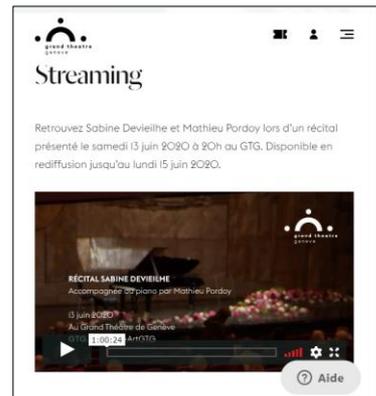
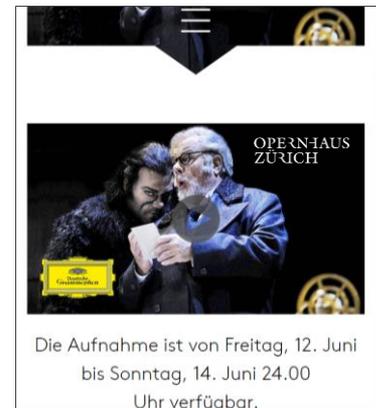
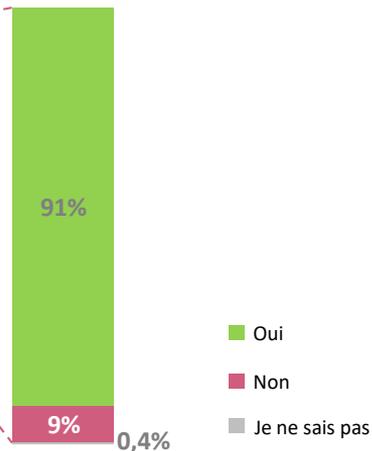
Le confinement a su convertir les gens au streaming: 91% des spectateurs de spectacles en streaming déclarent vouloir en regarder davantage à l'avenir.

Regarder des captations de spectacles (théâtre, opéra, concert, danse, festivals...)

17%

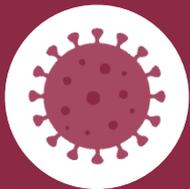


"Avez-vous l'intention de regarder dans le futur **davantage** de spectacles en ligne (en streaming) **que l'année passée?**"



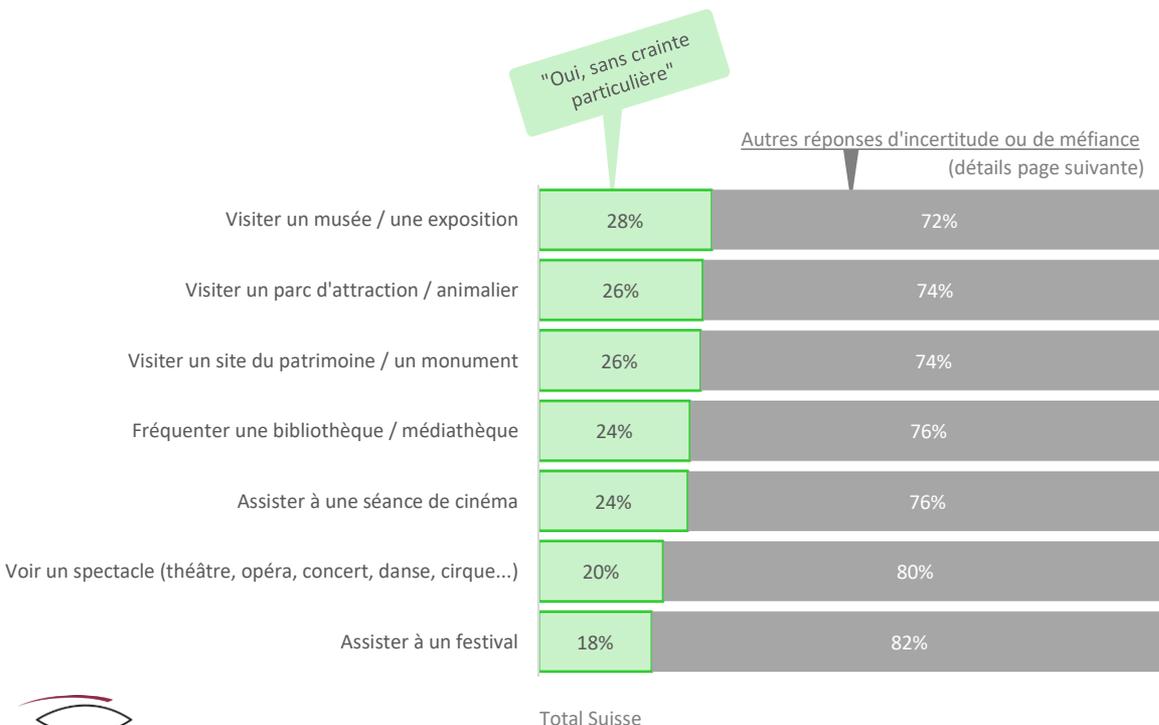
A blurred photograph of an art gallery. In the foreground, a person in a light-colored suit and hat is walking from left to right. To the left, a man in a blue jacket is looking at a framed abstract painting. In the center, a woman with long dark hair is sitting on the floor, wearing a plaid shirt, with a blue bag next to her. To the right, a woman in a striped shirt 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 colors like red, blue, green, and yellow. The floor is a smooth, light gray.

et maintenant que les lieux sont réouverts?



# Le retour dans les lieux culturels: l'inquiétude domine

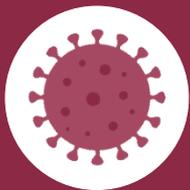
Seulement environ 1/4 des sondés sont prêts à revenir dans les lieux "sans crainte particulière". Environ 3/4 expriment donc une vigilance voire une grande méfiance. Ainsi, la prudence est très largement répandue, contrastant avec l'apparente décontraction des nombreux passants dans les centres-villes.



Les lieux clos à places assises suscitent davantage la prudence des sondés que les lieux à déplacement libre – i.e. où les visiteurs sont mobiles.

La visite d'un lieu à déplacement libre est aussi probablement plus facile à imaginer que l'écoute d'un concert avec un masque dans un lieu clos.

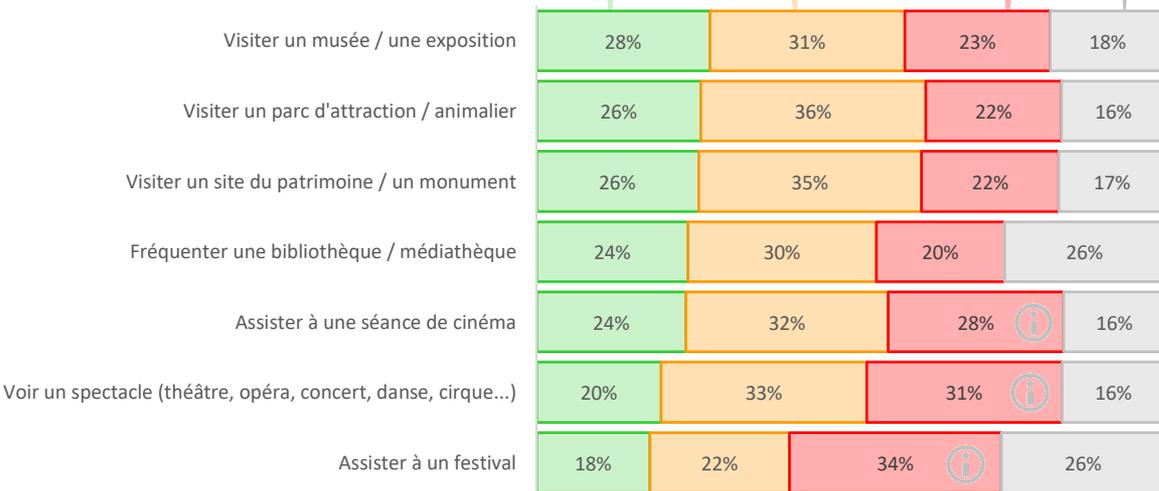
Cependant, ce sont les festivals dont les sondés se méfient le plus, tenant certainement compte de la proximité entre les festivaliers souvent très nombreux.



# Malgré tout, 50% des Suisses prêts à revenir dans les lieux

Au global, plus d'1 Suisse sur 2 (vert + orange) envisagent de renouer avec les sorties culturelles, même si la prudence reste de mise: 1/3 des Suisses seront en effet "très attentifs" aux mesures sanitaires.

1/4 des Suisses gèlent leurs sorties culturelles jusqu'à ce que la crise soit "complètement terminée".



Total Suisse

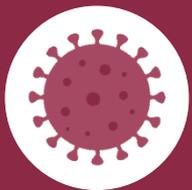
La méfiance domine. La capacité des lieux à rassurer les publics sera donc clef.

Les différences entre Suisse allemande et Suisse romande sont faibles. Les Suisses allemands affichent par rapport aux Romands une prudence légèrement plus marquée.



Les sondés renonceront surtout à revenir dans les lieux clos à places assises et sur les festivals (réponse rouge) tant que la crise ne sera pas "complètement terminée".

Festivals: le fait que les festivals aient lieu surtout en été a probablement motivé la réponse "pas avant que la crise ne soit terminée".



# Pour le Public Culturel, la réticence à revenir est – un peu – moins élevée

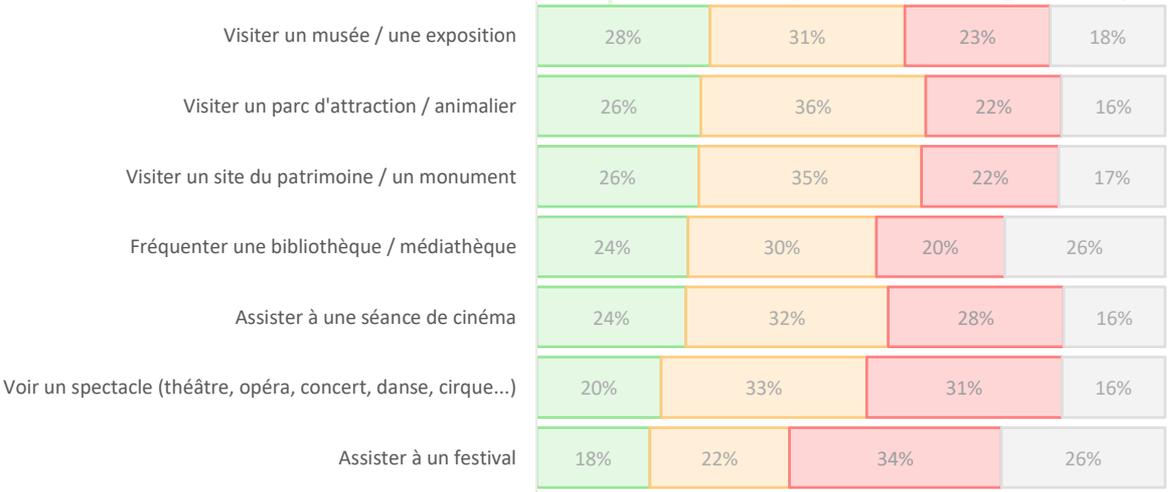
Ils sont près de 60% (vert + orange) en moyenne à vouloir retourner dans les lieux en restant vigilant sur les mesures sanitaires. Ils sont donc encore 40% à refuser d'y retourner ou être indécis...

"Oui, sans crainte particulière"

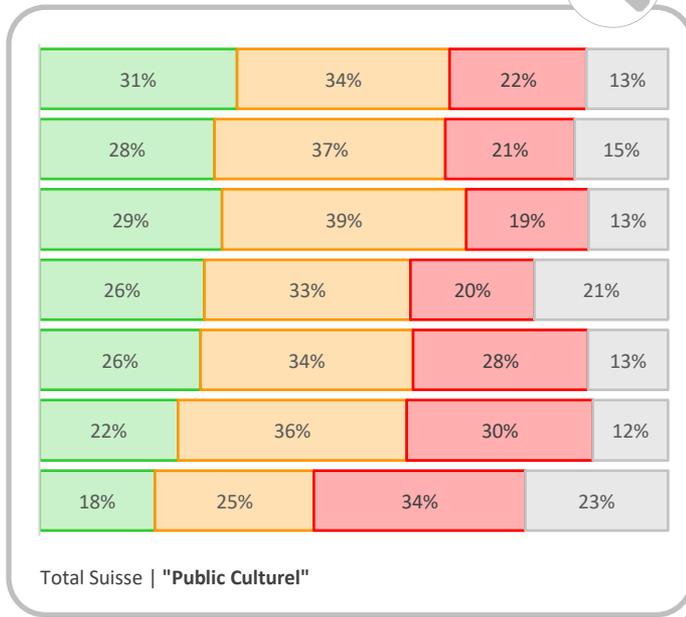
"Oui, mais je serai très attentif.ve aux mesures sanitaires "

"Pas tant que la crise sanitaire ne sera pas complètement terminée"

"Je ne sais pas"



Total Suisse



Total Suisse | "Public Culturel"



# Le sentiment de peur et de prudence domine encore les esprits

Autre illustration de la méfiance de la population, la moitié des Suisses ont l'intention de visiter des lieux moins fréquentés et, dans une moindre mesure, d'avoir moins de sorties culturelles.

## Aller dans des sites moins fréquentés

## Réduire le nombre de vos sorties culturelles



Total Suisse

54%

Total Suisse

39%



20-44

48%

45+

57%

20-44

37%

45+

43%



20-44

56%

45+

57%

20-44

42%

45+

36%

En Suisse allemande, on note une prudence croissante avec l'âge.

En Romandie, cet écart disparaît. Les plus âgés sont même moins enclins à réduire le nombre de sorties culturelles que les plus jeunes.

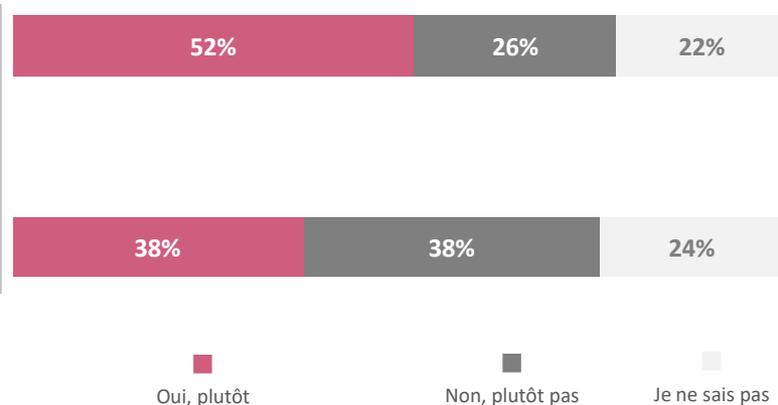
Peut-être plus étonnant, les chiffres pour le "Public Culturel" sont quasiment identiques: le Public Culturel a l'intention de réduire la voilure dans les mêmes proportions que le Total Suisse.



# Moins d'un Suisse sur deux considère les spectacles et festivals en plein-air comme plus sûrs que les lieux clos

Si 1 Suisse allemand sur 2 les trouve plus sûrs, cette part baisse en effet sensiblement en Suisse romande: les Romands sont plus circonspects à l'égard de ces manifestations en plein-air.

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

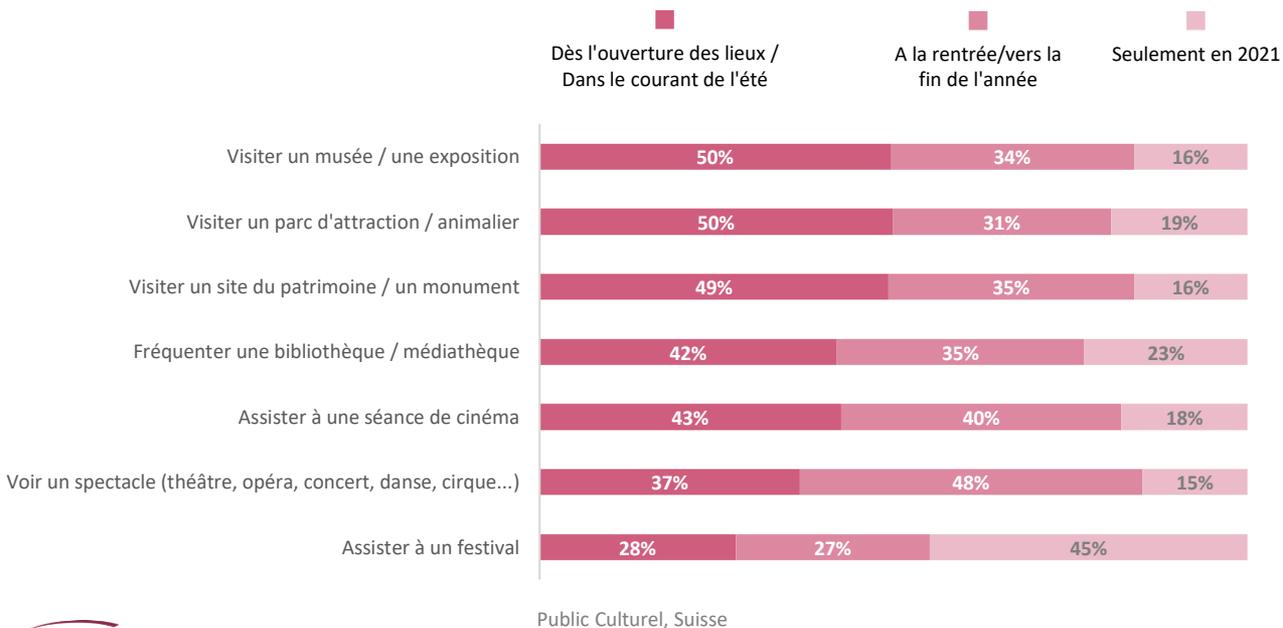


Il est probable que les Romands, habitués aux Paléo et Montreux Jazz – festivals en plein air rassemblant un nombre très élevé de visiteurs – , associent davantage *festival* et *foule*.



# Une reprise des sorties culturelles dans les mois qui viennent

La très grande majorité du "Public Culturel" entrevoit un retour dans les lieux culturels d'ici la fin de l'année. Pour les lieux à déplacement libre, la moitié d'entre eux entrevoit même de retour d'ici 2 à 3 mois.



On note, comme dans les questions précédentes, que les lieux à places assises suscitent une méfiance plus grande et bénéficient d'un retour plus tardif des publics, même culturels.

Et, encore plus, les festivals (voir commentaires page précédente et p.17).

Les différences entre Suisse allemande et Romandie sont faibles. Les Suisses allemands entrevoient un retour légèrement plus tardif que les Romands.

**quelles conséquences sur le budget pour les sorties culturelles?**

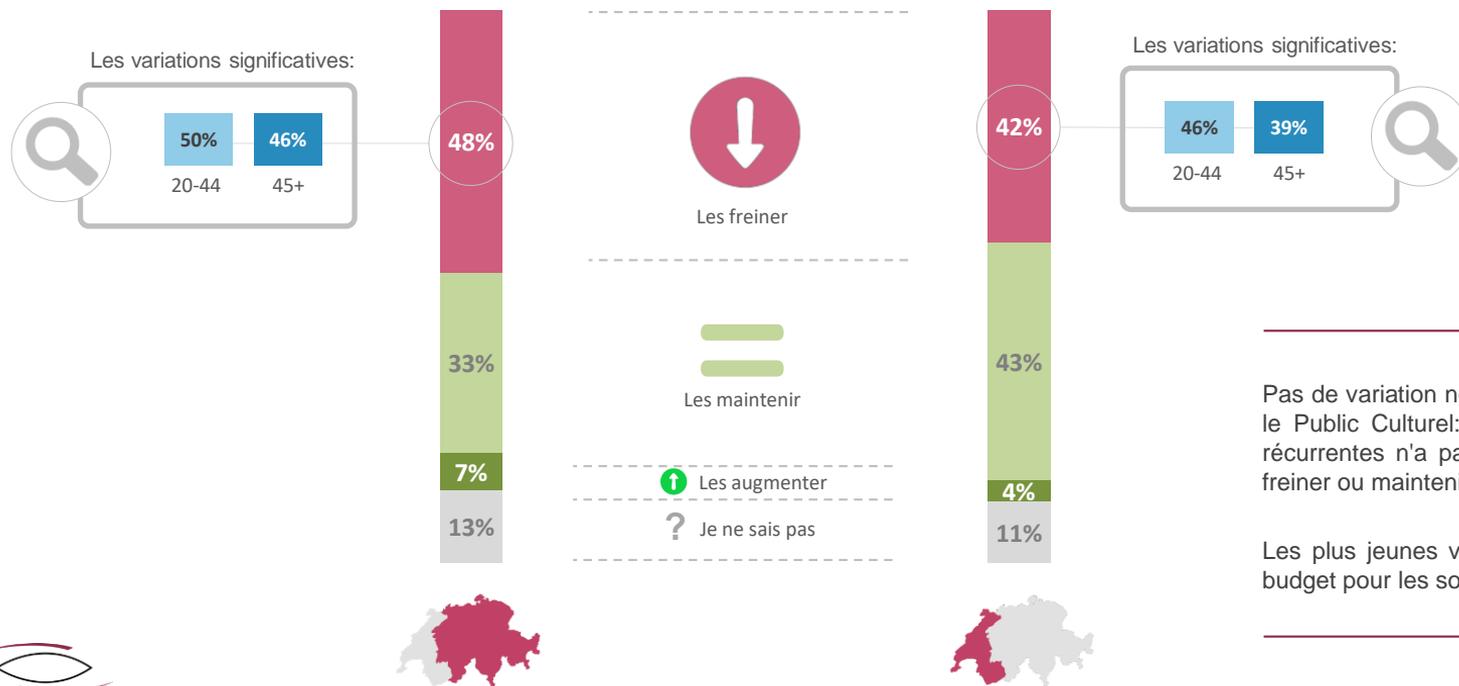




# L'impact de la crise sanitaire sur le budget alloué aux sorties culturelles est significatif

Une petite moitié des Suisses ont l'intention de réduire leurs dépenses pour leurs sorties culturelles.

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



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 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= 880.

quelles sont les  
conséquences  
sur les abonnements?



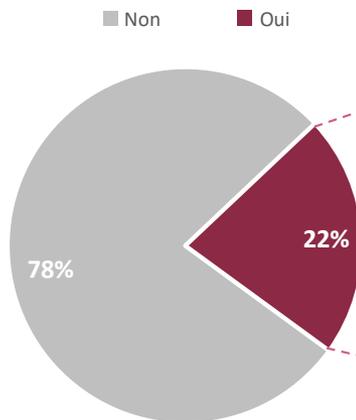
Haymarket, King's Theatre and Opera House, Lady Clarke  
Ivory season ticket, 1796



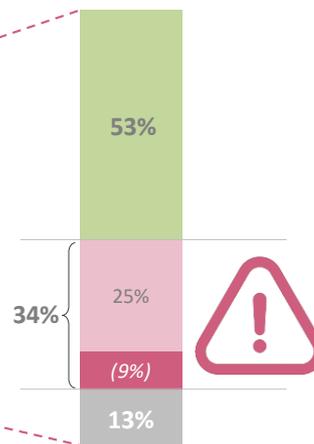
# La crise sanitaire aura un impact clair sur les abonnements

La crise sanitaire et ses conséquences financières, effectives ou redoutées, auront manifestement des conséquences sérieuses sur le renouvellement des abonnements, puisque 1/3 des abonnés actuels déclarent vouloir réduire la voilure sur leurs abonnements, voire ne pas les renouveler.

Avez-vous des abonnements ou cartes d'adhésion dans des lieux culturels ?  
(base: Public Culturel, total Suisse, n= 723)



Comptez-vous renouveler ces abonnements / cartes ?  
(base: réponses "oui" à la question précédente = 155)



- Je vais reprendre des abonnements / cartes, plus ou moins comme d'habitude
- Je vais reprendre des abonnements / cartes, mais en **réduisant mon budget total**
- Je ne vais **pas les renouveler** et prendrai plutôt des billets à l'unité
- Je ne sais pas encore. J'hésite.



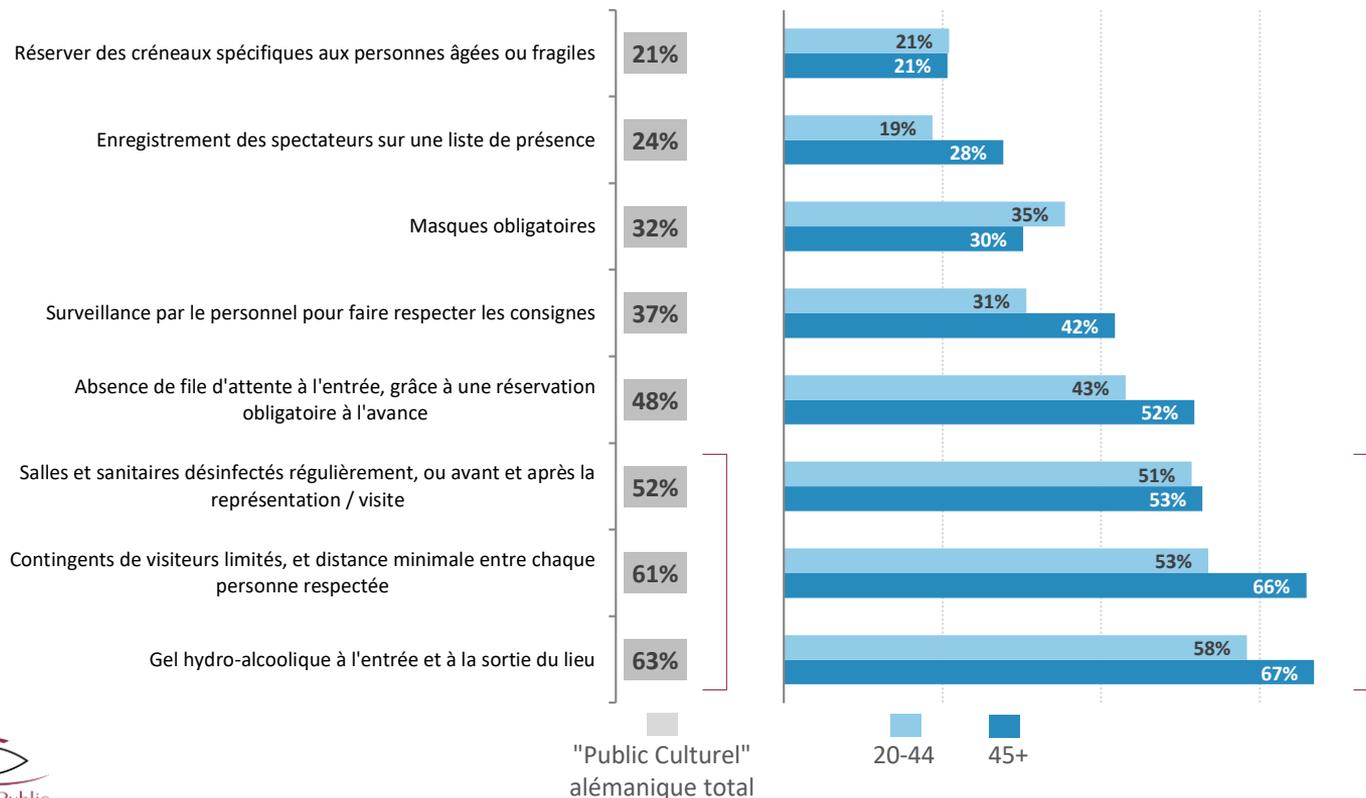
**quelles sont les mesures sanitaires  
réclamées par les publics?**



# S.A.: 3 mesures sont réclamées par la majorité des sondés

La Suisse allemande est moins demandeuse de mesures que la Suisse romande.

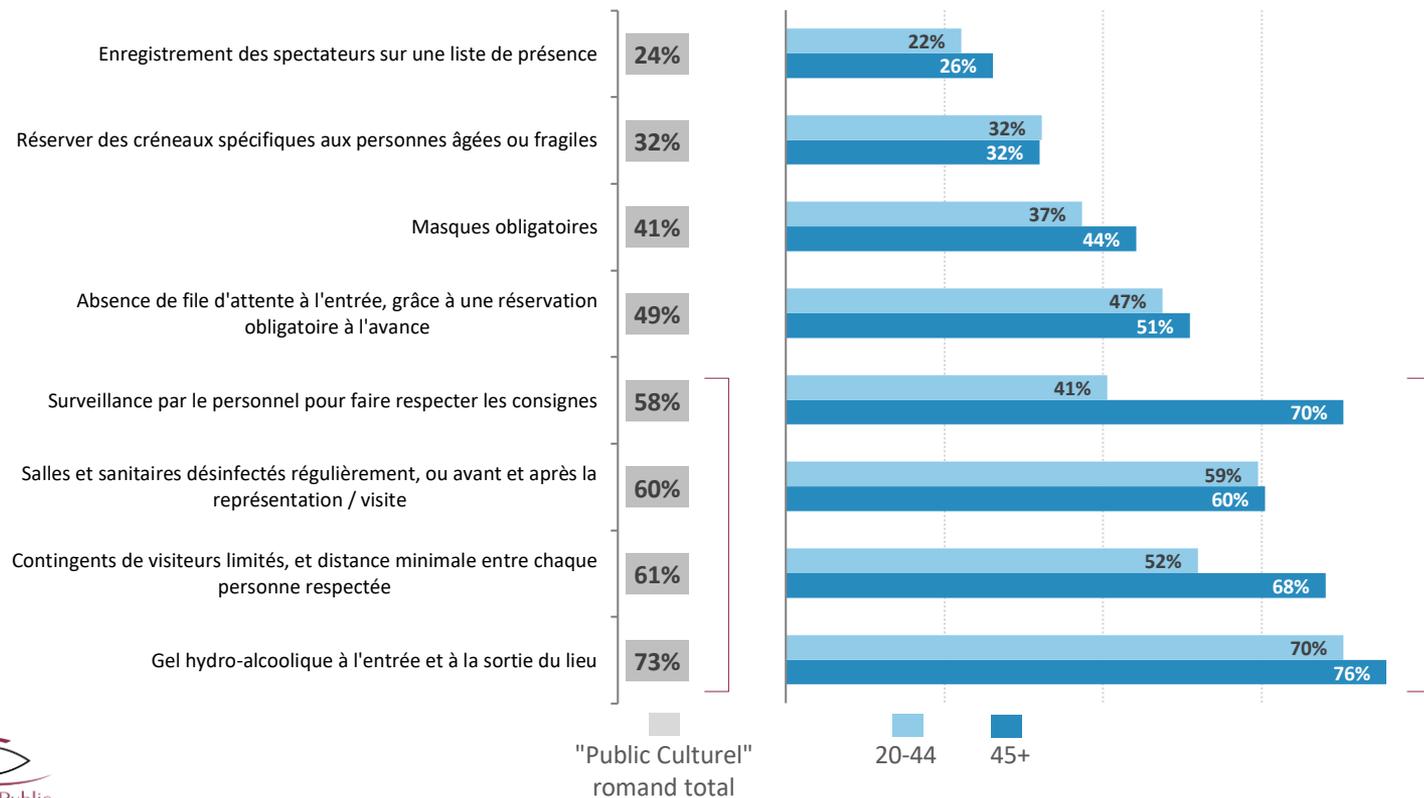
Les 45+ se montrent plus prudents et sont plus nombreux à réclamer des mesures. Cependant, le gap entre plus jeunes et plus âgés n'est pas aussi important qu'en Romandie.





# S.R.: 4 mesures sont réclamées par la majorité des publics

La Romandie plus anxieuse? La surveillance par du personnel est nettement plus réclamée qu'en S.A. (58% vs 37%). Les 45+ sont nettement plus méfiants en S.R. qu'en S.A., probablement parce que la S.R. a été globalement plus touchée que la S.A. par le Covid-19.



Une étude sur le même sujet a été réalisée au Royaume Uni en mai 2020. Même si la formulation de la question au sujet des mesures sanitaires est légèrement différente, les résultats sont comparables. L'espacement entre les spectateurs compte parmi les mesures sanitaires les plus sélectionnées par les répondants.



## Mise en perspective

### **Le contexte de l'enquête et l'évolution rapide de la crise**

Pour bien comprendre et relativiser les résultats de cette enquête, il faut tenir compte de l'évolution rapide de l'épidémie. Les personnes ont été interrogées alors que l'horizon s'éclaircissait (début juin) et que les signaux positifs sur l'évolution de la situation sanitaire se multipliaient. Une évolution défavorable de la situation sanitaire aurait donc un impact immédiat sur l'état d'esprit général. De plus, malgré des centres-villes de nouveau fréquentés quasiment "comme avant" et une décontraction apparente, force est de constater que les incertitudes demeurent fortes sur la question des sorties culturelles. Outre la peur du virus, il ne faut pas négliger l'impact économique du Covid-19 sur le moral des

ménages et la baisse du pouvoir d'achat, réelle ou supputée, qui s'ensuit.

### **L'importance de la culture au cœur des Suisses**

Cette enquête rappelle l'importance de l'art et de la culture sous toutes ses formes. Les sorties culturelles, brutalement interrompues par la crise sanitaire, ne sont pas que de simples passe-temps. On comprend alors pourquoi le manque a été si important pendant le confinement. Cela n'empêche pas qu'avec cette crise sanitaire se cristallise peut-être une tendance: nous passerions d'une saison "figée", décidée à l'avance, à une culture beaucoup plus flexible, construite presque d'un jour à l'autre. Un de ces fameux changements de paradigme?



# Mise en perspective

## Culture en ligne contre sortie culturelle?

L'enquête ne prétend certainement pas trancher le débat sur les spectacles en streaming et plus largement sur les contenus culturels en ligne. Mais il est manifeste que le confinement a eu un effet de promotion des contenus culturels sur le web et que ceux-ci ont trouvé un écho favorable, particulièrement auprès des plus jeunes. La question ne se poserait-elle donc pas plutôt en ces termes: quels contenus, *différents*, *complémentaires* et *davantage adaptés* à une utilisation sur le web, peut-on imaginer? Et – surtout – comment promouvoir ces contenus de façon à garder une vision globale, "omnicanales", qui assure la complémentarité des contenus et, à terme, la pérennité de tout l'écosystème?

## Les conséquences à plus long terme de la crise sanitaire et son impact financier

L'enquête met également en exergue l'angoisse face aux

pertes financières – réelles ou redoutées – suite à la crise sanitaire et, plus directement, les conséquences de celle-ci sur l'allocation de budget pour les sorties culturelles. En effet, le confinement a certes entraîné un sentiment de manque à l'égard des sorties culturelles. Mais d'autres pensées occupent aussi les esprits en ces temps post-Covid: gérer l'incertitude économique et financière, et même, pour certains, retrouver un travail.

Cette préoccupation d'ordre économique est plus palpable chez les plus jeunes et rappelle à la réalité: les sorties culturelles, pour la plupart, ont un coût. Peut-être ce point est-il à mettre en regard avec la tendance vers les contenus en ligne et à une culture davantage flexible et à la carte?

La réflexion sur ce thème n'est pas nouvelle.

Elle se pose à l'occasion de cette crise de façon plus accrue.



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.

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

[www.loeildupublic.com](http://www.loeildupublic.com)

## Rapport France

Le rapport d'enquête pour la France est disponible sur simple demande [ici](#).

## Remerciements

CDAC | KBK

Conférence des Délégués cantonaux aux Affaires Culturelles  
Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten  
Aldo Caviezel, Président de la CDAC  
Philippe Trinchan, Vice-Président de la CDAC

Jacques Cordonier, Chef du Service de la culture du canton du Valais

Julia Irrgang

Johannes Knapp

pour la diffusion de l'étude:  
Anne Le Gall, Cofondatrice et Présidente du TMNlab  
Cyril Leclerc | [communicant.info](mailto:communicant.info)

Dynata

## Contact

L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl, Suisse – Lausanne  
[www.loeildupublic.com](http://www.loeildupublic.com)

Fabien Morf, Fondateur & Directeur  
[fabien@loeildupublic.ch](mailto:fabien@loeildupublic.ch)



© Copyright L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl, juin 2020.  
Ce rapport est mis gratuitement à disposition selon les termes de la [Licence Creative Commons: Mention obligatoire de l'auteur "L'Oeil du Public \(Suisse\)" - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International](#).