

Comment se profile la reprise dans le secteur culturel ? (étude et chiffres-clés)

Des milliers d'établissements dans le secteur de la culture et du divertissement ont été contraints de fermer pendant la crise sanitaire : parcs d'attractions, musées, cinémas, théâtres, opéras, médiathèques, sites patrimoniaux, festivals...

Pendant 2 mois et demi, les publics ont ainsi été privés de sorties culturelles. Or l'art, les loisirs et la culture sous toutes ses formes contribuent au bien-être et à l'équilibre intime et social des Français. Ce secteur est aussi **un des piliers de notre économie** : selon le Ministère de la Culture, il réalise 44,5 milliards d'euros de chiffre d'affaire et emploie 620 000 personnes ([source](#)).

Tous les établissements ont souffert moralement et économiquement de la crise sanitaire et du brusque arrêt qui l'a suivi. Les lieux, les artistes, les créateurs, les équipes existent pour et grâce à leurs publics ou visiteurs, et encore davantage pour les Arts vivants et scéniques (opéra, théâtre, salle de concert, festival).

Dans ce contexte, l'agence d'étude et de marketing culturel [L'Oeil du Public](#) a voulu interroger les Français, et en particulier les publics occasionnels ou réguliers de ces lieux culturels et de loisirs, sur **leurs ressentis et leurs pratiques pendant le confinement**, ainsi que sur leurs **intentions et leurs attentes suite au déconfinement** et à la réouverture des lieux de culture.

Les questions posées ont été volontairement variées en vue d'obtenir une vision à 360° du vécu et du comportement des Français pendant cette période difficile :

- Qu'est-ce qui leur a le plus manqué dans le domaine de la culture et des loisirs pendant le confinement ?
- Qu'ont-ils fait pour continuer à se divertir et compenser la fermeture des lieux ? La période de confinement a-t-elle vraiment profité aux contenus culturels en ligne, au visionnage de spectacles ou de concerts ?
- Quand et à quelles conditions les publics envisagent-ils de sortir à nouveau ?
- Au moment des réouvertures, quels lieux ou activités vont-ils retrouver d'abord ? Vont-ils se précipiter dans les salles de cinéma ou leur préférer les musées permettant un nombre limité de visiteurs ? Quand et à quelles conditions projettent-ils la reprise des sorties au théâtre ou dans une salle de concert ?
- Les Français les plus impliqués dans ces pratiques vont-ils reprendre le même rythme de fréquentation ? Ont-ils l'intention de réduire leur budget alloué à la culture et aux loisirs (env. 5% aujourd'hui) ?

L'étude a également été conduite en Suisse et a donné des résultats assez similaires, ce qui tend à confirmer les tendances sur les comportements à venir.

L'enquête a été menée du 1 au 5 juin sur un échantillon représentatif de la population française (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération des interviewé.es) qu'ils aient ou non des pratiques culturelles occasionnelles ou régulières.



Un sentiment de manque compensé en partie seulement par le streaming ou les contenus en ligne

Les Français aiment la culture !

Pendant le confinement, nombreux sont ceux qui ont éprouvé un sentiment de manque lié à l'absence de sorties culturelles. Ils ont notamment regretté de ne plus pouvoir se rendre au cinéma ou assister à des spectacles vivants. Les musées et les lieux de patrimoine ont quant à eux manqué aux Français qui les visitent régulièrement en temps normal.

Alors pour composer cette absence de loisirs, les Français ont eu recours au streaming (médias, contenus culturels & de divertissement en ligne). Seulement 30% des personnes interrogées n'ont pas eu d'activités culturelles sur le web.

Un changement de comportement pendant le déconfinement

Dans le "monde d'après", il y a une appréhension liée au covid-19 et au risque de contagion.

Ainsi, depuis juin, si près d'1 Français sur 2 est prêt à retourner dans les lieux culturels tout en restant vigilant sur les mesures sanitaires. En revanche, 30% des personnes interrogées déclarent préférer attendre la fin de l'épidémie.

Le type de lieux que les français déclarent vouloir retrouver en priorité illustre ces craintes. Nos compatriotes vont en effet privilégier les lieux dans lesquels les visiteurs sont "mobiles" (musées, expositions, parcs). La réticence est plus forte pour les spectacles en salle close et les festivals qui drainent souvent des publics importants.

Une prudence économique qui risque d'avoir un lourd impact sur le secteur culturel

Face à la crise économique qui s'annonce et au contexte sanitaire encore incertain, beaucoup de français déclarent vouloir moins fréquenter certains lieux ou tout simplement réduire leur nombre de sorties.

Ils sont aussi 43% à vouloir diminuer leurs dépenses culturelles, surtout les jeunes.

De plus, seulement la moitié des abonnés des théâtres ou autres lieux culturels vont reprendre en septembre leurs abonnements. Les autres hésitent ou envisagent de réduire leurs dépenses culturelles.

À propos de L'Oeil du Public, l'agence spécialisée dans le secteur culturel

L'agence L'Oeil du public accompagne et conseille les lieux et événements culturels (festivals, musées, théâtres, parcs, lieux de patrimoine...) sur leur stratégie et en particulier sur leur développement de leurs publics.

Adrian Mohr, Président et co-fondateur, précise :

« Nous les aidons à trouver des solutions à une problématique cruciale : dans un environnement en rapide mutation, comment attirer, fidéliser, renouveler les publics et visiteurs des lieux ? »

Par des enquêtes et des études approfondies de publics ou de populations, l'Oeil du public aide ainsi les Villes, établissements ou autres structures impliquées dans les arts, la culture ou les loisirs à mieux comprendre et anticiper les comportements et les attentes de leurs publics actuels ou à venir.

Les atouts de L'Oeil du Public :

- une petite agence, à taille humaine, qui développe une relation de proximité avec ses clients ;
- une expertise dans le marketing culturel ;
- la capacité à proposer des solutions opérationnelles et pragmatiques aux lieux culturels pour développer leurs publics.

Portrait d'Adrian Mohr



Adrian Mohr a 26 ans d'expérience en France et à l'étranger dans le management de structures, les études de public, la gestion de projets, le conseil en stratégie, la communication et le marketing. Son parcours éclectique l'a conduit à travailler aussi bien pour des marques que pour des projets culturels et artistiques dans le secteur privé et public.

Il se spécialise dès 2012 dans le secteur culturel et fonde l'agence L'Oeil du public en 2013.

Il enseigne le marketing culturel et les techniques d'étude de public aux professionnels de la culture et aux étudiants en Management culturel. Il travaille avec des lieux culturels (théâtre, festival, site historique...) sur la communication, la stratégie, la connaissance et le développement des publics.

Pour en savoir plus

Site web : <https://loeildupublic.com/>

Etude : [Pratiques-culturelles-post-covid-France](#)

Facebook : <https://www.facebook.com/loeildupublic/?ref=bookmarks>

Contact Presse

Adrian MOHR

E-mail : contact@loeildupublic.com

Tel : 06 86 00 12 53