



Communiqué de presse

**Les Français et la culture :**  
**les chiffres étonnants de la 1ere édition du Baromètre des sorties culturelles et des pratiques culturelles en ligne avec un focus sur les musées et lieux patrimoniaux**

Depuis 2021, le ministère de la Culture n'a pas publié de nouvelles études sur les pratiques culturelles des Français et sur leurs attentes. Pourtant, il y a deux ans, il redoutait qu'une partie du public se détourne des sorties culturelles en raison du télétravail, des pratiques numériques et de la baisse des revenus.

Mais qu'en est-il réellement aujourd'hui ? Les professionnels du secteur ont besoin de s'appuyer sur des données fiables et actualisées pour prendre les décisions stratégiques qui s'imposent.

**Dans ce contexte, l'institut Gece a décidé de publier la 1ère édition du Baromètre des sorties culturelles et des pratiques culturelles en ligne avec un focus sur les publics des musées et lieux patrimoniaux.**

Cette étude à 360° a été réalisée auprès de 1 011 personnes âgées de 18 ans et plus, représentatives de la population française et sélectionnées par la méthode des quotas. Elle aborde plusieurs sujets :

- Quelles sont les pratiques culturelles in situ et en ligne des Français et les évolutions constatées (spectacles vivants, musées...) depuis 2019 ?
- Les pratiques culturelles en ligne attirent-elles de nouveaux publics (visites virtuelles, conférences en ligne, concerts live...) ? Remplacent-elles ou complètent-elles les visites sur place ? Peut-on s'en passer ?
- Comment les Français s'informent-ils en général sur les sorties et activités culturelles ? Sur quels supports ? Quels réseaux sociaux ?
- Depuis la crise sanitaire, le moment et les modes d'achat des billets ont-ils évolué ?
- Quelles sont les attentes en termes de services et d'offres dans la visite des musées et lieux patrimoniaux ?
- Les Français vont-ils être présents en 2023 ?



# Les pratiques culturelles évoluent rapidement

## Une réelle soif de culture

En 2022, 85 % des Français ont fait au moins une sortie culturelle (toutes sorties confondues).

La chute de fréquentation liée à la crise sanitaire n'est plus qu'un mauvais souvenir ! Les sorties culturelles des Français ont retrouvé leur niveau d'avant la crise sanitaire, et se font d'ailleurs avec la même intensité.

Au cours des 12 derniers mois, ils ont privilégié :

- Les cinémas : 70 % y ont été au moins une fois, dont 18 % plus de 5 fois ;
- Les monuments historiques : 65 % (dont près de 1/4 plus de 3 fois) ;
- Les musées et les expositions : 56 %.

Concernant les musées, expositions et monuments historiques, force est de constater que ces sorties sont vues comme des moments de partage : plus de 6 français sur 10 (64 %) s'y rendent en famille (35% avec des enfants) et avec des amis (31%).



## Le succès du numérique ne se dément pas

Près d'1 Français sur 2 a pratiqué au moins une activité culturelle en ligne en 2022... mais près de 7 sur 10 estiment que cela n'impacte pas leurs sorties culturelles.

Au cours des 12 derniers mois :

- Près de 30 % des Français ont assisté à au moins un concert ou à un spectacle en ligne, qu'il soit en direct ou en replay ;
- 20 % des Français ont assisté à des conférences en ligne, soit 13 points de plus qu'en 2020 ;
- 16 % des Français ont visité virtuellement une exposition ou un musée, soit 2 points de plus qu'en 2021 ;
- 2 utilisateurs des activités culturelles en ligne sur 3 apprécient que ces contenus en ligne existent, mais 3 sur 10 considèrent qu'ils pourraient s'en passer.

## Une recherche d'information plurielle pour leurs sorties culturelles

Les 3 premières sources d'information pour se renseigner sur les sorties culturelles à faire sont le numérique (Internet et réseaux sociaux), l'affichage et l'entourage.

Facebook est la première source numérique pour s'informer, puisque ce réseau social est utilisé par 1 français sur 3 suivis par les sites Internet des institutions culturelles et des agendas en ligne. La presse arrive plus loin avec 20% des Français et notamment par les Français les plus âgés.



## Une attente de convivialité et de praticité

En 2023, la fréquentation des musées et lieux patrimoniaux s'annonce très bonne sur la clientèle Française. Ils iront autant voir plus souvent que l'année dernière (40% autant et 18% plus souvent).

Sans surprise, les Français qui pensent moins souvent visiter des musées ou monuments (6% des Français seulement) cette année sont avant tout freinés par le manque d'argent.

Pour se démarquer, les institutions vont donc devoir s'adapter pour répondre à leurs besoins. Nos compatriotes aimeraient en effet trouver des espaces dédiés aux pique-niques (62 %) et à la restauration (61 %). Les 3/4 d'entre eux plébiscitent aussi les visites adaptées aux enfants (76 %) et plus de 6 sur 10 apprécieraient des dispositifs numériques durant la visite (écran, application mobile, casque virtuel...).

## Un Baromètre qui répond à un réel besoin des acteurs du secteur culturel et touristique

En 2017, l'institut Gece a réalisé **une enquête auprès des Français sur le musée de demain**, commanditée par Universcience. Plus de 800 français de 18 ans et plus, habitués des musées et lieux patrimoniaux, avaient exprimé leurs perceptions et leurs attentes en termes d'offres, de services et d'innovation vis-à-vis de ces institutions.

En 2020 et 2021, pour mesurer et suivre l'évolution des pratiques culturelles en ligne pendant le confinement, l'institut Gece a publié deux nouvelles enquêtes réalisées auprès des français :

- **Étude 2020 : Les nouvelles pratiques culturelles des français avec le confinement ;**
- **Étude 2021 : Pratiques culturelles et numériques des français après un an de crise sanitaire.**

En septembre 2021, le ministère de la Culture a publié une enquête sur les pratiques culturelles des Français après deux ans de crise sanitaire (étude réalisée par Harris Interactive). Le télétravail, les pratiques numériques et la baisse des revenus étaient cités comme des facteurs pouvant contribuer à plus ou moins long terme à détourner certains publics des sorties culturelles.

Depuis, aucune enquête n'est venue confirmer ou infirmer ces résultats...

C'est pour cette raison que l'institut Gece a décidé de réaliser le premier Baromètre des sorties culturelles et des pratiques culturelles en ligne avec un focus sur les musées et lieux patrimoniaux.

Cet outil à destination des professionnels de la culture et du tourisme se veut contributif. Les professionnels et institutions culturelles et touristiques pourront, s'ils y contribuent financièrement, compléter ce baromètre par de nouvelles thématiques à étudier.

## Institut Gece, l'expert en étude sur-mesure

Avec plus de 500 000 questionnaires administrés par an, plus de 80 projets d'enquêtes quantitatives et qualitatives réalisées par an dont la moitié dans la culture et le tourisme, l'Institut Gece constitue un cabinet d'études et de sondages qui a su développer une expertise solide en privilégiant une méthodologie adaptée à chaque secteur concerné.

Historiquement, l'institut a essentiellement officié dans le domaine culturel et touristique, mais, depuis plus d'une dizaine d'années, il ouvre désormais ses compétences à tous les champs de l'économie (sport, tourisme, industrie, social, développement durable...).

Multisectoriel et multi-méthodologique, il personnalise ses services et identifie les besoins avec ses clients (collectivités, entreprises et associations), en misant sur la visibilité et la confiance.

L'Institut Gece a développé différents types d'enquêtes pour atteindre un haut degré de précision :

- L'enquête quantitative (téléphone, auto-administration par voie postale, internet, réseaux sociaux, face-à-face, etc.) ;
- L'enquête qualitative (entretiens individuels ou collectifs, observation directe/indirecte, questions ouvertes issues de questionnaires, recherches documentaires, eye-tracking, etc.) ;
- L'enquête mixte (qui mêle, selon les besoins, le quantitatif et le qualitatif).

Quelques références clients : Universcience, musée du Louvre, Château de Chantilly, Hellfest, Les Vieilles Charrues, Atout France, Savoie Mont Blanc, bpifrance, Orange, Brest métropole, région Auvergne Rhône-Alpes...

## À propos d'Olivier Allouard, le fondateur



Olivier Allouard a créé l'Institut Gece en 2006, à Rennes, avec l'ambition d'apporter des outils stratégiques qui clarifient l'information et la prise de décision.

Sa marque de fabrique ? Rester volontairement une entreprise à taille humaine, basée en province, afin d'apporter un accompagnement réellement personnalisé à ses clients.

Ils bénéficient ainsi de résultats fiables, concrets et utiles pour faire les bons choix.



## Pour en savoir plus

[Découvrir le baromètre](#)

<https://www.gece.fr/>

[Présentation Gece](#)



## Contact presse

 Olivier Allouard

 [olivier.allouard@gece.fr](mailto:olivier.allouard@gece.fr)

 06 74 30 79 71