

# Connaissance des publics **2015**





# Connaissance des publics **2015**

# Table des matières

<b>Avant-Propos</b> .....	5
<b>Musées</b> .....	6
<b>Les chiffres de fréquentation 2015</b> .....	6
<b>Les enquêtes</b> .....	7
<b>Méthodologie</b> .....	7
<b>Les enquêtes - R</b> .....	9
D'où viennent nos visiteurs et visiteuses? .....	10
Qui sont nos visiteurs et visiteuses? .....	12
<b>Les enquêtes - C</b> .....	15
En savoir plus sur le profil nos visiteurs et visiteuses .....	16
Les pratiques muséales de nos visiteurs et visiteuses .....	19
Les raisons et la satisfaction de la visite au musée .....	25
<b>Évolution 2013-2015: une synthèse</b> .....	29
<b>Bibliothèques</b> .....	32
<b>Bibliothèques municipales - « Nouvelle Cité »</b> .....	32
Profil des répondants .....	32
La satisfaction globale .....	33
Quelques remarques des usagers .....	34
Bornes de prêt et retour .....	36
<b>Musicale de la Bibliothèque de Genève</b> .....	37
Contexte .....	37
Méthodologie .....	37
Fréquentation .....	37
Le profil des utilisateurs .....	37
La musique .....	40
La fréquentation et les motifs de la visite .....	41
Les ressources de la Musicale .....	43
Améliorations .....	44
Synthèse .....	45

<b>Sport</b> .....	<b>46</b>
<b>Les chiffres de fréquentation 2015</b> .....	<b>46</b>
<b>Les enquêtes</b> .....	<b>47</b>
<b>Méthodologie</b> .....	<b>47</b>
<b>Les enquêtes – R</b> .....	<b>48</b>
<b>D’où viennent nos visiteuses et visiteurs?</b> .....	<b>48</b>
<b>Qui sont nos visiteurs et visiteuses?</b> .....	<b>49</b>
<b>Site des Vernets – les publics de la patinoire et de la piscine</b> .....	<b>50</b>
<b>Patinoire</b> .....	<b>50</b>
<b>Piscine</b> .....	<b>51</b>
<b>Focus sur les piscines – Vernets et Varembeé</b> .....	<b>52</b>
<b>Manifestations</b> .....	<b>54</b>
<b>Journées européennes des métiers d’art (Jema) 2015</b> .....	<b>54</b>
<b>Méthodologie</b> .....	<b>54</b>
<b>Résultats</b> .....	<b>55</b>
<b>Connaître le public du Victoria Hall de Genève pendant la Fête de la musique en comparaison avec celui des Concerts du Dimanche</b> .....	<b>57</b>
<b>Méthodologie</b> .....	<b>57</b>
<b>Résultats</b> .....	<b>59</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>64</b>
<b>Musées</b> .....	<b>64</b>
<b>Accompagnement, par institution</b> .....	<b>64</b>
<b>Satisfaction des prestations du musée, par institution</b> .....	<b>66</b>



# Avant-propos

Pour la troisième année consécutive, le Département de la culture et du sport de la Ville de Genève publie son Rapport annuel sur la connaissance des publics. Nous possédons donc aujourd'hui des chiffres et des données solides pour les trois dernières années – un fait unique en Suisse.

Bien sûr, ces collectes se sont mises en place progressivement. Pour le Musée d'ethnographie (MEG), 2015 est la première année de récolte complète – le nouveau musée ayant rouvert ses portes en octobre 2014... Durant l'année 2015 ont également été recueillies des données socio-démographiques dans les deux centres sportifs des Vernets et de Varembeé.

C'est également l'année au cours de laquelle les premières enquêtes ont été effectuées lors de manifestations culturelles: à l'occasion des trois jours des Journées des métiers d'art en avril et auprès du public fréquentant les concerts de musique classique organisés par la Ville – les Concerts du dimanche et la Fête de la musique.

Enfin, des enquêtes spécifiques ont été menées à la Musicale et à la Bibliothèque de la Cité, à la suite de sa ré-ouverture après transformation.

La récolte de ces données ne sert pas seulement à nous congratuler face à la hausse du nombre de visiteurs-euses ou d'usagers-ères. Après analyse, elles sont un outil indispensable d'aide à la décision. Il nous faut en effet constamment adapter nos prestations et en développer de nouvelles, tout en gardant en ligne de mire les objectifs de politique culturelle et sportive que j'ai fixés pour cette législature 2015-2020.

Si nous voulons permettre à l'ensemble de la population genevoise de pouvoir profiter de son patrimoine matériel et immatériel, il nous faut toujours et encore faire preuve d'inventivité et d'adaptabilité tant pour fidéliser les publics que pour en inciter de nouveaux à la découverte.

Établir le profil de celles et ceux qui osent pousser la porte d'une institution patrimoniale et, en creux, esquisser celui de celles et ceux qui ne s'y sentent pas invités; pointer les nouvelles pratiques sportives en milieu urbain; anticiper la transformation progressive de l'usage des bibliothèques: ces données nous aident à mieux aborder ces enjeux.

Pour toutes ces raisons, j'estime que le travail engagé dans ce sens est précieux. Je vous souhaite une bonne lecture!

**Sami Kanaan**

Conseiller administratif en charge du Département de la culture et du sport

# Musées

## Les chiffres de fréquentation 2015

En 2015, la fréquentation des musées municipaux s'est élevée à 708'348 visites. Si l'on ajoute celle des Conservatoire et Jardin botaniques – musée de plein air en accès libre – estimée à près de 300'000, la fréquentation globale avoisine le million de visites.

### Fréquentation par institution (nombre de visites)

Musées du DCS	Fréquentation 2015 (visites)
<b>Musée Ariana</b>	<b>53'742</b>
<b>Musées d'art et d'histoire</b>	<b>206'223</b>
Musée d'art et d'histoire	110'415
Maison Tavel	69'394
Musée Rath	22'790
Cabinet d'arts graphiques	3'624
<b>Musée d'ethnographie Genève</b>	<b>159'973</b>
<b>Muséum – Genève</b>	<b>282'492</b>
Muséum d'histoire naturelle	241'624
Musée d'histoire des sciences	40'868
<b>Bibliothèque de Genève</b>	<b>5'918</b>
<b>Total</b>	<b>708'348</b>

On relève aussi que trois musées ont compté plus de 100'000 visites<sup>1</sup> chacun dans leurs murs: il s'agit du Musée d'art et d'histoire (110'415), du Musée d'ethnographie (159'973) et du Muséum d'histoire naturelle (n = 241'624).

### Méthodologie et informations sur les institutions:

Ces chiffres incluent les visites des espaces d'expositions (expositions temporaires, collections permanentes) et des activités de médiation (conférences, animations, événements, etc.).

- Les données de la Bibliothèque de Genève (BGE) comprennent les visites de l'Espace Ami-Lullin aux Bastions, et du Musée Voltaire.
- Le Musée Rath est un espace d'expositions temporaires uniquement (pas de collections permanentes).

1 Catégorie des musées de l'AMS (Association des Musées Suisses): Catégorie A > 100'000 visites

## Les enquêtes

### Méthodologie

Par la mise en œuvre du projet « Connaissance des publics », le Département de la culture et du sport (DCS) cherche à décrire le profil de ses visiteurs et visiteuses.

Rappelons ici que depuis 2013, un design d'enquête systématique<sup>2</sup> a été mis en place dans les institutions suivantes : Musée Ariana ; Musée d'art et d'histoire ; Maison Tavel, Musée Rath ; Muséum d'histoire naturelle, Musée d'histoire des sciences. Le Musée d'ethnographie est entré dans le processus de collecte de données lors de sa réouverture au mois de novembre 2014.

Le protocole d'enquête cherche d'une part à identifier certaines caractéristiques de base de la population-mère des visiteurs et visiteuses et d'autre part à documenter un certain nombre d'autres aspects.

Le design d'enquête comprend donc un double questionnaire<sup>3</sup> :

- Un questionnaire restreint – noté R ou R-groupe
- Un questionnaire complet – noté C

Le questionnaire R est administré en face-à-face par le personnel d'accueil des musées ; les visiteurs et visiteuses sont interrogé-e-s lorsqu'elles et ils entrent dans le musée (en principe systématiquement).

Il comporte trois questions :

- Le genre de la ou du répondant-e
- L'année de naissance de la ou du répondant-e
- Le lieu de résidence de la ou du répondant-e

Pour les groupes de minimum 5 personnes, une option groupe (R-groupe) permet de saisir les trois questions (ou « variables ») du R pour plusieurs individus dans un même formulaire afin de faciliter la saisie des questionnaires par le personnel d'accueil. Ce formulaire simplifié consiste en trois questions identiques au R mais les âges sont agrégés par catégories.

À terme, tous les visiteurs et visiteuses entrant au musée doivent être interrogé-e-s pour l'enquête R et les répondant-e-s à cette enquête constituent la population-mère de nos études.

2 Afin d'implanter ce protocole d'enquête dans les musées, des modules ont été mis en place périodiquement depuis 2009 au Musée d'art et d'histoire (MAH), au Musée d'ethnographie de Genève et à L'Espace Ami-Lullin de la Bibliothèque de Genève dans un premier temps, et par la suite au Muséum d'histoire naturelle (MHN), à la Maison Tavel, au Musée Rath et au Musée Ariana. Ces enquêtes-test portaient principalement sur la construction de données sociodémographiques. Sur la base des résultats obtenus, les directions des musées ont validé le questionnaire définitif ainsi que les modalités d'enquêtes.

3 Un outil a été développé, permettant une saisie rapide des données et adaptable dans toutes les institutions concernées. Cet outil est simple d'utilisation et très visuel. Il est adapté aux besoins des différents partenaires. La saisie des réponses se fait en ligne et les résultats sont visibles en temps réel ou dès que les tablettes de collecte sont synchronisées. Les données font l'objet de tableaux synthétiques consultables en tout temps par les institutions sur un site Internet dédié.

On observe toutefois une différence entre la fréquentation et les données R effectivement récoltées. Dans certaines institutions, le personnel d'accueil n'arrive pas à interroger toutes les personnes entrantes, en raison de divers facteurs: configuration architecturale des lieux, flux de visiteurs et visiteuses qui entrent et sortent sans s'adresser à l'accueil en raison de la gratuité des lieux, pics de fréquentation des visiteurs et visiteuses dans les grandes institutions. Cependant, au vu du grand nombre de personnes interrogées, la taille de l'échantillon est suffisante pour pouvoir exploiter les données de manière fiable.

Le questionnaire C est administré par des enquêteurs et enquêtrices professionnelles, les visiteurs et visiteuses sont interrogé-e-s durant leur parcours de visite.

- Acte de visite - satisfaction, raison de la visite
  - Modalités de la visite - accompagnement, moyen de transport, fréquence
  - Lieu de résidence
  - Langues et nationalités
  - Formation
  - Activité(s) professionnelle(s)
  - Structure du ménage
  - Année de naissance
  - Remarques éventuelles - espace ouvert
- 
- Champs renseignés par l'enquêteur ou l'enquêtrice - météo, coopérativité, situation de handicap, informations de base sur le contexte de l'entretien.

Ces questions sont synthétiques et transversales, et sont posées dans toutes les institutions.

La procédure de sélection des personnes interrogées pour les enquêtes C se fait au hasard et constitue donc un échantillon aléatoire. Un tournus dans le planning de collecte a été organisé pour les enquêteurs et enquêtrices afin de couvrir tous les jours de la semaine dans chaque musée. Dans l'idée originale, ce sont les données R qui permettent de cadrer les résultats des enquêtes en face-à-face et constituent en l'occurrence la population-mère<sup>4</sup>.

—  
4 Les données font l'objet de tableaux synthétiques consultables, en temps réel, par les institutions concernées sur un site sécurisé.

## Les enquêtes - R

Nous considérons ici les données R et R-groupe des musées intégrés dans le processus d'enquête en 2015; il s'agit des sept institutions suivantes:

le Musée Ariana;

le Musée d'art et d'histoire (MAH) et ses filiales Musée Rath et Maison Tavel;

le Muséum Genève: Muséum d'histoire naturelle et son site du Musée d'histoire des sciences;

le Musée d'ethnographie (MEG).

Au total, ce sont près de 280'000 visiteurs et visiteuses (n = 278'551)<sup>5</sup> qui ont été interrogés au moyen du questionnaire R ou R-groupe dans l'ensemble des musées mentionnés ci-dessus.

### Nombre de personnes interrogées (R et R groupe) selon les institutions

Maison Tavel	51'629
Musée Ariana	43'715
Musée d'art et d'histoire	50'606
Musée d'ethnographie Genève	26'274
Musée d'histoire des sciences	24'918
Musée Rath	11'835
Muséum d'histoire naturelle	69'574
<b>Total</b>	<b>278'551</b>

Comme nous l'évoquons dans la rubrique Méthodologie, la qualité des données récoltées au moyen du questionnaire R varie selon les institutions. Dans plusieurs d'entre elles, le dispositif de collecte est rôdé et la qualité des données est bonne. En revanche, des solutions sont encore à trouver pour optimiser le mode et le dispositif de collecte des données au Musée d'art et d'histoire et au Muséum d'histoire naturelle, institutions dans lesquelles les flux de visiteurs sont soumis à de fortes variations.

<sup>5</sup> On note un écart entre le nombre de personnes interrogées au moyen du questionnaire R ou R-groupe et la fréquentation des institutions mentionnée en page 6. Deux raisons peuvent rendre compte de cette différence: la première tient au fait que certaines institutions n'arrivent pas à interroger tous les visiteurs et visiteuses entrants, comme nous l'avons exposé dans le chapitre Méthodologie (p. 7); la seconde raison est liée à la question de la fréquentation des grandes manifestations – par exemple Nuit des musées, Journées européennes des métiers d'art – et des activités de médiation: elles ne font pour l'instant pas partie des collectes R, mais sont comptabilisées dans le nombre de visite global des institutions.

## D'où viennent nos visiteurs et visiteuses ?

### De quel pays ?

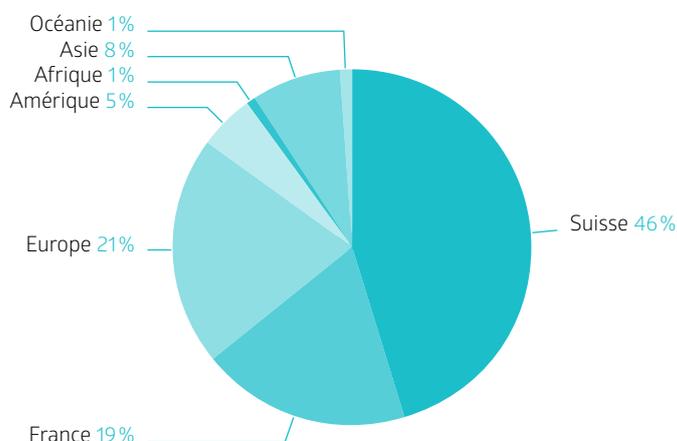
En 2015, les chiffres agrégés (tous musées confondus) confirment les tendances observées en 2013 et 2014, à savoir que près de la moitié des visiteurs et visiteuses de nos musées habitent en Suisse (46%) – nous verrons plus précisément ci-après de quelle région ou commune provient ce public helvète. Le second pays le plus représenté est la France (19%), suivi du Royaume-Uni (5%), de l'Espagne (4%), de la Chine (3%) et des États-Unis (3%), et enfin de l'Italie, de la Russie, de l'Allemagne et du Portugal. 13% de visiteurs et visiteuses résident dans d'autres pays du globe.

#### Pays d'habitation (Tous les musées ; n = 271'124)

Suisse	46%
France	19%
Royaume-Uni (UK)	5%
Espagne	4%
Chine	3%
États-Unis	3%
Italie	2%
Russie	2%
Allemagne	2%
Portugal	1%
Autres	13%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Un autre angle d'analyse permet de catégoriser le public cette fois-ci selon le continent de résidence: outre les 46% de visiteurs et visiteuses qui, comme nous l'avons vu, sont domicilié-e-s en Suisse, 40% des personnes résident en Europe – dont 19% en France, 8% en Asie, 5% en Amérique, 1% en Afrique et 1% en Océanie.

#### Région du monde d'habitation (Tous les musées ; n = 271'092)



Dans toutes les institutions, la proportion d'habitants de Suisse reste majoritaire en regard des autres nationalités, mais elle varie à nouveau fortement selon les musées en 2015.

Trois musées connaissent la plus forte proportion de visiteurs et visiteuses habitant le territoire helvétique: le Musée Rath (83%), le Musée d'ethnographie<sup>6</sup> (81%) et le Muséum d'histoire naturelle (55%). Ces mêmes institutions accueillent par ailleurs en grande partie un public qui réside en France. Si l'on cumule les chiffres de ces deux pays d'habitation – Suisse et France, les taux s'élèvent respectivement à 96% (Musée d'ethnographie), 92% (Musée Rath), 86% (Muséum d'histoire naturelle).

Pour les autres musées, la proportion de personnes habitant en Suisse est moindre, elle avoisine un tiers des visiteurs et visiteuses: Musée Ariana (34%), Musée d'art et d'histoire (40%), Maison Tavel (30%), Musée d'histoire des sciences (36%), et par conséquent les provenances sont plus diversifiées. Dans chacune de ces institutions – Musée Ariana, MAH, Maison Tavel et dans une moindre mesure Musée d'histoire des sciences – au-delà des taux cumulés des trois pays les plus représentés, on constate que près du 40% de leurs visiteurs et visiteuses est composé de personnes provenant de pays très variés. Ces musées présentent une typologie de public plus internationale et diversifiée.

En 2015 à nouveau, on relèvera comparativement aux autres institutions que le Musée Ariana accueille une forte proportion de personnes en provenance de Chine (15%) et le Musée d'histoire des sciences un public en provenance du Royaume-Uni (20%).

#### Pays d'habitation par institution, trois pays les plus représentés (n = 271'124)

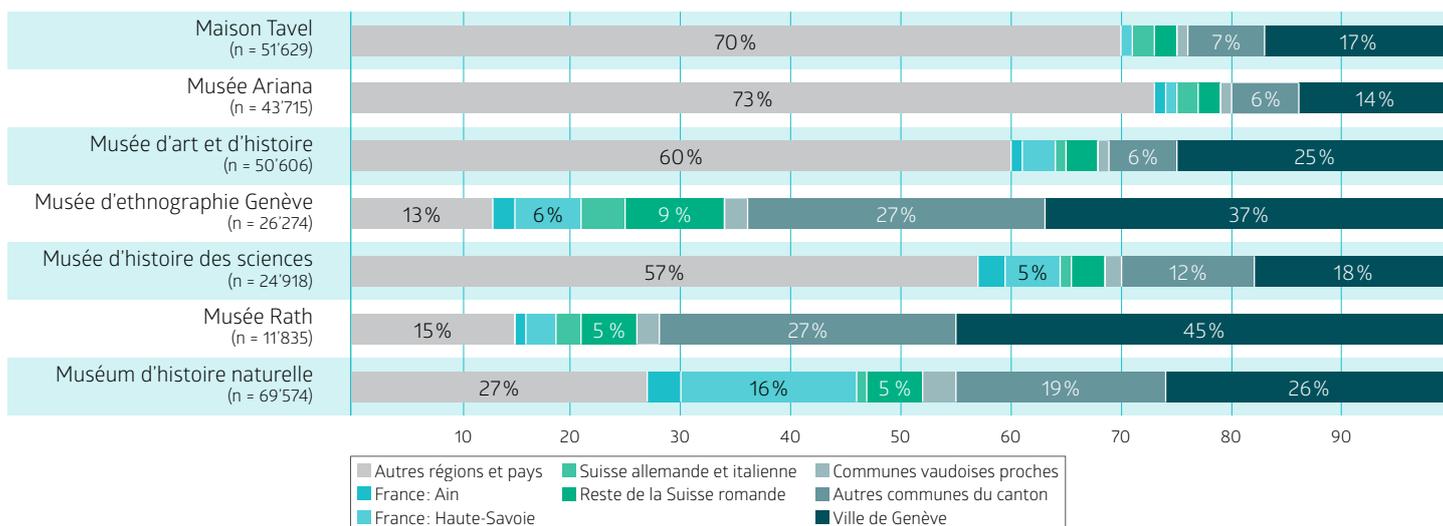
Institutions	1		2		3		Total catégories 1 2 3
Maison Tavel	Suisse	30%	France	19%	Espagne	9%	58%
Musée Ariana	Suisse	34%	Chine	15%	France	11%	60%
Musée d'art et d'histoire	Suisse	40%	France	15%	Espagne	6%	61%
Musée d'ethnographie Genève	Suisse	81%	France	15%	Espagne	0%	96%
Musée d'histoire des sciences	Suisse	36%	UK	20%	France	17%	73%
Musée Rath	Suisse	83%	France	9%	UK	2%	94%
Muséum d'histoire naturelle	Suisse	55%	France	31%	UK	3%	89%
<b>Toutes</b>	<b>Suisse</b>	<b>46%</b>	<b>France</b>	<b>19%</b>	<b>UK</b>	<b>5%</b>	<b>70%</b>

<sup>6</sup> Données sur les visiteurs et visiteuses des expositions temporaires principalement -en 2015, le dispositif d'enquête mis en place au MEG ne considère pour l'instant que le public, à savoir celui des expositions temporaires et les groupes, qui passe par la banque d'accueil. Ne sont pas pris en compte les visiteurs et visiteuses de l'exposition permanente, en accès libre.

## De quelle commune ?

Si l'on considère maintenant nos données à l'échelle de la commune d'habitation, on relève que, tous musées confondus, près d'un quart des visiteurs et visiteuses (24 %) réside en Ville de Genève et 13% habitent le canton de Genève, soit dans une autre commune que la Ville; la même proportion, 13%, réside dans une région limitrophe à Genève, à savoir en Suisse romande ou dans les départements de France voisine de l'Ain et de la Haute-Savoie.

### Commune d'habitation par institution (n = 271'092)



## Qui sont nos visiteurs et visiteuses ?

### Sept ou septante-sept ans ?

On constate que toutes les classes d'âge sont représentées parmi les visiteurs et visiteuses de nos musées et ce selon une répartition relativement homogène entre ces différentes classes d'âge. Les données 2015 confirment la répartition par âge observée en 2014.

Tous musées confondus, 30% des visiteurs et visiteuses ont moins de 20 ans. Les 65 ans et plus constituent le 8% des visiteurs et visiteuses.

### Classes d'âge (Tous les musées ; n = 261'680)

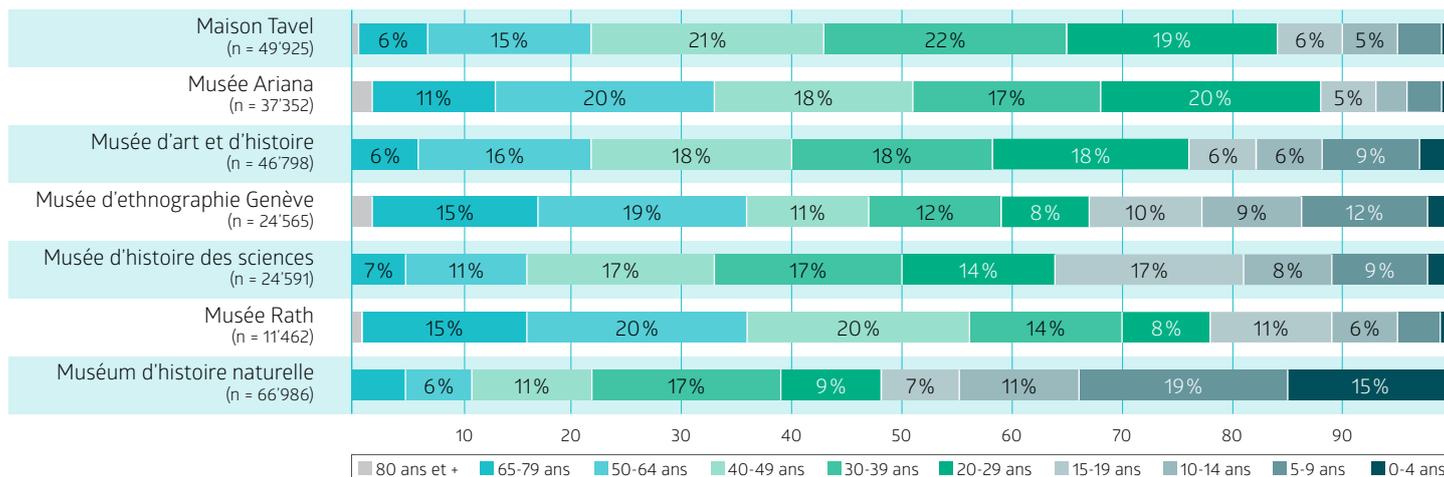
0-9 ans	15%
10-19 ans	15%
20-29 ans	15%
30-39 ans	18%
40-49 ans	16%
50-64 ans	14%
65-79 ans	7%
80 ans et +	1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

On relève des différences dans l'âge des visiteuses et visiteurs selon le type de musée.

Le Muséum d'histoire naturelle ainsi que le Musée d'histoire des sciences et le Musée d'ethnographie ont le taux le plus élevé de jeune public: parmi les visiteurs et visiteuses, environ une personne sur deux (52%) a moins de 20 ans pour le premier musée (MHN) et une personne sur trois au MHS et au MEG (respectivement 36% et 33%).

Le Muséum d'histoire naturelle accueille par ailleurs une proportion élevée de tout-petits, soit 15% de 0-4 ans (contre 1% à 3% dans les autres institutions).

**Classes d'âge par institution (n = 261'680)**



Si l'on compare les données 2014 et 2015, on constate des tendances identiques en termes d'âge d'une année à l'autre pour le Musée Ariana, la Maison Tavel et le Muséum d'histoire naturelle<sup>7</sup>.

Le Musée Rath a en revanche accueilli en 2015 un public plus jeune qu'en 2014; cette tendance s'observe également au Musée d'histoire des sciences, quoique dans une moindre mesure<sup>8</sup>.

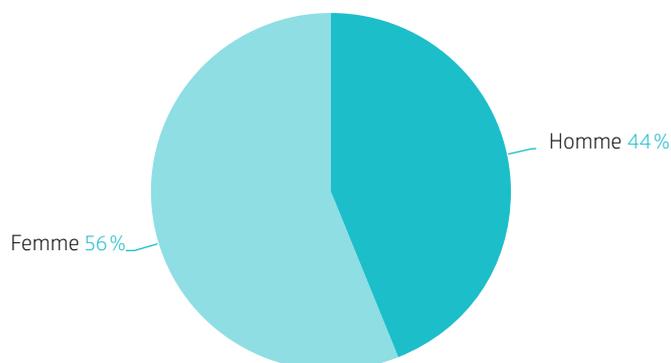
7 Au MEG nous avons uniquement des données 2015

8 Au MAH, on observe la même tendance, elle ne peut toutefois être confirmée en raison de la marge d'erreur liée à la qualité de collecte des données en 2015.

## Hommes ou femmes ?

Les publics des musées (chiffres agrégés) sont composés en plus large partie de femmes (56 %) que d'hommes (44 %), tendance déjà observée en 2013 et 2014.<sup>9</sup>

**Genre** (Tous les musées ; n = 213'276)



**Genre par institution** (n = 213'276)

Institutions	Hommes	Femmes
Maison Tavel	46%	54%
Musée Ariana	42%	58%
Musée d'art et d'histoire	46%	54%
Musée d'ethnographie Genève	41%	59%
Musée d'histoire des sciences	50%	50%
Musée Rath	42%	58%
Muséum d'histoire naturelle	44%	56%
<b>Toutes</b>	<b>44%</b>	<b>56%</b>

Dans tous les musées, le taux de femmes est supérieur, excepté au Musée d'histoire des sciences, qui compte un taux égal de femmes et d'hommes parmi ses visiteurs et visiteuses, tendance constante depuis 3 ans, le début des collectes.

<sup>9</sup> Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 23 %, N = 65'275, ce taux provient principalement des formulaires R groupe, pour lequel le genre n'est pas renseigné pour les enfants qui compose le groupe. Étant donné la taille de l'échantillon, plus de 200'000 personnes interrogées, cela n'a pas d'incidence sur les résultats.

## Les enquêtes - C

Plus de 5'000 enquêtes C - questionnaire Complet - ont été menées auprès des visiteurs et visiteuses dans les musées durant l'année 2015 (n = 5'817).

Le taux de refus à participer à l'enquête varie de 16% à 37% selon les institutions; il est plus élevé semble-t-il dans de grandes institutions (Musée d'art et d'histoire et Muséum d'histoire naturelle).

### Nombre de personnes interrogées par institution (questionnaire C)

Maison Tavel	828
Musée Ariana	726
Musée d'art et d'histoire	1'073
Musée d'ethnographie Genève	957
Musée d'histoire des sciences	509
Musée Rath	575
Muséum d'histoire naturelle	1'149
<b>Total</b>	<b>5'817</b>

### Taux de réponses par institution (n = 5'817)

Maison Tavel	74%
Musée Ariana	72%
Musée d'art et d'histoire	63%
Musée d'ethnographie Genève	75%
Musée d'histoire des sciences	84%
Musée Rath	77%
Muséum d'histoire naturelle	66%

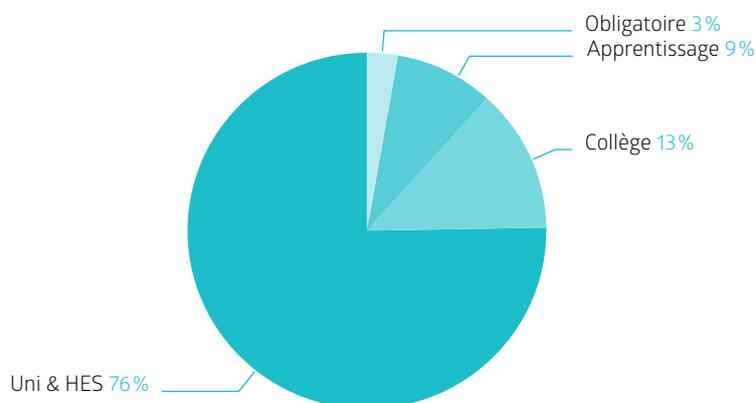
## En savoir plus sur le profil de nos visiteurs et visiteuses

Les données issues du questionnaire R nous ont déjà renseignés sur le profil du public de nos musées, et ce en termes d'âge, de genre et de lieu de résidence. Le questionnaire C complète ce profil et apporte des informations sur d'autres caractéristiques socio-démographiques.

### Sont-elles et ils diplômé-e-s ?

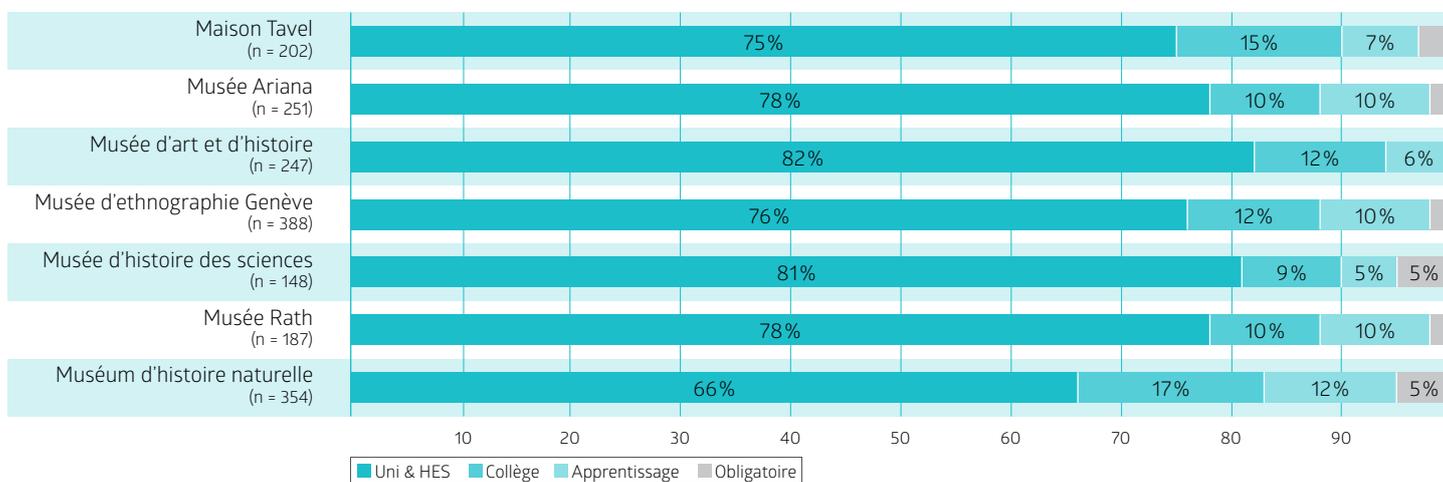
La très forte représentation des personnes ayant une formation du degré tertiaire - haute école spécialisée ou université - est confirmée en 2015: ainsi sur l'ensemble des musées, trois-quarts des visiteurs et visiteuses (76%) ont un diplôme d'une école supérieure; 22% ont une formation de niveau secondaire, dont 13% ont suivi le collège et 9% un apprentissage; enfin 3% ont une formation obligatoire<sup>10</sup>.

#### Niveau d'études (Tous les musées; n = 1'763)



Comme c'était déjà le cas en 2014, ces pourcentages varient peu selon les musées, exception faite du Muséum d'histoire naturelle qui compte davantage de visiteurs et visiteuses ayant suivi une formation secondaire (29%), dont le collège (17%) ou l'apprentissage (12%).

#### Niveau d'études par institution (n = 1'763)



<sup>10</sup> La question sur la formation reste sensible, on note au taux de non-réponse élevé sur cette variable - 58%.

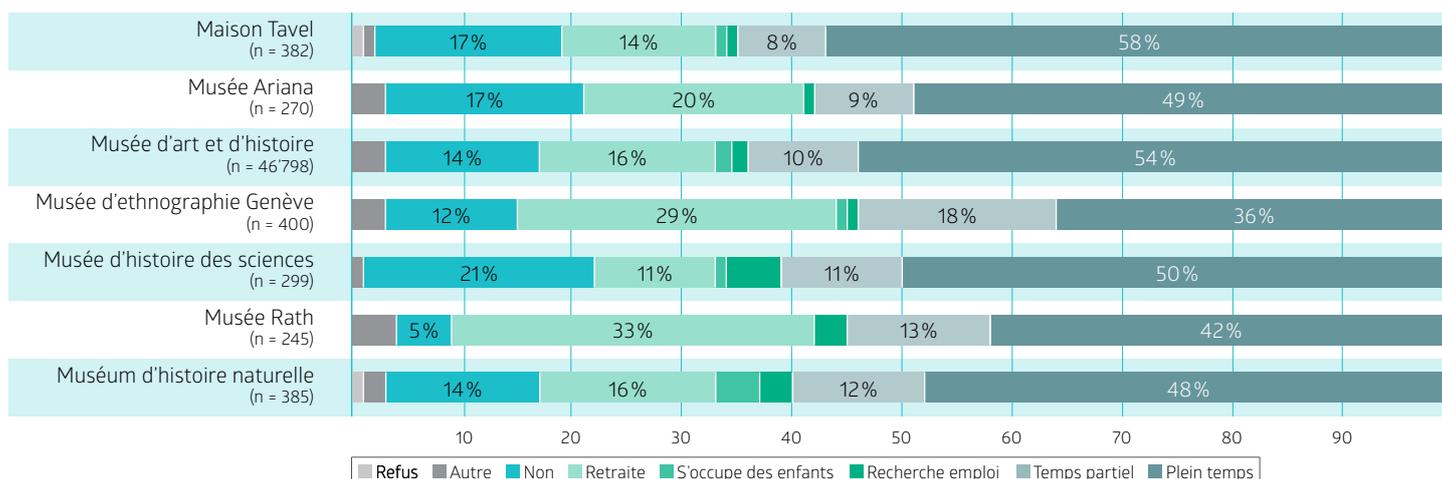
## En activité professionnelle ?

Une très large moitié des visiteurs et visiteuses des musées exercent une activité professionnelle, soit six personnes sur dix (60 %) et la plupart d'entre eux travaillent à plein temps (49 %)<sup>11</sup>.

### Exerce une activité professionnelle (Tous les musées ; n = 2'291)

Oui, à plein temps	49%
Oui, à temps partiel	11%
Non, je recherche un emploi	2%
Non, je m'occupe des enfants	2%
Non, je suis à la retraite	19%
Non	15%
Autre situation	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### Exerce une activité professionnelle par institution (n = 2'291)



<sup>11</sup> La question de l'activité professionnelle reste sensible, on note au taux réponses manquantes élevé sur cette variable - 45%.

## Quelle est leur situation familiale ?

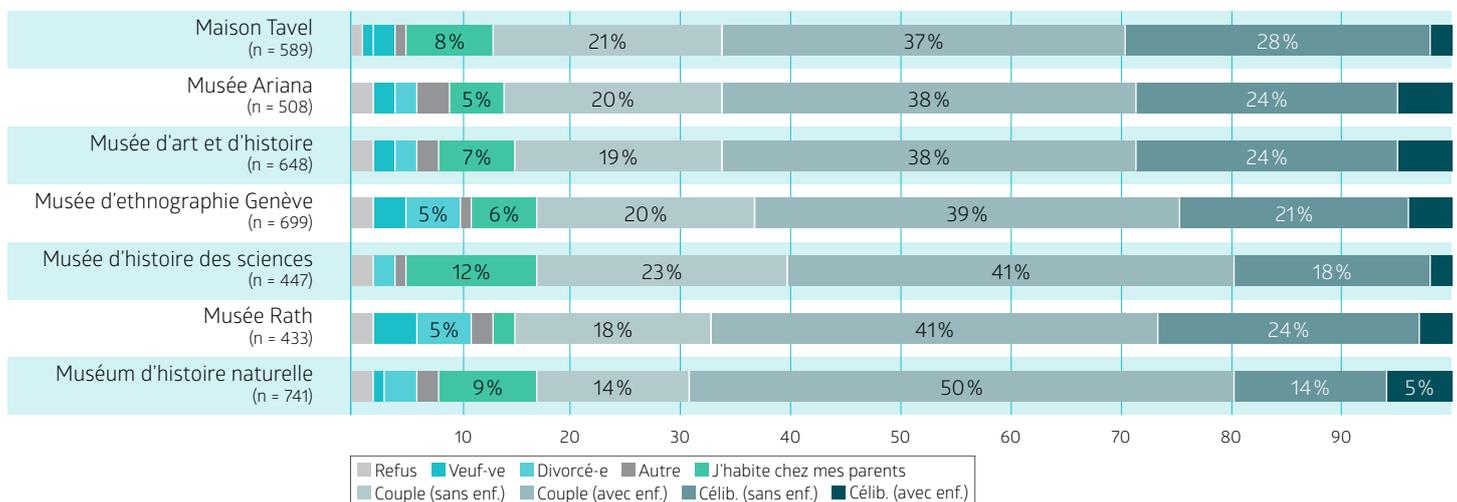
La situation familiale la plus représentée parmi nos visiteurs et visiteuses est la structure «en couple avec enfant(s)», elle atteint 41%. Viennent ensuite, quasiment à part égale, les situations de personnes «célibataire sans enfant» (22%) et celles en «couple sans enfant» (19%).

### Situation familiale (Tous les musées ; n = 4'065)

Célibataire (avec enf.)	3%
Célibataire (sans enf.)	22%
Couple (avec enf.)	41%
Couple (sans enf.)	19%
J'habite chez mes parents	7%
Autre situation	2%
Divorcé-e	3%
Veuf-ve	2%
Ne souhaite pas répondre	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

De tous les musées, le Muséum d'histoire naturelle compte parmi son public le plus de personnes qui vivent en couple avec enfant(s), soit près d'un visiteur et visiteuse sur deux (50%)

### Situation familiale par institution (n = 4'065)

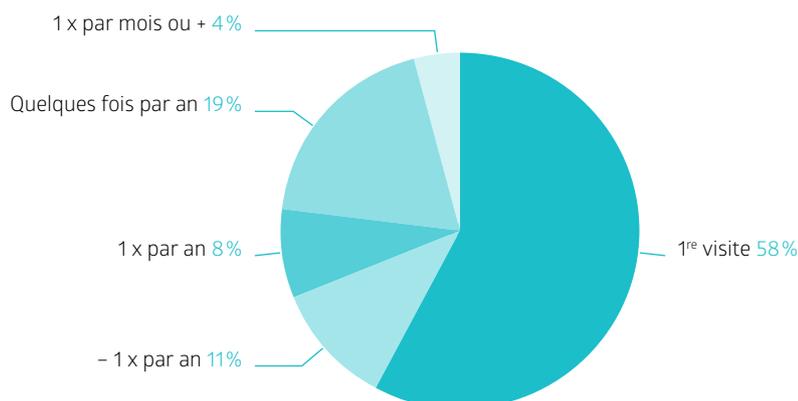


## Les pratiques muséales de nos visiteurs et visiteuses

### Fidèles ou occasionnel-le-s ?

Tous musées confondus, on constate qu'une très large moitié des personnes interrogées sont des primo-visiteurs et primo-visiteuses (58%), qui découvrent le musée. 31% des personnes sont fidèles aux institutions, ce sont des visiteurs et visiteuses «réguliers» qui viennent une fois par an ou plus. On compte 11% de personnes qui se rendent moins d'une fois par année au musée ou s'y sont rendues des années auparavant. Ces tendances confirment les résultats observés en 2013 et 2014.

#### Fréquence de visite du musée (Tous les musées; n = 4'114)



#### Fréquence de visite du musée – fréquence détaillée (Tous les musées; n = 4'114)

1 x par mois ou +	4%
1 x par 2 mois	2%
1 x par 3 mois	7%
1 x par 6 mois	10%
1 x par an	8%
- de 1 x par an	7%
Il y a des années	5%
1 <sup>re</sup> visite	58%
<b>Total valide</b>	<b>100%</b>

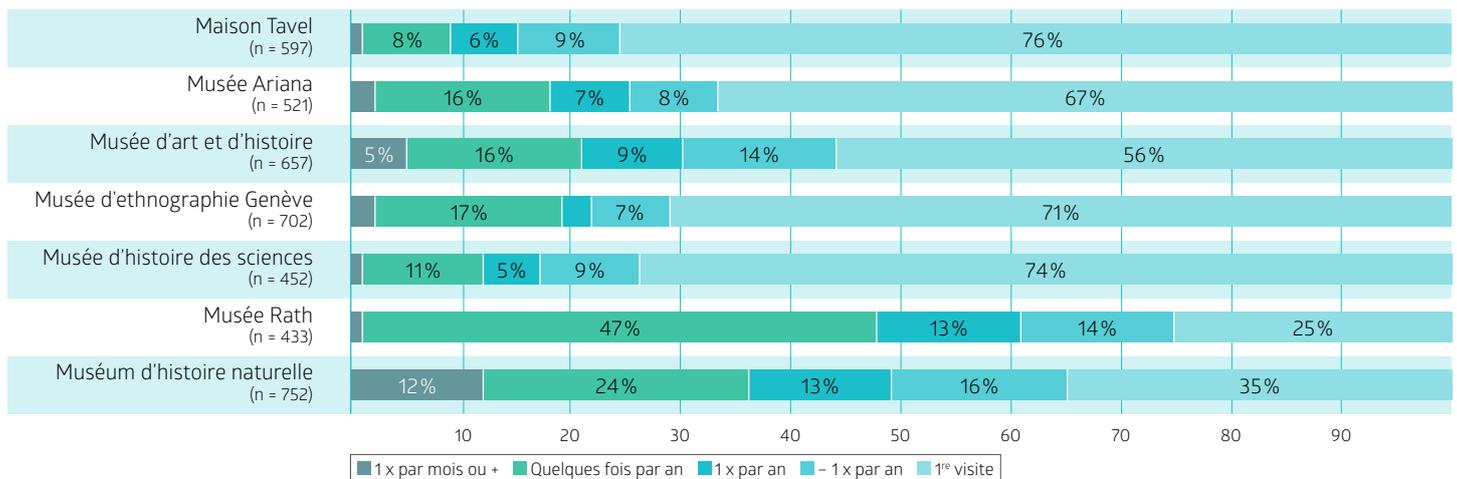
Cette année encore, des différences notables se dessinent entre les institutions et on retrouve les deux grandes orientations déjà observées :

d'une part les musées qui accueillent une très forte proportion de primo-visiteurs et primo-visiteuses tels que la Maison Tavel (76%), le Musée d'histoire des sciences (74%) et le Musée Ariana (67%); le Musée d'ethnographie compte également une large part de primo-visiteurs et primo-visiteuses (71%), mais on peut supposer pour ce musée qu'il s'agit aussi de personnes qui viennent pour la première fois dans le nouveau bâtiment, lequel, pour rappel, a été inauguré le 31 octobre 2014.

D'autre part, les musées qui reçoivent des visiteurs et visiteuses fidèles à l'institution comme au Musée Rath et au Muséum d'histoire naturelle. Ainsi le Musée Rath compte 60% de personnes qui viennent une fois par an ou plus et le Muséum d'histoire naturelle 49%. Pour ce même musée, on relèvera que 12% des personnes sont très assidues et s'y rendent une fois par mois ou plus.

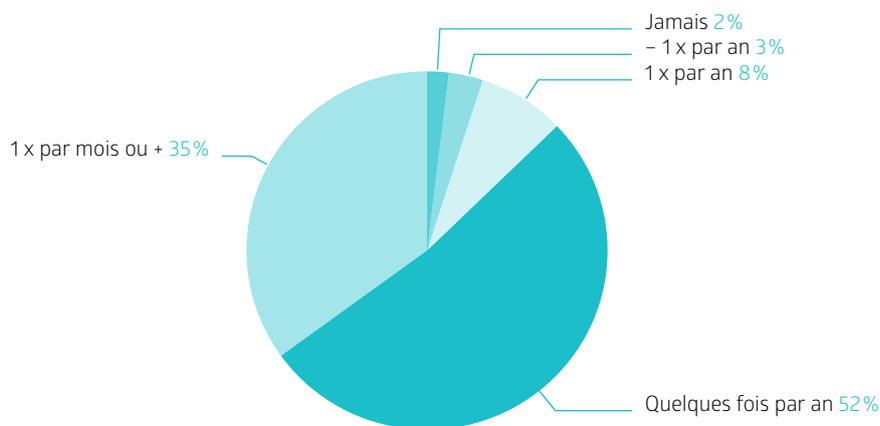
À nouveau en 2015, le Musée d'art et d'histoire se situe entre les deux tendances: plus de la moitié des personnes interrogées viennent pour la première fois visiter l'institution (56% contre 50% en 2014) et 30% sont des visiteurs et visiteuses réguliers (visite une fois par an ou plus).

**Fréquence de visite du musée par institution** (Tous les musées; n = 4'114)



Les données indiquent aussi à quelle fréquence le public de nos institutions visite d'autres musées. On constate que la grande majorité de nos visiteurs et visiteuses ont l'habitude de se rendre régulièrement dans les musées: la moitié d'entre eux (52%) fréquente une institution muséale quelques fois par année et plus d'un tiers (35%) une fois par mois ou davantage.

**Fréquence de visite d'autres musées** (Tous les musées; n = 4'077)

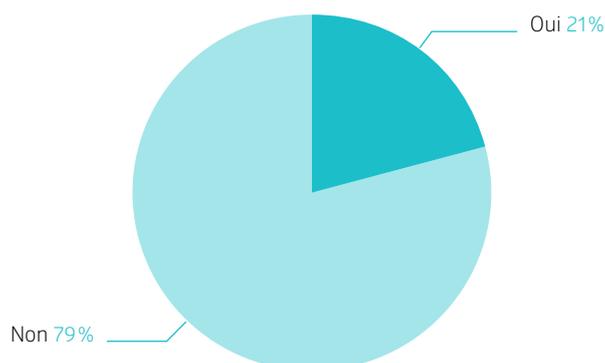


## Seul-e-s ou accompagné-e-s ?

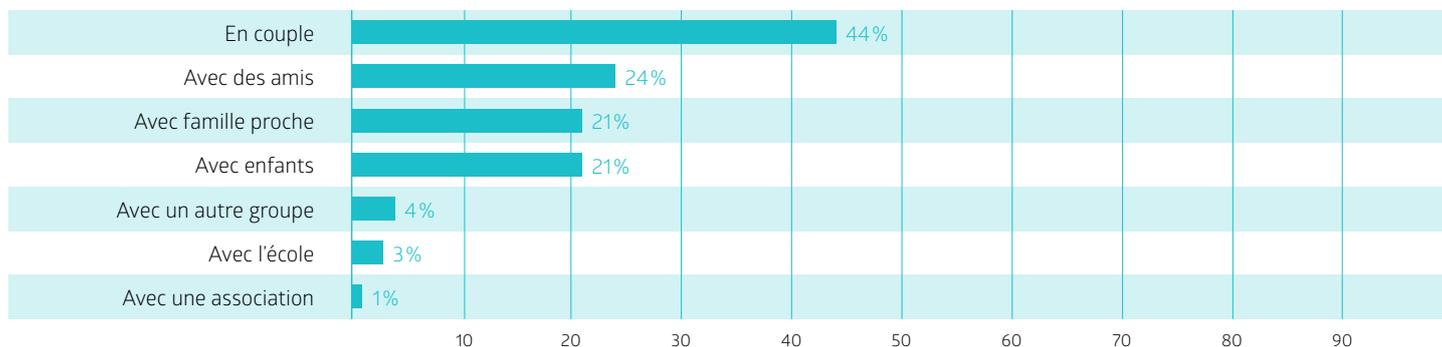
Sur l'ensemble des musées, on relève que près de quatre personnes sur cinq viennent au musée accompagnés (79%), les visites se font donc majoritairement en compagnie d'autrui, principalement en couple, avec des amis, avec des enfants ou encore avec de la famille proche.

En corollaire à ce constat, uniquement une personne sur cinq (21%) se rend seul-e dans les institutions muséales.

### Est venu-e seul-e? (Tous les musées; n = 4'116)

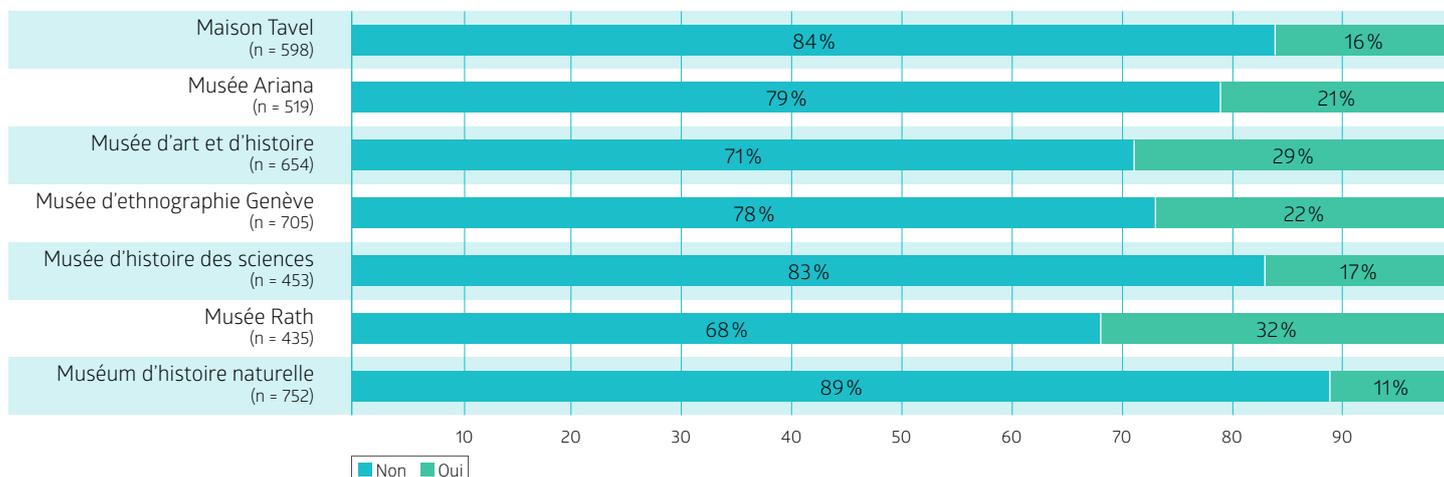


### Accompagnement (Tous les musées; n = 3'222 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)



Comme en 2014, c'est au Musée Rath et au Musée d'art et d'histoire que les taux de visiteurs et visiteuses «seul-e-s» sont les plus élevés, pour ces deux musées cette typologie de public constitue presque un tiers du public (respectivement 32% et 29%). Et c'est à nouveau au Muséum d'histoire naturelle que l'on vient le plus fréquemment accompagné (89%).

#### Est venu-e seul-e par institution? (Tous les musées; n = 4'116)



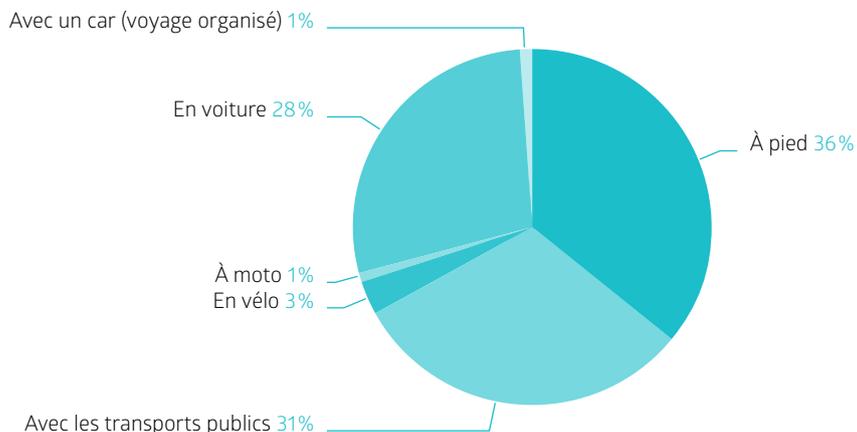
Si les distributions de ces catégories de réponses sont quasiment identiques entre les musées sur les quatre premiers éléments cités (en couple/avec des amis/avec enfant-s/avec famille proche), on constate deux exceptions: au Muséum d'histoire naturelle, la catégorie «avec enfant-s» est majoritaire, elle est citée par 52% des répondant-e-s (59% en 2014), et au Musée d'histoire des sciences, cette même catégorie «avec enfant-s» est la seconde citée, par 20% des répondant-e-s (33% en 2014), après la catégorie «en couple» (citée par 50%).

[Tableaux par institution, voir Annexes]

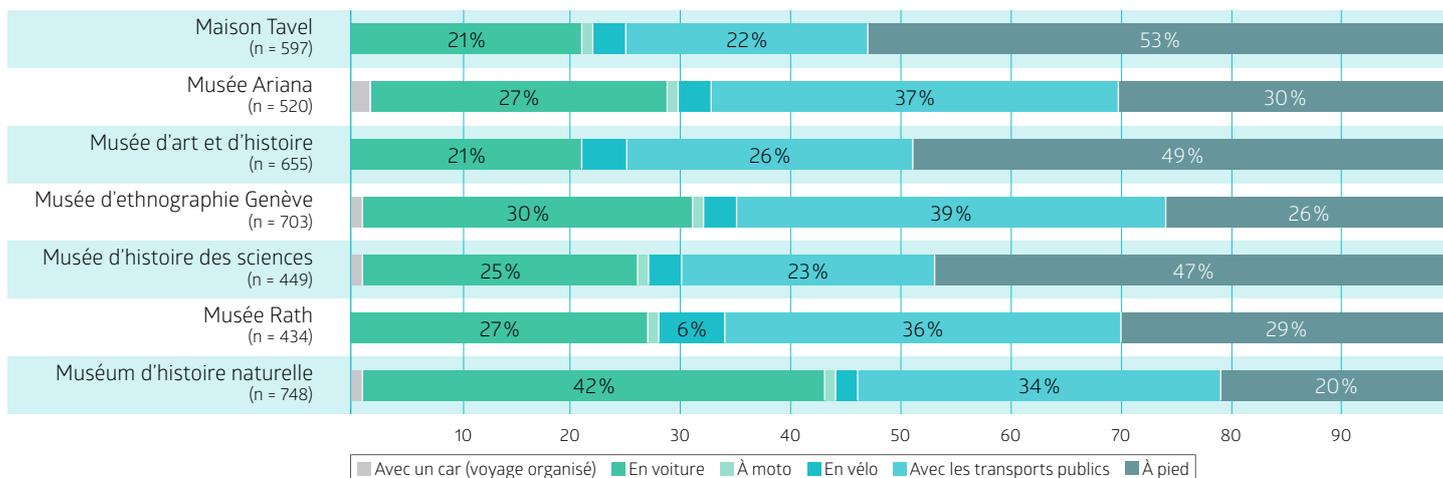
## Quels moyens de transport utilisent-elles et ils ?

Toutes institutions confondues, les moyens de transport utilisés pour se rendre au musée se répartissent grosso-modo en trois modalités : 36% viennent à pied, 31% utilisent les transports publics et 28% arrivent en voiture. L'usage des autres modes de locomotion est marginal (vélo, moto, car en voyage organisé, autre).

**Moyen de transport** (Tous les musées ; n = 4'106)



**Moyen de transport par institution** (n = 4'106)



Une analyse par institution montre que près d'une personne sur deux vient à pied à la Maison Tavel (53%), au Musée d'art et d'histoire (49%) et au Musée d'histoire des sciences (47%). Le taux de visiteurs et visiteuses qui se rend à pied dans les autres musées de la Ville est inférieur et s'élève de 20% à 30%.

C'est au Muséum d'histoire naturelle que l'on observe le plus fort pourcentage de personnes qui utilisent une voiture pour se rendre au musée, c'est aussi pour rappel un musée qui connaît une forte proportion de visiteurs et visiteuses qui résident dans la région, hors du canton.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> On peut supposer que le moyen de transport utilisé est aussi largement lié au lieu de résidence des visiteurs et visiteuses. On s'intéresse ici à la distribution des personnes résidant en Suisse et en France voisine. Aussi la proportion de visiteurs et visiteuses habitant en ville de Genève qui viennent à pied s'élève à 50%, 30% utilisent les transports publics et seuls 12% viennent en voiture. Les personnes résidant dans le reste de la Suisse (romande; italienne et allemande) utilisent pour plus de la moitié d'entre eux les transports publics (51% à 60%) ou viennent à pied (12% à 25%), laissant supposer qu'ils sont venus dans notre ville sans véhicule particulier (en transports publics tel que le train ou le bus par exemple). Quant aux résident-e-s des départements de France voisine (Ain et Haute-Savoie), ils privilégient la voiture comme mode de transport (68% à 74%), suivi par l'usage des transports publics à hauteur de respectivement 19% et 15%.

## Les raisons et la satisfaction de la visite au musée

### Comment connaît-on le musée ?

Les réponses à cette question viennent confirmer les tendances observées en 2014 quant aux catégories les plus citées par les répondant-e-s. Parmi nos visiteurs et visiteuses, près d'un quart (23%) dit avoir connaissance de l'existence des musées parce qu'elle-il « vit à Genève », le « bouche-à-oreille » est la seconde occurrence citée (20%), les musées jouissent donc d'une notoriété en tant qu'institution « de la place » ou sont recommandés par des tiers.

14% des personnes disent être « passé par hasard ». Les sites web (autres que ceux du musée lui-même) et les « guides touristiques » jouent un rôle de prescripteurs dans la connaissance des musées auprès du public, avec respectivement 11% et 9% des réponses citées.

**Connaissance du musée** (Tous les musées ; n = 4'114 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

Vit à Genève	23%
Bouche à oreille	20%
Passé par hasard	14%
Autre	12%
Autres sites web	11%
Guide touristique	9%
Vient parfois	8%
Presse écrite	6%
Affiche	6%
Vient depuis enfant	5%
Office du tourisme	3%
École	2%
Site web du musée	2%
Dépliant du musée	1%
TV	1%
Newsletter du musée	1%
Radio	0%
Nouveaux médias	0%
Spot multimédia	0%
Mes enfants	0%
Autres enfants	0%

On distingue là aussi des divergences selon les musées.

Ici, il est intéressant de mentionner le rôle que la presse écrite joue auprès du public du Musée Rath (23%) et du Musée d'ethnographie (16%). Pour ces deux musées encore, l'affichage est aussi souvent cité comme un moyen de connaître le musée, cité par respectivement 18% et 9% des répondant-e-s (cité en 5<sup>e</sup> position au MEG).

Parmi les évolutions par rapport à 2014, au Musée Ariana, la première catégorie de réponse citée « passé par hasard » augmente de 26% en 2014 à 34% en 2015.

Au Musée Rath, la catégorie de réponse citée « vit à Genève » atteint la première position, passant de 15% en 2014 à 23% en 2015. Quant au Musée d'histoire des sciences, la première catégorie citée est toujours « passé-e par hasard », mais elle diminue de 30% en 2014 à 22% cette année.

Pour les autres musées – Maison Tavel, Muséum d'histoire naturelle – les résultats de 2014 et 2015 sont sensiblement identiques.

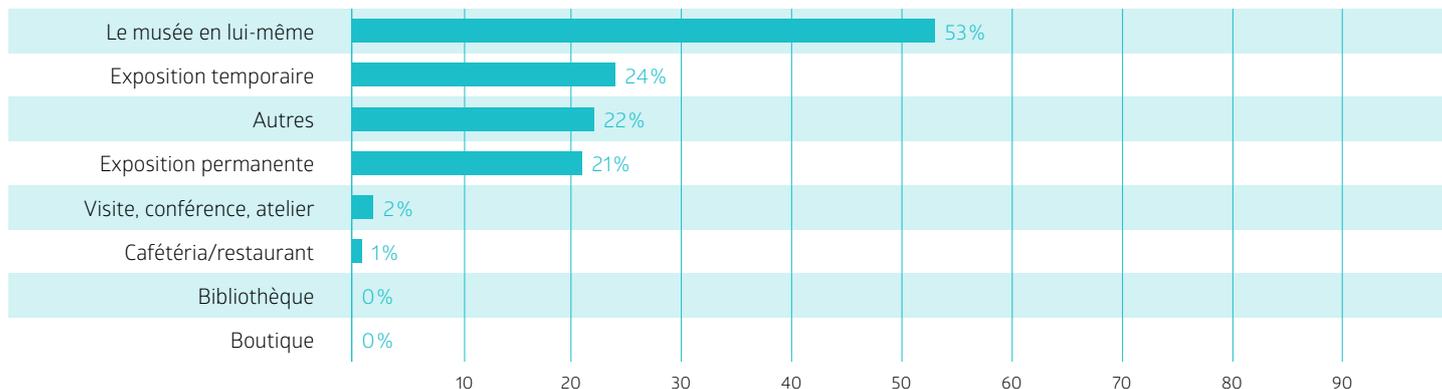
### Connaissance du musée par institution – les quatre catégories de réponse les plus représentées (n = 4114 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

% de répondant-e-s (coché)	1.	2.	3.	4.
Musée Tavel	25% bouche à oreille	22% guide touristique	18% passé par hasard	16% vit à Genève
Musée Ariana	34% passé par hasard	17% bouche à oreille	16% vit à Genève	13% autre
Musée d'art et d'histoire	27% vit à Genève	14% bouche à oreille	13% autres sites web	12% guide touristique
Musée d'ethnographie Genève	31% vit à Genève	26% bouche à oreille	17% autre	16% presse écrite
Musée d'histoire des sciences	22% passé par hasard	18% autres sites web	17% bouche à oreille	14% autre
Musée Rath	23% vit à Genève	23% presse écrite	18% affiche	13% bouche à oreille
Muséum d'histoire naturelle	32% vit à Genève	21% bouche à oreille	16% vient depuis enfant	10% vient parfois

## Quels sont les motifs de la visite ?

Lorsque l'on interroge les visiteurs et visiteuses sur ce qui les a attiré dans le musée, une personne sur deux dit être venu pour «le musée en lui-même» (53%), 24% citent «l'exposition temporaire», 22% évoquent des motifs «autres» et 21% citent «l'exposition permanente». La «cafétéria/restaurant»<sup>13</sup> ou les «visite, conférence, atelier» ne sont cités que marginalement comme motifs premiers de visite.

**Motifs de la visite** (Tous les musées; n = 4'131 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)



Venir pour «le musée en lui-même» est l'occurrence la plus citée dans tous les musées, exception faite au Musée Rath pour lequel les «expositions temporaires» est le motif premier de visite, cité par 77% des répondant-e-s (rappelons ici que ce musée est dédié aux expositions temporaires et ne propose pas d'exposition permanente). Dans la plupart des musées, on note donc une forte attractivité de l'institution en tant que telle (voire du bâtiment), considérée dans sa globalité. C'est même au Musée d'histoire des sciences et à la Maison Tavel que ces taux sont les plus élevés, là 74% et 71% des répondant-e-s ont cité «le musée en lui-même» comme raison première de leur visite.

Au Musée d'ethnographie et au Musée Ariana, les «expositions temporaires» sont les seconds motifs de visite les plus cités, après «le musée en lui-même», avec un taux respectivement de 32% et 23%, suivi en 3<sup>e</sup> position de l'item «collections permanentes» (26% et 17%).

Quant au Musée d'art et d'histoire et au Muséum d'histoire naturelle, ce sont les «expositions permanentes» qui sont le deuxième motif de visite principal (30% et 31%), suivi du motif «autres» et enfin des «expositions temporaires».

13 Le Musée Rath, la Maison Tavel et le Musée d'histoire des sciences ne disposent pas de cafétéria ou restaurant.

## Satisfait-e-s ou non ?

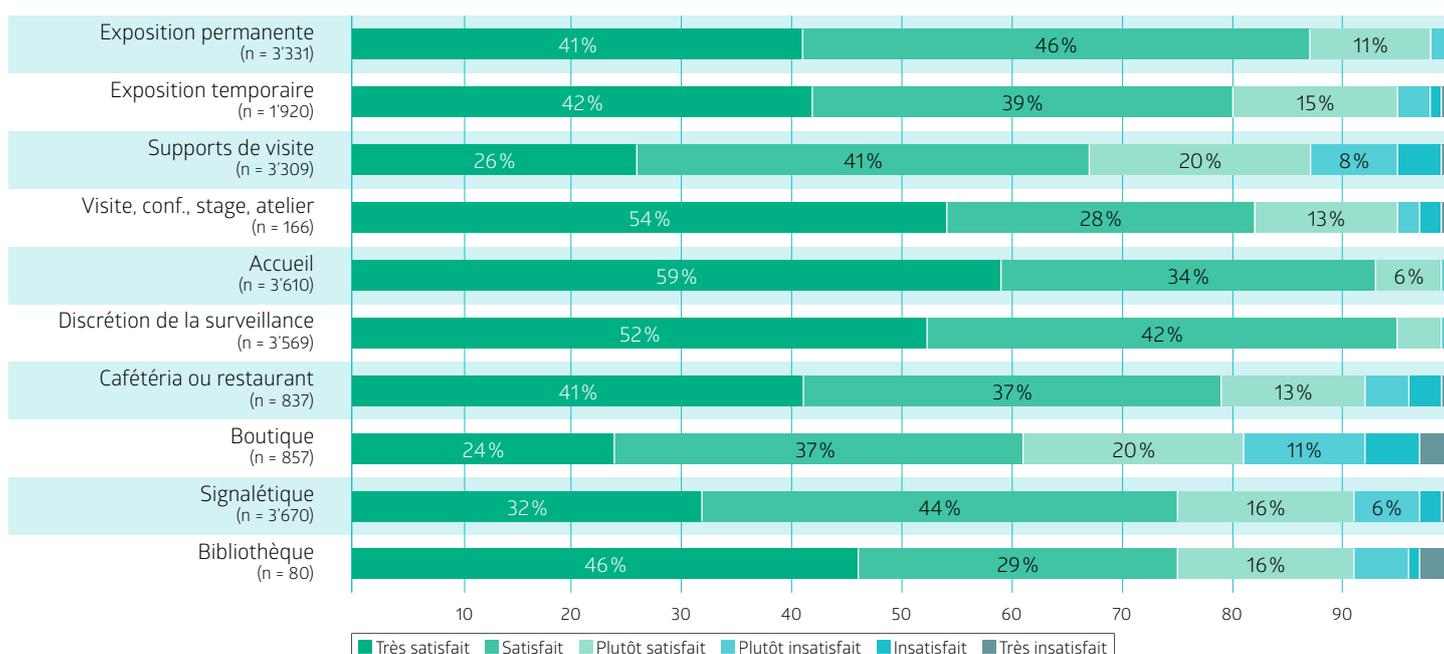
Dans leur ensemble, les musées suscitent un large taux de satisfaction (regroupe les catégories « très » à « plutôt » satisfait) auprès du public interrogé, celui-ci s'élève de 81% à 99% selon les 9 domaines évalués : exposition permanente / exposition temporaire / accueil / visite guidée, conférence, stage,... / support d'aide à la visite / signalétique intérieure / discrétion de la surveillance / boutique / bibliothèque / cafétéria ou restaurant.

Les expositions, tant permanentes que temporaires, sont largement appréciées, il en va de même de l'accueil et de la discrétion de la surveillance, ainsi que des visites, conférences et stages.

Comme en 2014, les domaines qui rencontrent le taux d'insatisfaction (regroupe les catégories « plutôt » à très « insatisfait ») le plus important concernent : la « boutique du musée » (19%), les « supports de visite » (12%), la « cafétéria-restaurant » (8%) et enfin la signalétique (7%). À noter toutefois que les boutiques<sup>14</sup> des musées sont beaucoup mieux notées par nos visiteuses et visiteurs en 2015, en 2014 on comptait 33% de personnes insatisfaites.

### Satisfaction des prestations du musée

(Tous les musées ; n = 4'131 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)<sup>15</sup>



14 Le Musée Ariana, le Musée d'art et d'histoire, le Musée d'ethnographie et le Muséum d'histoire naturelle disposent d'un espace boutique dédié. C'est dans les trois musées suivants, au Musée Rath, au Musée d'art et d'histoire, et dans une moindre mesure à la Maison Tavel, que les visiteurs et visiteuses expriment le plus d'insatisfaction sur la boutique de l'institution : 57% « plutôt » à « très insatisfait » (n = 62) ; 55% (n = 83) et 40% (n = 28) mais les chiffres (n) de répondant-e-s sont petits.

15 Un échantillon plus petit que 25 personnes est enlevé des analyses par musée.

## Évolution 2013-2015: une synthèse

Une observation des données récoltées durant trois années consécutives montre que les grandes tendances observées en 2013 se confirment au fil des ans. Nous présentons ci-dessous une synthèse de ces résultats.

### Musées: évolution 2013-2015

Thèmes	Items	2013 (%)	2014 (%)	2015 (%)
<b>Pays d'habitation</b>	Suisse	42	45	46
	France	22	18	19
<b>Commune d'habitation</b>	Ville de Genève	21	23	24
	Autres communes	14	13	13
	France voisine (Haute-Savoie et Ain)	10	9	8
<b>Classe d'âge</b>	0-9 ans	15	14	15
	10-19 ans	13	12	15
	20-29 ans	15	14	15
	30-39 ans	16	17	18
	40-49 ans	16	17	16
	50-64 ans	15	16	14
	65-79 ans	8	9	7
80+ ans	1	1	1	
<b>Genre</b>	Hommes	45	45	44
	Femmes	55	55	56
<b>Niveau d'études</b>	Uni & HES	74	76	76
	Collège	13	10	13
	Apprentissage	9	11	9
	Obligatoire	4	3	3
<b>Fréquence de visite du musée</b>	1 <sup>re</sup> visite	55	54	58
	1 x mois ou plus	5	3	4
	Quelques fois par an	15	17	19
	1 x an	9	10	8
	Moins 1 x an	15	15	11
<b>Est venu-e seul-e</b>	Oui	20	21	21
<b>Moyen de transport</b>	À pied	33	34	36
	Avec les transports publics	35	33	31
	En voiture	27	28	28
	En vélo	3	3	3
<b>Connaissance du musée</b>	Vit à Genève	15	20	23
	Bouche à oreille	16	18	20
	Passé par hasard	14	15	14
	Autre	13	13	12
	Guide touristique	14	7	9
	Vient parfois	15	8	8
	Presse écrite	4	10	6
	Autres sites web	8	9	11
<b>Satisfaction*</b>	Exposition permanente	83	85	87
	Exposition temporaire	76	85	81
	Supports de visite	64	71	67
	Visite, conférence, stage, atelier**	75	93	82
	Accueil	90	92	93
	Discretion surveillance	96	95	94
	Cafétéria ou restaurant	70	74	78
	Boutique	56	53	61
	Signalétique	76	77	76

\* très satisfait/satisfait

\*\* n petits

Ainsi, sur les données agrégées des musées, les indicateurs sociodémographiques de base issus du **questionnaire R** montrent :

- En termes de pays de résidence, la majorité des personnes habitent en Suisse (entre 42 % et 46 %) <sup>16</sup>, cette proportion croît très légèrement entre 2013 et 2015; le second pays le plus représenté est la France (entre 18 % et 22 %). À un niveau d'analyse plus local, centré sur le Grand Genève, en termes de commune de résidence, les usager-e-s des musées habitent majoritairement en Ville de Genève (entre 21 % et 24 %), ensuite dans le Canton de Genève (dans les communes autres que la Ville de Genève – entre 13 % et 14 %) et enfin en France voisine (Haute-Savoie et Ain – entre 8 % et 10 %).
- On relève une répartition relativement homogène entre les différentes classes d'âge qui caractérisent le public des musées. On compte moins de visiteuses et visiteurs âgé-e-s par rapport aux autres catégories d'âge. Les distributions sont identiques entre 2013, 2014 et 2015.
- Parmi le public des musées, on dénombre davantage de femmes (entre 55 % et 56 %) que d'hommes (entre 44 % et 45 %).

Les indicateurs issus du **questionnaire C** montrent également, à quelques nuances près que nous mettrons en évidence ci-après, des données stables au cours des trois ans de récolte de données.

- Les usager-e-s ont un très haut niveau de formation, les trois-quarts ont terminé des études de degré tertiaire – HES, Université (entre 74 % et 76 %) <sup>17</sup>.
- En termes d'intensité de fréquentation des musées, la proportion de primo-visiteuses et primo-visiteurs est importante puisqu'elle représente plus de la moitié du public (entre 54 % et 58 %). La proportion des usager-e-s régulier-e-s (de plusieurs fois à quelques fois par an) s'élève à plus d'une personne sur cinq au moins (entre 20 % et 23 %). La proportion de primo-visiteurs et de visiteurs réguliers a tendance à croître légèrement entre 2013 et 2015.
- La visite au musée a lieu principalement en compagnie d'autrui, une personne sur cinq vient seul dans les institutions muséales (entre 20 % et 21 %).
- Le mode de transport utilisé par les visiteuses et visiteurs pour venir au musée peut être classé en trois catégories principales : à pied (entre 33 % et 36 %) et en transports publics (entre 31 % et 35 %), suivi de la voiture (entre 27 % et 28 %).

16 On présente ici entre parenthèses toujours la valeur minimum et maximum entre les années 2013, 2014, 2015.

17 À titre indicatif, à Genève, en 2014, 38 % des résidents de 15 ans ou plus sont en possession d'un diplôme délivré par une université ou une haute école.

- En 2015, on mentionne connaître l'existence du musée davantage parce que l'«on vit à Genève» qu'en 2013 (23 % en 2015 contre 15 % en 2013). La mention du «bouche à oreille» progresse aussi, de 16 % en 2013 à 20 % en 2015. En revanche, le fait de connaître le musée grâce à un «guide touristique» diminue de 14 % en 2013 à 5 % en 2015.
- Nous considérons ici le critère de haut degré de satisfaction par rapport aux prestations proposées par les musées, soit les personnes «très satisfaites» et «satisfaites»<sup>18</sup>. Un taux de satisfaction constant entre 2013 et 2015 est relevé quant à l'évaluation de l'accueil, la discrétion de la surveillance, la signalétique. Les fluctuations observées sur les autres thèmes de satisfaction entre 2013 et 2015 ne sont pas statistiquement significatives et peuvent être considérées comme stables. Seule l'appréciation favorable de la cafétéria ou du restaurant des musées augmente entre 2013 et 2015, de 70 % à 78 %.

—  
18 Les personnes qui disent être «plutôt satisfaites» ne sont pas prises en compte dans cette synthèse.

# Bibliothèques

## Bibliothèques municipales - « Nouvelle Cité »

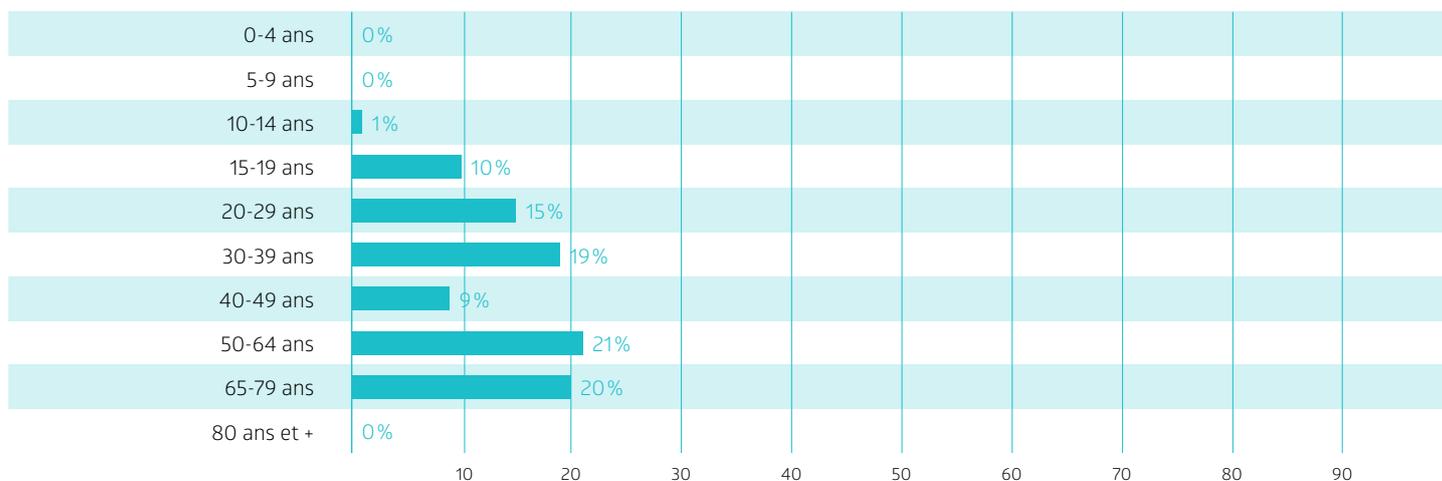
L'enquête a été conduite entre le 1<sup>er</sup> et le 24 septembre 2015<sup>1</sup> avec pour objectif principal de permettre aux usagers d'exprimer leur appréciation du nouvel aménagement de la Bibliothèque de la Cité, qui a inauguré sa réouverture le 9 mai 2015, et de formuler des propositions d'amélioration.

Sur la base d'un questionnaire restreint portant sur la satisfaction générale et les bornes de prêts, 223 personnes ont été interrogées, dont 19 ont refusé de répondre.

### Profil des répondants

Les répondants à l'enquête « Nouvelle Cité » présentent un profil proche de celui des usagers actifs<sup>2</sup> des BM. La proportion de femmes interrogées était de 59%, alors qu'elles représentent 62% des usagers actifs et les classes d'âges des répondants sont bien réparties, avec une légère surreprésentation des personnes de 50 ans et plus (les mineurs ne sont en général pas interrogés lors des enquêtes):

#### Classes d'âge (n = 217)

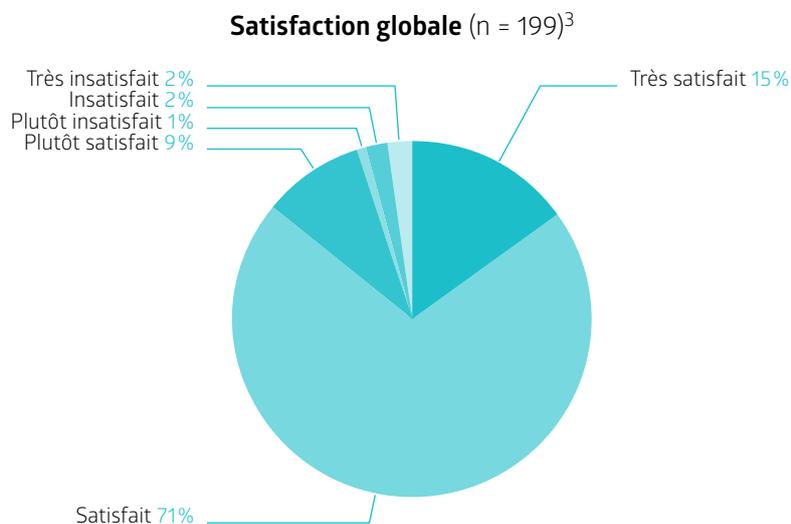


1 Enquête menée par les BM, Florent Dufaux.

2 Pour les comparaisons sociodémographiques, nous nous basons sur les usagers actifs 2014.

## La satisfaction globale

La satisfaction des usagères et usagers de la Cité semble au rendez-vous, puisque 95% des personnes interrogées se déclarent plutôt satisfaites à très satisfaites et seules 5% «plutôt insatisfaites» à «très insatisfaites».



<sup>3</sup> Sur cet échantillon (n = 199) et pour cette proportion de réponses (95-5) l'intervalle de confiance pour est de plus ou moins 4% pour un niveau de confiance à 99%.

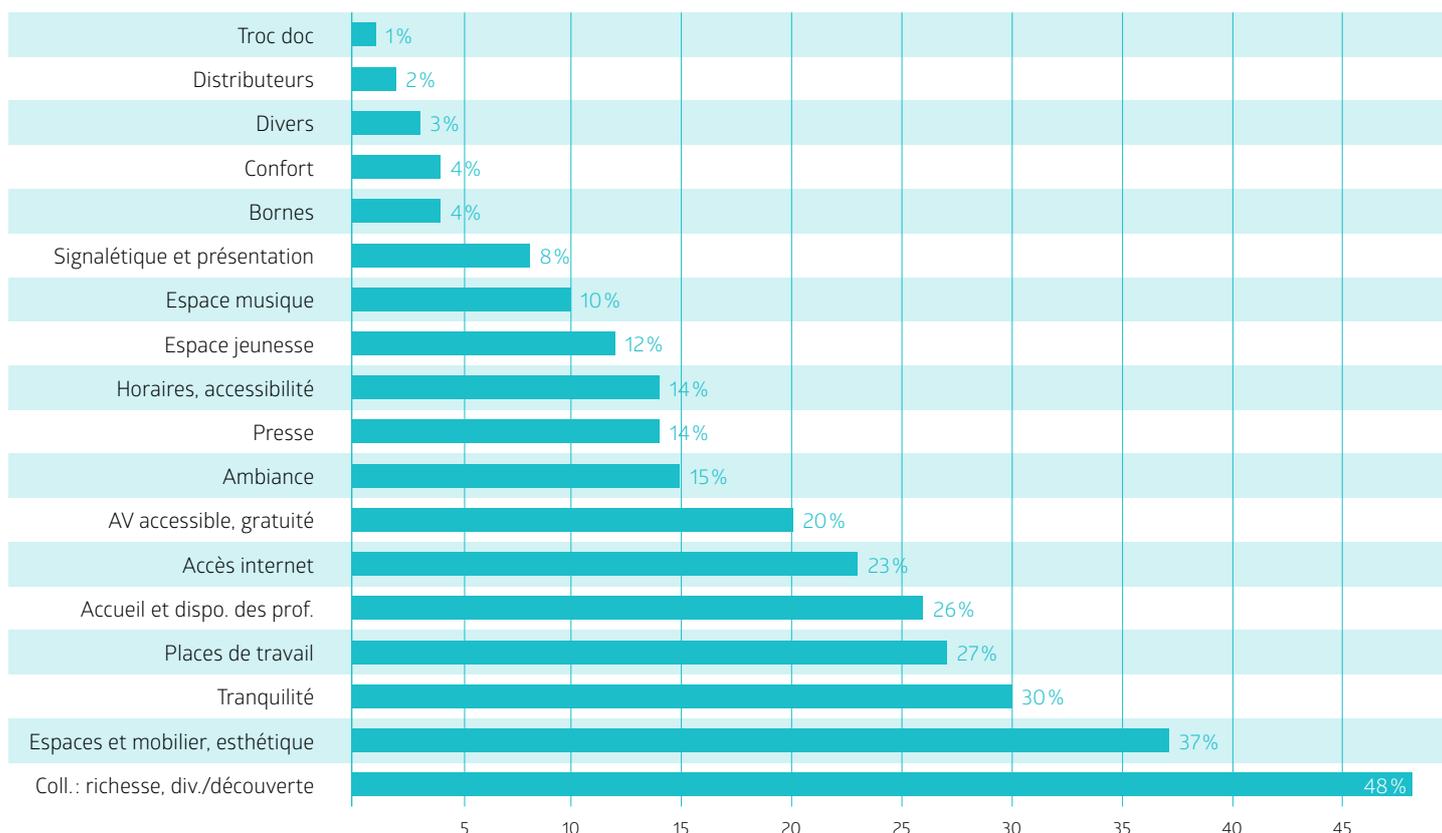
## Quelques remarques des usagers

Afin de connaître les éléments motivant la satisfaction ou l'insatisfaction, chaque personne interrogée pouvait préciser son avis en citant deux éléments qu'elle appréciait particulièrement et deux éléments qu'elle souhaiterait voir améliorer.

Les éléments cités ont été regroupés par thématiques pour déterminer si des tendances pouvaient être dégagées.

Ainsi, 181 personnes ont exprimé des points appréciés, desquels nous avons dégagé 298 éléments regroupés dans les thématiques suivantes :

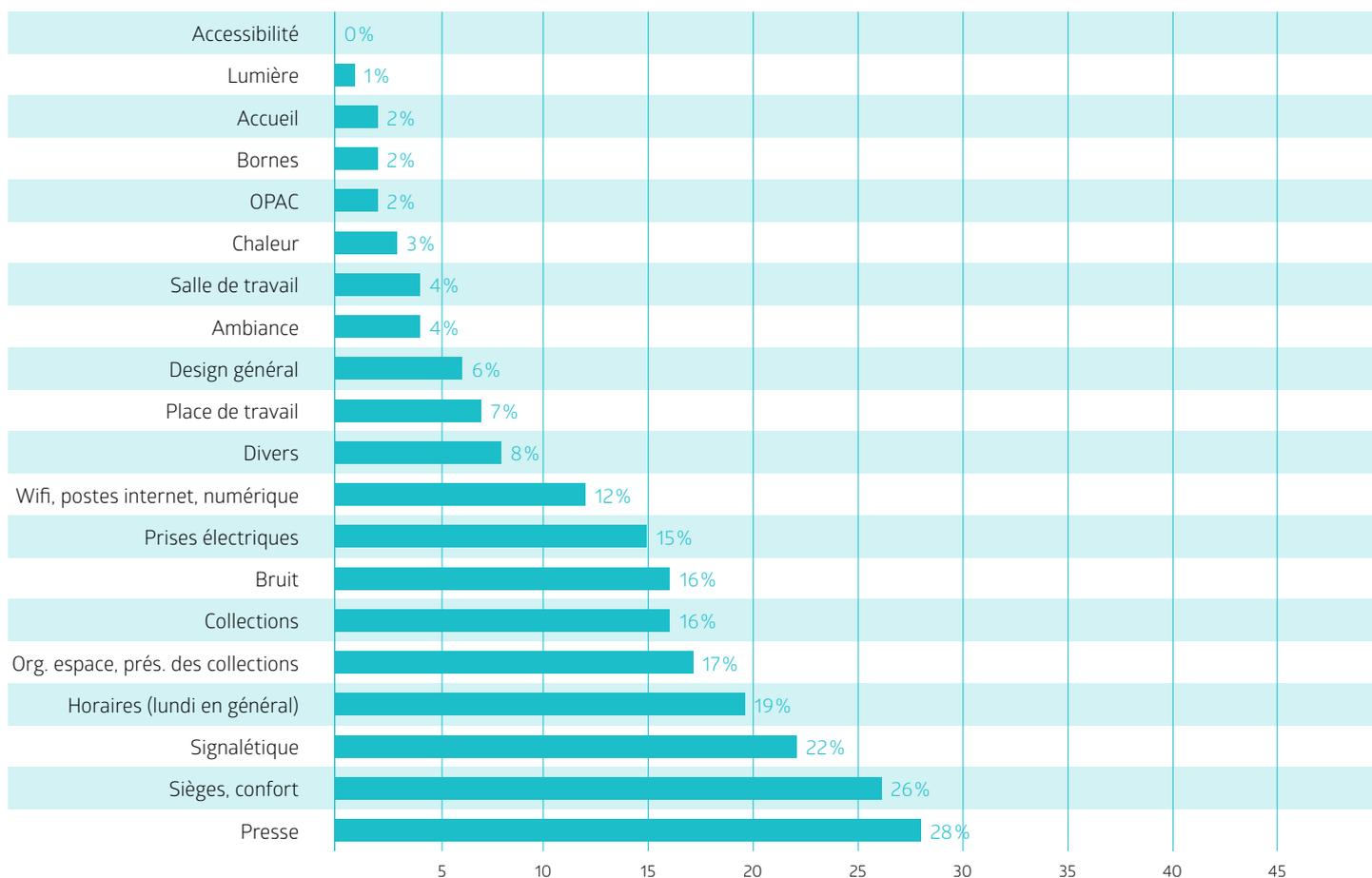
### Éléments par thématique (n = 181)



Relevons qu'après les collections, le nouvel aménagement est particulièrement apprécié, puisqu'il arrive en seconde position et que les places de travail et la tranquillité des lieux sont fréquemment relevés.

En ce qui concerne les points à améliorer, 157 personnes se sont exprimées, d'après lesquels nous avons relevé 210 points, regroupés dans les thématiques suivantes :

### Éléments par thématique (n = 157)

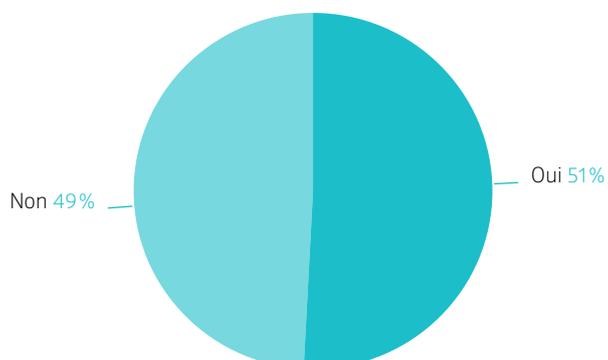


Sans surprise, l'espace presse arrive en première position des point à améliorer, suivi de près par le confort des sièges et la signalétique.

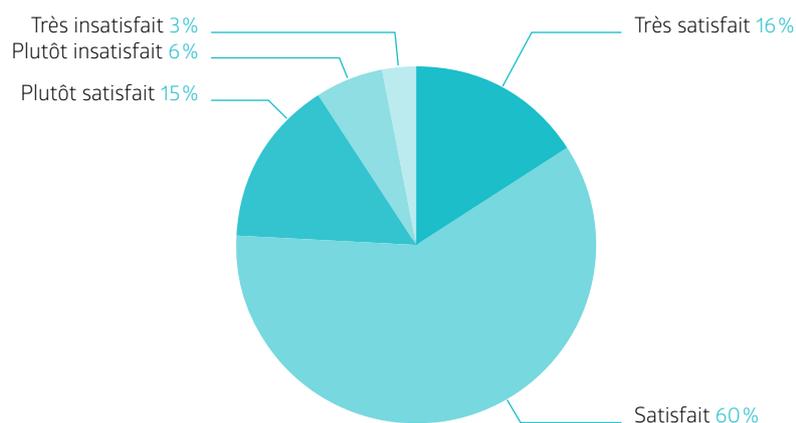
## Bornes de prêt et retour

La moitié des personnes interrogées (51%) qui ont répondu au module concernant les bornes avait déjà utilisé les bornes et se montrait globalement satisfaites de ce service, avec 91% des personnes plutôt à très satisfaites.<sup>4</sup>

### A déjà utilisé les bornes (n = 170)



### Satisfaction (n = 87)



<sup>4</sup> Notons que dans ce cas, avec cet échantillon plus petit, l'intervalle de confiance est de 9% pour un niveau de confiance de 99%.

## La Musicale de la Bibliothèque de Genève

### Contexte

Des partitions de musique de tous genres musicaux et destinées à tous les publics sont au cœur des activités de la Musicale. Elle est l'un des quatre sites de la Bibliothèque de Genève (Bastions, Musée Voltaire, Centre d'iconographie, La Musicale) et possède 50'000 partitions de musique; 8'000 matériels d'exécution pour les orchestres; 60 titres de périodiques musicaux; 5'000 livrets et monographies; un fonds patrimonial de documents en lien avec la vie musicale genevoise (partitions d'opéras et de vaudevilles, affiches et programmes de concerts, etc.).

En menant cette étude<sup>5</sup>, La Musicale a cherché à mieux connaître d'une part le profil des usagères et usagers et d'autre part à obtenir leur avis sur les services proposés.

### Méthodologie

L'enquête a été réalisée entre novembre 2013 et juillet 2014 et les conclusions ont été rendues en 2015. Aussi, entre le 8 novembre 2013 et le 8 juillet 2014, les collaborateurs de la Bibliothèque musicale ont réalisé 157 interviews d'utilisateurs en face-à-face<sup>6</sup>.

Nous présentons ici quelques-uns des résultats de cette étude.

### Fréquentation

Durant la période d'enquête, soit du 8 novembre 2013 au 8 juillet 2014, on dénombre 6'615 visiteurs (statistiques du compteur antivol de l'entrée de la Bibliothèque). On compte jusqu'à près de 80 visiteuses et visiteurs par jour<sup>7</sup>.

### Le profil des utilisateurs

Sur la base des données des cartes de lecteurs « actifs » (personnes ayant emprunté au moins un document durant l'année en cours), le profil socio-démographique de base des usagers (tel que défini dans les enquêtes R) a été dégagé.

En 2012, la Bibliothèque musicale compte 1276 lectrices et lecteurs actifs.

5 Étude menée par l'Institut Satiscan, pour La Musicale, Tullia Guibentif, Patricia Deléamont, Bénédicte Baud.

6 151 répondants ont été très coopératifs (96%), 4 plus ou moins coopératifs et 2 personnes ont refusé.

7 Excepté lors d'événements: deux jours de fréquentation exceptionnelle lors du vernissage de l'exposition « Musigraphies » d'Eric Bauer le jeudi 16 janvier 2014 et de la Fête de la musique le samedi 21 juin, pour lesquelles les d'enquêtes n'ont pas été réalisées, sauf 1 enquête le 16 janvier.

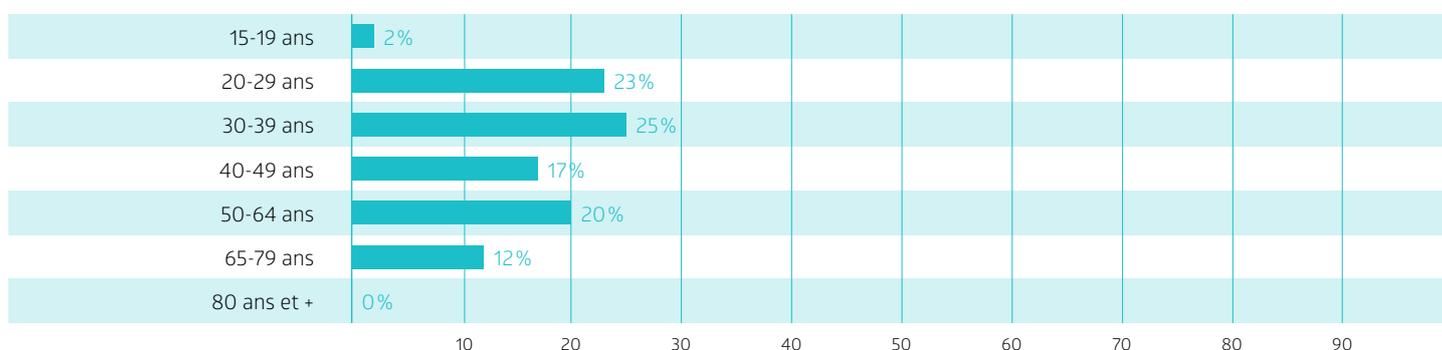
## Genre, âge et région d'habitation

Parmi les 1'276 lectrices et lecteurs actifs de la Bibliothèque musicale en 2012, 56 % sont des femmes.

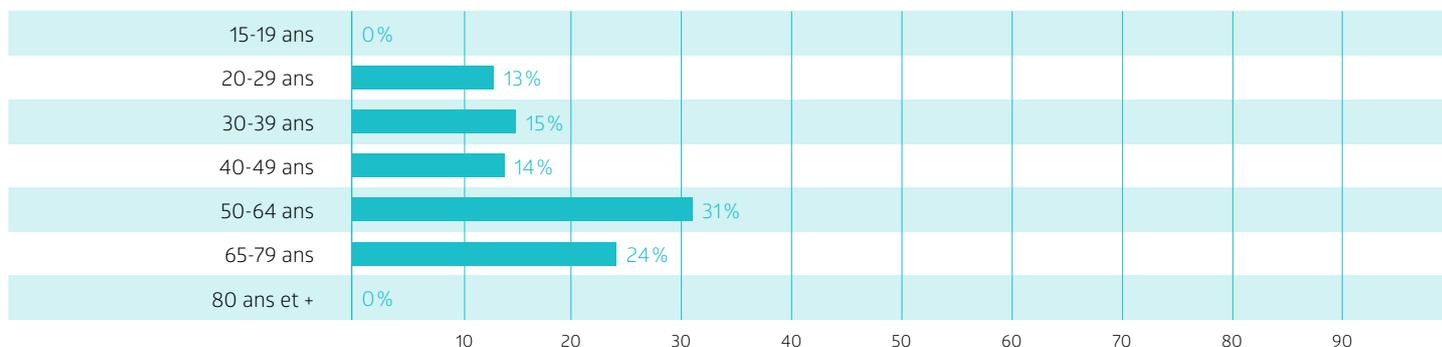
Au sein des 157 personnes qui ont été interrogées pour l'enquête 2013-2014, les femmes représentent 50%.<sup>8</sup>

Parmi les utilisateurs et utilisatrices interrogé-e-s, les 50-79 ans représentent plus de la moitié (55%) de l'échantillon tandis que leur proportion est d'à peine un tiers (32%) parmi les lecteurs actifs. Au contraire, les 20-39 ans ne représentent que 28% des personnes interrogées alors qu'ils sont 48% parmi les lecteurs actifs. Ce résultat pourrait indiquer que les plus jeunes viennent davantage pour emprunter ou rendre des documents mais ne restent pas dans les locaux.

### Âge des lecteurs actifs 2012 (n = 1'034)



### Âge des utilisateurs (n = 150)

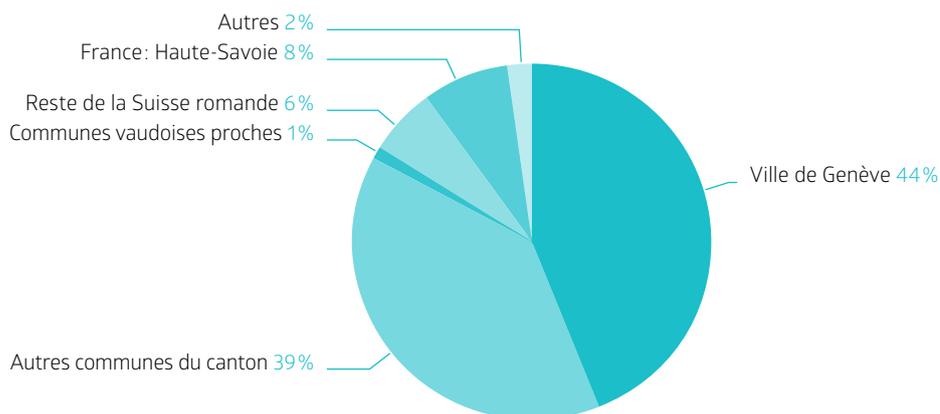


Au sein des lectrices et lecteurs actifs, la proportion de personnes vivant en Suisse est de 91%. Parmi les personnes interrogées, 86 % résident en Suisse, 14 % en France<sup>9</sup>.

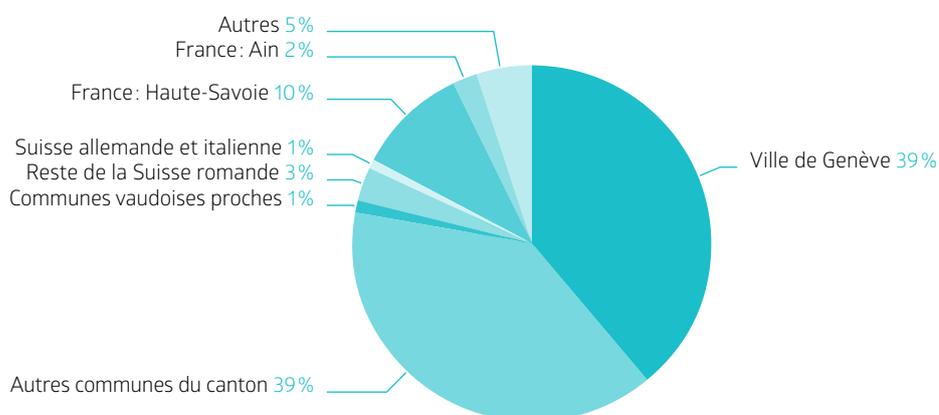
<sup>8</sup> Cette différence n'est pas vraiment significative puisque la marge d'erreur avec un échantillon de 157 personnes est de +/- 7 %.

<sup>9</sup> Cette différence de +5% correspond exactement à la marge d'erreur des résultats de l'enquête.

### Région d'habitation des lecteurs actifs 2012 (n = 1'276)



### Région d'habitation des utilisateurs (n = 157)

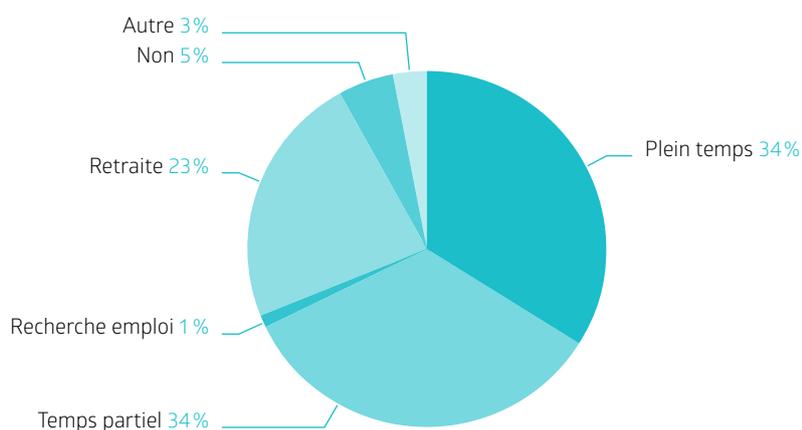


## Formation et activité professionnelle

Plus de 8 utilisateurs et utilisatrices sur 10 ont un niveau de formation universitaire.

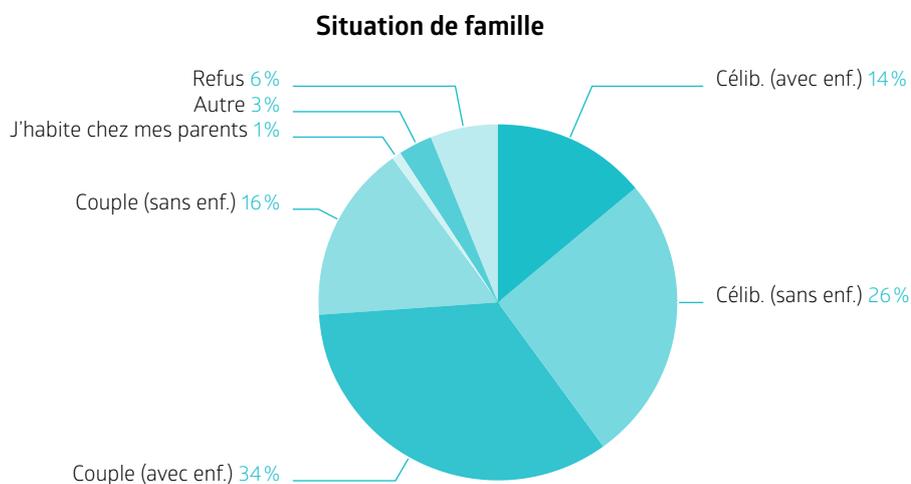
Deux tiers des répondant-e-s exercent une activité professionnelle : à temps plein (34 %) ou à temps partiel (35 %). La présence de retraité-e-s à 23 % est également notable et rappelle la proportion importante de personnes âgées.

### Activité professionnelle (n = 151)



## Situation familiale

Concernant la situation de famille des répondant-e-s, on remarque que toutes les catégories sont représentées. Les plus significatives sont les couples avec enfants (35%) et les célibataires sans enfant (26%).



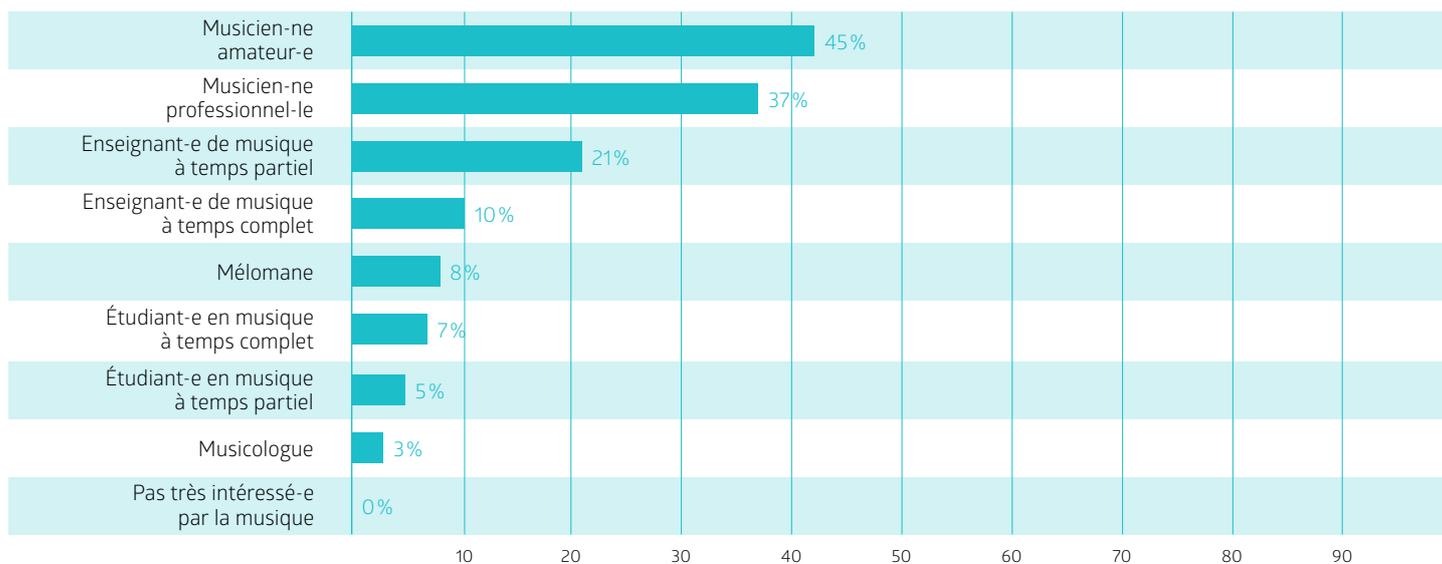
## La musique

Nous évoquons ici le lien avec la musique qu'entretiennent les personnes interrogées à la Bibliothèque musicale. On observe la forte présence de musiciens amateurs (46%) et professionnels (37%). Les enseignants de musique sont également représentés mais en moins grande proportion (21%).<sup>10</sup>

98% des répondant-e-s ont des connaissances (complètes ou partielles) de solfège.

<sup>10</sup> Contrairement aux discothèques et aux bibliothèques, la proportion de mélomanes y est relativement faible (8%).

## Activités musicales

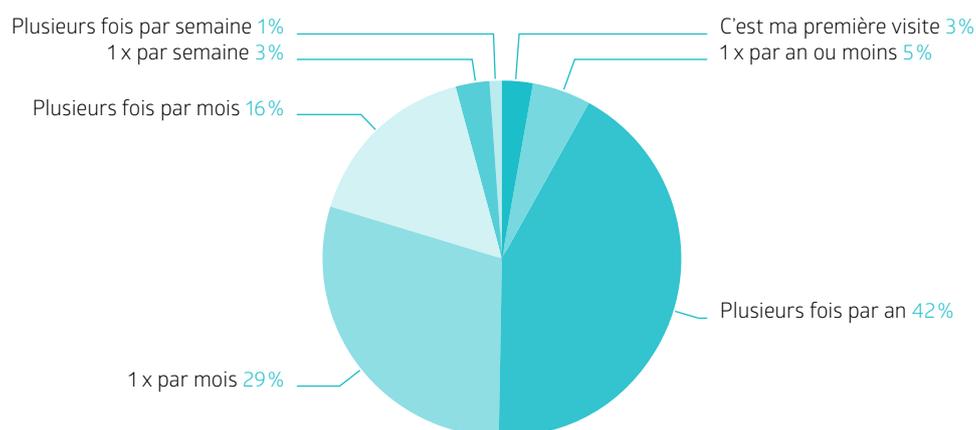


Le rapport complet renseigne notamment sur les genres musicaux de prédilection, les instruments de musique joués, les heures hebdomadaires consacrées à la musique, la pratique de la musique.

## La fréquentation et les motifs de la visite

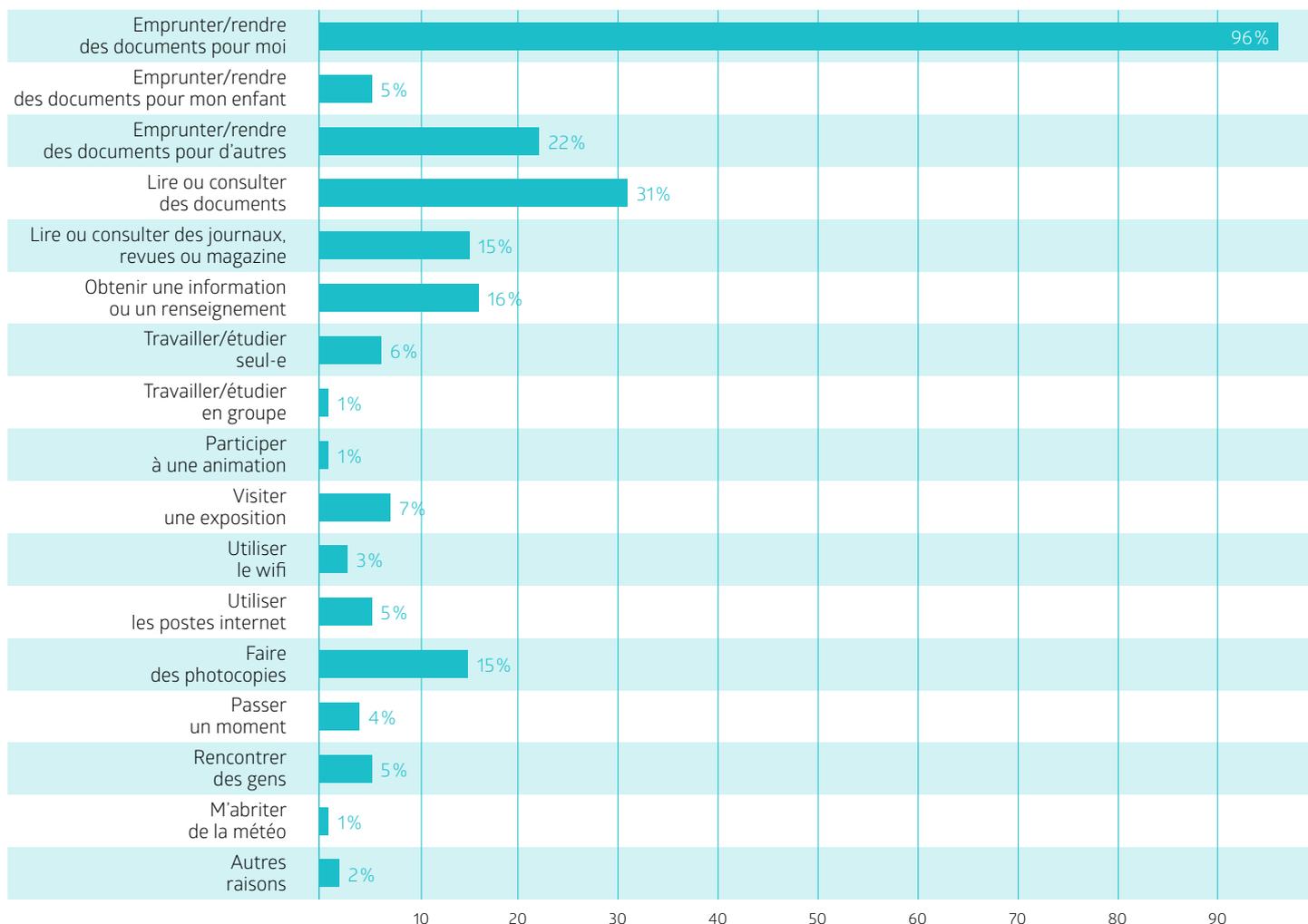
La Bibliothèque musicale est un lieu connu et habituel pour un grand nombre de répondant-e-s : en effet, 49% y vont au moins une fois par mois.

### Fréquence de visite à la Bibliothèque musicale (n = 152)



Au sujet des motifs de visite de la bibliothèque musicale, on constate que dans 96 % des cas, les personnes sont venues emprunter ou rendre des documents qu'elles avaient empruntés. Comme dans toute bibliothèque, le public vient aussi lire ou consulter des documents sur place (31%) et rendre ou emprunter des documents pour d'autres. On constate également qu'une faible proportion de personne fréquente La Musicale pour étudier ou travailler (7%).

### Motifs de visite

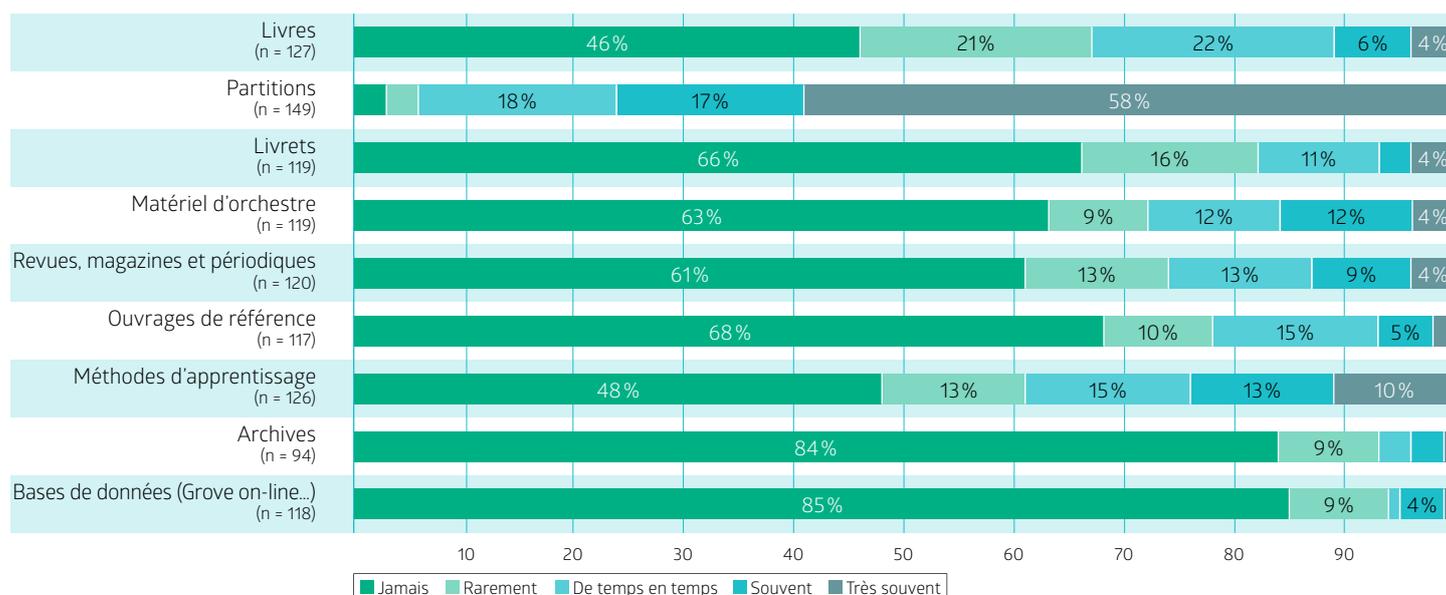


Au sujet de la fréquentation d'autres bibliothèques pour des besoins musicaux par le public de la Bibliothèque musicale, on note que 64 % des répondants vont également dans les discothèques de la Ville de Genève (en 2015, les discothèques municipales ont été transférées à la Bibliothèque de la Cité, Espace Musique). Cela en fait le deuxième lieu privilégié par les amateurs de musique. On trouve ensuite la Bibliothèque du Conservatoire de Genève, citée dans 51 % des cas et la Bibliothèque de Genève (31%). Les bibliothèques des Conservatoires d'autres villes (Lausanne, Neuchâtel, Fribourg) sont également citées.

## Les ressources de la Musicale

Concernant les ressources utilisées à la Bibliothèque musicale, la figure ci-dessous montre très clairement que les utilisateurs cherchent le plus souvent des partitions : 58% disent en utiliser très souvent. Les méthodes d'apprentissage viennent en deuxième position. À noter que 12% des répondants utilisent très souvent le matériel d'orchestre. À l'inverse, très peu de personnes consultent les archives et les bases de données de la bibliothèque (85% ne le font jamais).

### Ressources utilisées à la Bibliothèque musicale



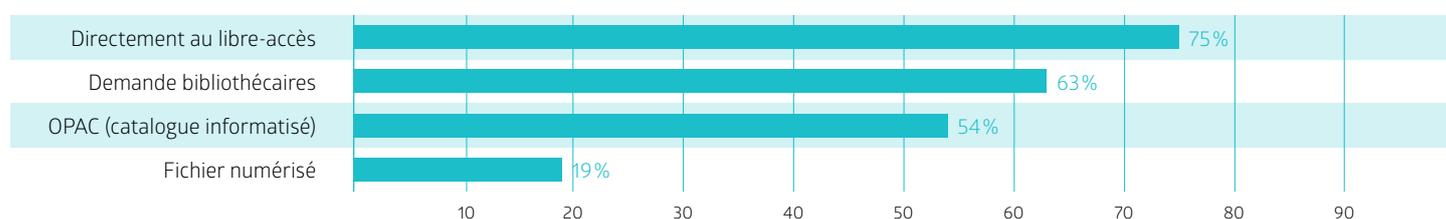
La satisfaction des utilisateurs par rapport à l'offre documentaire proposée est très élevée, elle est de 97% (72% « oui » et 25% « plutôt oui »).

Les principales raisons données par les répondant-e-s sont les suivantes :

- Excellente offre documentaire, riche et variée.
- Possibilité de commander des ouvrages et des partitions
- Bonne aide de la part des bibliothécaires
- On trouve souvent ce que l'on cherche

Parmi les outils de recherche d'information proposés par la Bibliothèque musicale, on observe que les quatre propositions sont toutes citées par les répondant-e-s ; les répondant-e-s utilisent principalement le libre-accès (75%) mais sollicitent aussi les bibliothécaires (63%) ; l'utilisation du fichier numérisé reste moins fréquente, seuls 19% des répondants disent l'utiliser (ceci peut s'expliquer par le fait qu'il était obsolète au moment de l'enquête).

### Moyens de recherche d'information (n = 153)



## Améliorations

Les principaux souhaits d'amélioration concernent l'accès à la Bibliothèque Musicale, les animations, et les conditions de consultation.

### Améliorations souhaitées



La question des horaires a été abordée dans l'enquête, notamment au moyen d'une grille ouverte couvrant toute la semaine où les participants pouvaient indiquer les plages où ils souhaitaient voir la bibliothèque ouverte: les plus souvent mentionnées correspondent aux plages d'ouverture actuelles de la Bibliothèque, soit du mardi au vendredi l'après-midi.

Viennent ensuite, dans l'ordre:

1. ouverture le lundi après-midi (n = 59);
2. ouverture le samedi après-midi (n = 53);
3. ouverture le samedi matin (n = 50);
4. ouverture le matin et/ou à midi (n = 38 à 45);
5. ouverture le soir (n = 30 à 38).

Deux souhaits ressortent très clairement des commentaires libres (plus de la moitié des commentaires à eux deux):

- Des horaires réguliers (les utilisateurs évoquent la difficulté de retenir les horaires et la frustration de se trouver devant une porte close)
- Ouverture jusqu'à 19h (les utilisateurs évoquent leur horaire professionnel)

### Nombre de cases cochées par plage horaire proposée

Jour	Matin (avant 12h)	Midi (12-14h)	Après-midi (14-18h)	Soir (après 18h)
Lundi	42	38	59	30
Mardi	39	41	64	35
Mercredi	39	38	71	34
Jeudi	44	45	70	37
Vendredi	40	41	64	38
Samedi	50	41	53	21
Dimanche	14	13	20	10

■ Plage cochée 50 fois et + ■ Ouvertures actuelles

## Synthèse

- Le public de la Bibliothèque musicale de Genève est composé en grande majorité de personnes résidant en Ville de Genève ou dans d'autres communes du canton.
- Les usagères et usagers sont pour la plupart musiciens amateurs ou professionnels, ils ont par conséquent un lien fort avec la musique.
- La Musicale est une destination connue et habituelle pour la plupart des personnes interrogées, la moitié s'y rend au moins une fois par mois.
- Les utilisateurs apprécient à la quasi-unanimité l'offre documentaire de la Bibliothèque; parmi les ressources de la Musicale, ils utilisent tout particulièrement le prêt de partitions et aussi, dans une moindre mesure, le prêt de méthodes d'apprentissage.
- Les répondant-e-s souhaiteraient voir améliorer l'accès à la bibliothèque, les animations ainsi que les conditions de consultation.

# Sport

## Les chiffres de fréquentation 2015

En 2015, la fréquentation des installations sportives considérées ici, à savoir les piscine et patinoire des Vernets et la piscine de Varembe, s'est élevée à 822'001 entrées.

La patinoire a compté plus de 100'000 entrées (n = 108'670), et les 2 piscines, Vernets et Varembe, plus de 700'000 entrées (n = 713'331).

### Fréquentation (entrées) par installation sportive

Installations sportives	Fréquentation 2015 (entrées)
Patinoire Vernets	108'670
Piscine Vernets	366'986
Total Vernets	475'656
Piscine Varembe	346'345
<b>Total</b>	<b>822'001</b>

On dénombre 117 abonnements<sup>1</sup> vendus pour l'accès à la patinoire et 17'006 abonnements pour l'accès aux piscines.

### Abonnement par installation sportive

Total abonnements <b>patinoire</b> (Vernets)	117
Total abonnements <b>piscine</b> (Vernets et Varembe)	17'006

<sup>1</sup> Les abonnements des piscines et des patinoires sont proposés pour des périodes d'un mois, de trois mois, de 6 mois et d'une année. Le mois s'entend à 30 jours.

## Les enquêtes

### Méthodologie

En 2015, les enquêtes R (genre, lieu d'habitation, âge) ont été systématisées dès le 1<sup>er</sup> janvier sur le site des Vernets (piscine et patinoire) et le site de la piscine de Varembeé. Plus de 55'000 personnes ont été interrogées (n = 57'198) tout au long de l'année.

Les personnes se présentant au guichet pour acheter une entrée individuelle ou un abonnement sont interrogées pour l'enquête R ou R groupe. Toutefois, en 2015, pour cette première approche sur le terrain, il n'a pas été fait de distinction à la saisie entre ces deux types d'entrée, individuelle et abonnement. Dans les analyses qui suivent, il faut donc garder en mémoire que les usagers détenteurs d'un abonnement sont sous-estimés par rapport au reste des usagers individuels (étant donné que les premiers ne sont considérés qu'une fois dans les statistiques). Les données des années à venir devraient permettre d'aller plus loin dans l'analyse des premières tendances énoncées ci-après et de vérifier ces résultats.

#### Répartition des enquêtes R et R groupe par site

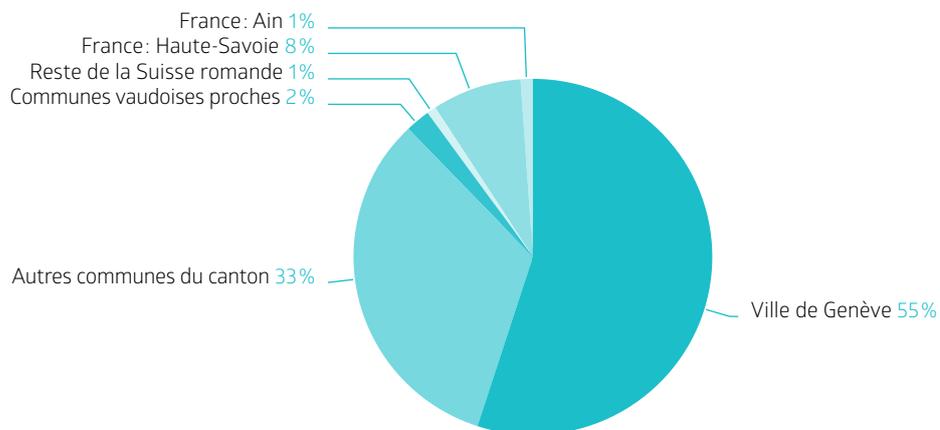
	R (%)	(n)	R groupe (%)	(n)	Total (%)	(n)
Patinoire Vernets	17%	1'595	83%	8'021	100%	9'616
Piscine Vernets	68%	16'942	32%	7'857	100%	24'799
Piscine Varembeé	61%	13'176	39%	8'386	100%	21'562
<b>Total</b>						<b>57'198</b>

## Les enquêtes - R

### D'où viennent nos visiteurs et visiteuses ?

Si l'on considère ici les données agrégées, on observe que plus de la moitié (55%) des usagères et usagers interrogé-e-s des deux centres sportifs, Vernets et Varembé, habite sur le territoire de la Ville de Genève et un tiers (33%) réside dans les autres communes du Canton. 12% des personnes résident dans la région, hors du canton<sup>2</sup>.

#### Commune d'habitation (n = 53'303)



<sup>2</sup> Les analyses sur les données abonnements du Rapport annuel 2014 présentent exactement les mêmes tendances quant au lieu de résidence des usagères et usagers.

## Qui sont nos visiteuses et visiteurs ?

### Sept ou septante-sept ans ?

Le public des installations sportives est jeune, si l'on considère les données agrégées des 2 sites Vernets et Varembeé, on perçoit que 42% des usagers ont moins de 20 ans et seul 3% ont 65 ans et plus. Des analyses détaillées mettront en évidence ci-après des écarts selon les lieux et les équipements.

#### Classes d'âge (Vernets et Varembeé; n = 56'367)

0-9 ans	21%
10-19 ans	21%
20-29 ans	13%
30-39 ans	16%
40-49 ans	16%
50-64 ans	9%
65-79 ans	3%
80 ans et +	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### Hommes ou femmes ?

Au niveau des données agrégées des deux installations sportives considérées ici, on note que le public se compose à part égale de femmes et d'hommes.

#### Genre (Vernets et Varembeé; n = 36'694)<sup>3</sup>

Hommes	49%
Femmes	51%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

<sup>3</sup> Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 36%, N = 20'504, ce taux provient principalement des formulaires R groupe, pour lequel le genre n'est pas renseigné pour les enfants qui composent le groupe.

## Site des Vernets – les publics de la patinoire et de la piscine

En préambule, rappelons que la piscine accueille le public toute l'année alors que l'installation sportive de la patinoire est ouverte durant le semestre hivernal uniquement, chaque année du mois d'octobre au mois de mars.

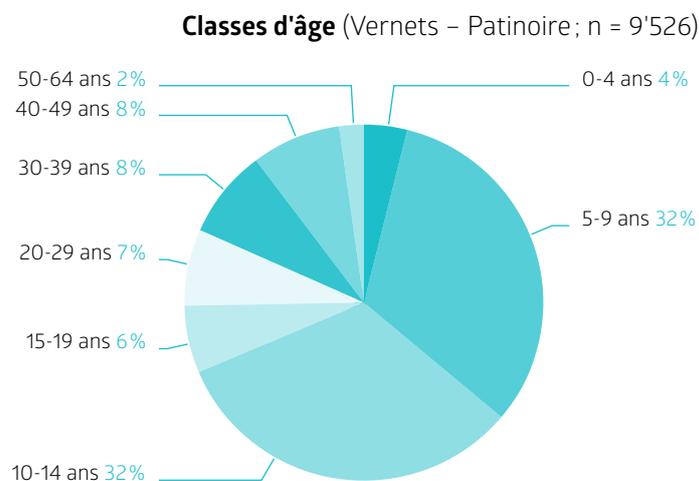
Aussi en 2015, parmi les visiteuses et visiteurs interrogés au moyen du questionnaire R, 72 % se sont rendus à la piscine et 28 % à la patinoire.

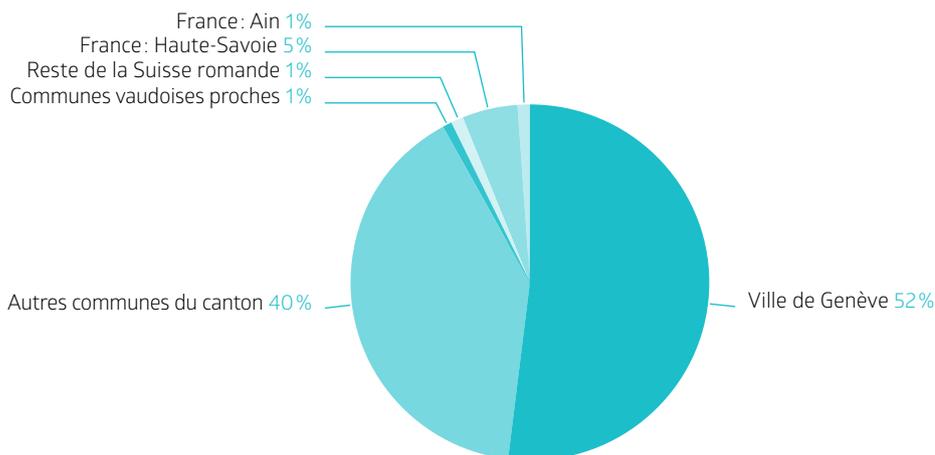
### Patinoire

Il faut relever que la patinoire est plus largement fréquentée par des usagères et usagers qui viennent en groupe, et plus particulièrement ici des groupes d'enfants (cf. graphique ci-dessus).

Le public de la patinoire est jeune, les trois-quarts ont moins de 20 ans (74 %).

8 % habitent hors du Canton de Genève. Et parmi les résident-e-s du Canton, qui constituent la très large majorité du public (92 %), on dénombre un pourcentage supérieur d'habitant-e-s de la commune de Genève (52 %) comparativement aux habitant-e-s des autres communes (40 %).



**Commune d'habitation** (Vernets – Patinoire; n = 9'407)<sup>4</sup>**Genre** (Vernets – Patinoire; n = 3'067)

Hommes	45%
Femmes	55%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Piscine**

La piscine est quant à elle fréquentée à part égale par les femmes et les hommes (49 % et 51%).

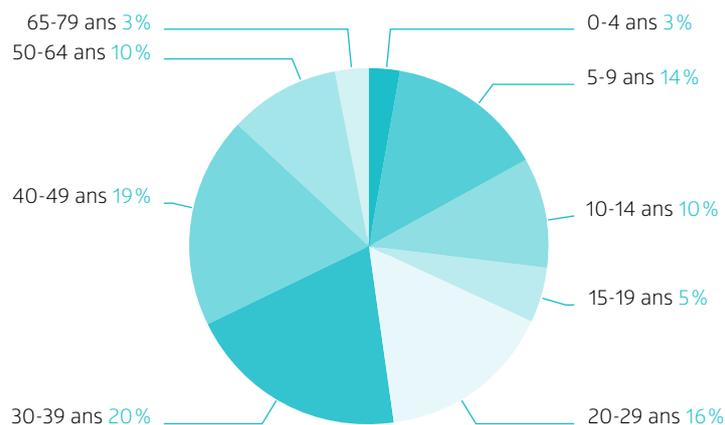
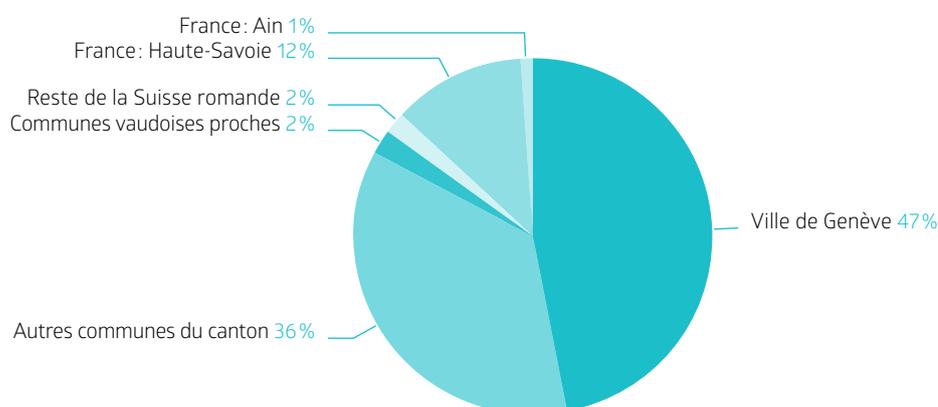
Un tiers des personnes a moins de 20 ans (32%); on observe aussi que la répartition entre les différentes classes d'âge - de dix ans - est homogène, entre 15% et 20%, elle diminue pour les 50-64 ans (10%) et est seulement de 3% pour les personnes ayant dépassé l'âge de l'AVS.

17% des usagères et usagers résident hors de la Ville et du canton de Genève, essentiellement dans le Grand Genève, et plus particulièrement en Haute-Savoie (12%). Parmi l'immense majorité des usagers qui, rappelons-le, à hauteur de 83% habitent dans tout le canton de Genève, 47% habitent en Ville et 36% dans le reste du Canton.

**Genre** (Vernets – Piscine; n = 18'577)

Hommes	51%
Femmes	49%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

<sup>4</sup> Dans nos données, on note un taux supérieur de femmes parmi les usagers de la patinoire (55% contre 45% d'hommes). On l'a vu plus haut, concernant le genre, on compte un fort taux de non-réponses sur cette variable, lié au taux élevé de groupes d'enfants qui fréquentent la patinoire. Dans le dispositif d'enquête, pour les R groupe, on est renseigné sur la catégorie d'âge et la provenance géographique, mais pas sur le genre des enfants qui composent le groupe. On peut supposer que cette différence entre hommes et femmes est liée au taux d'accompagnantes des groupes d'enfants (ou de jeunes).

**Classes d'âge** (Vernets – Piscine ; n = 24'522)**Commune d'habitation** (Vernets – Piscine ; n = 24'542)**Focus sur les piscines – Vernets et Varembé**

Il nous semble intéressant de comparer maintenant les deux piscines, celle des Vernets et celle de Varembé, afin de voir si elles présentent ou non le même profil d'usagers.

En termes de genre, on relève que le public compte un taux légèrement supérieur de femmes à Varembé, avec des taux respectivement de 53% pour Varembé et 49% pour les Vernets.

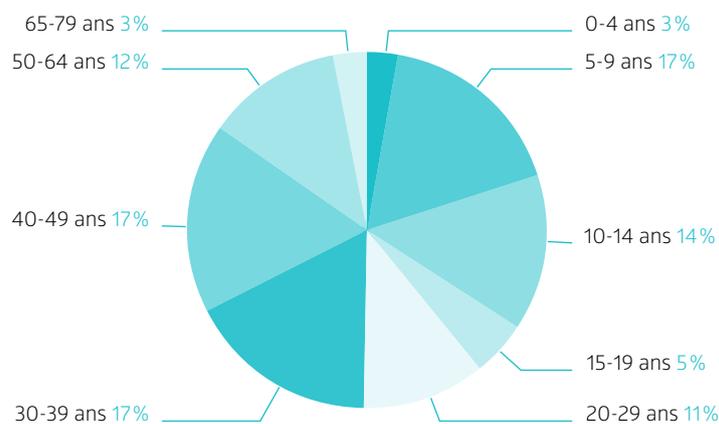
À Varembé toujours, le profil des usagers est un peu plus jeune, on compte 39% de moins de 20 ans contre 32% aux Vernets.

Enfin, la piscine de Varembé accueille davantage un public de proximité que les Vernets : aussi 92% des usagères et usagers de Varembé résident en Ville ou dans le canton de Genève contre un taux de 83% aux Vernets. À Varembé encore, 68% habitent sur la commune de la Ville de Genève contre seulement 47% à la piscine des Vernets.

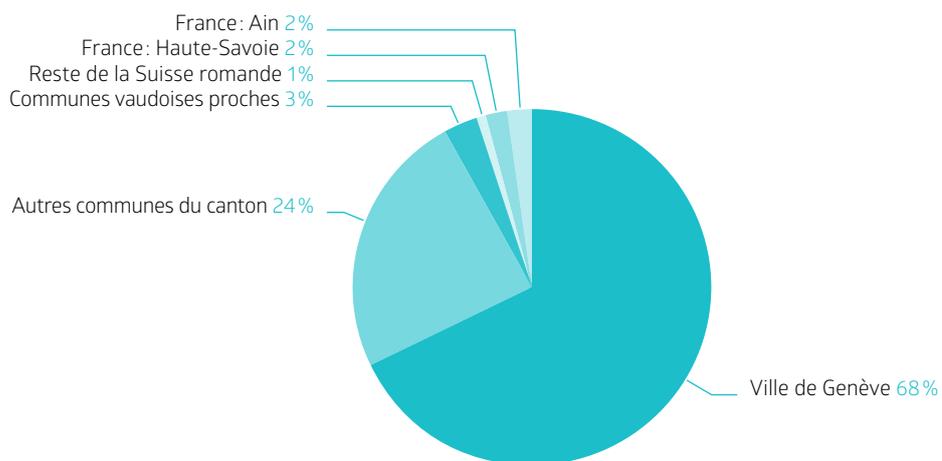
**Genre** (Varembé – Piscine; n = 14'558)

Hommes	47%
Femmes	53%
<b>Total valide</b>	<b>100%</b>

**Classes d'âge** (Varembé – Piscine; n = 21'232)



**Commune d'habitation** (Varembé – Piscine; n = 18'343)



# Manifestations

## Journées européennes des métiers d'art 2015

La présente enquête s'inscrit également dans le projet « Connaissance des publics », lequel s'intéresse pour la première fois en 2015 à une manifestation organisée par le Département de la culture et du sport (DCS). Pour leur 4<sup>e</sup> édition, les Journées européennes des métiers d'art (JEMA) se sont déroulées du vendredi 27 au dimanche 29 mars 2015. Chaque printemps depuis 2012, la manifestation gratuite invite à partir à la rencontre d'artisans : céramistes, marqueteurs, doreurs, luthiers, souffleurs de verre, dentelliers, restaurateurs de tableaux... Elle propose de découvrir les coulisses de l'opéra, de musées ou de salles de spectacles, des rencontres avec la relève dans les centres de formation et dans les ateliers des secrets de savoir-faire d'exception, tant par le biais de visites sur inscription que de visites libres.

Pour se faire une première idée du public des JEMA et esquisser le profil du visiteur, l'enquête<sup>1</sup> s'est centrée cette année uniquement les personnes inscrites à une visite d'atelier (et non visite libre). La fréquentation totale estimée de la manifestation s'élève à 4166 visiteurs, dont 1090 inscrits à un atelier.

## Méthodologie

Afin de connaître les caractéristiques sociodémographiques des publics des JEMA, le même questionnaire restreint (questionnaire R) que celui mis en place pour les enquêtes au sein des institutions du DCS a été utilisé. Dans les différents ateliers pour lesquels une inscription était obligatoire (14 en tout), les participant-e-s ont été invités à communiquer à la personne chargée des inscriptions :

- leur année de naissance ;
- leur genre ;
- leur code postal (NPA)

Le fichier recense toutes les inscriptions jusqu'au jeudi 26 mars, soit deux jours avant la fermeture officielle des inscriptions. Le nombre de réponse se monte à 1'090, chiffre suffisamment élevé pour pouvoir exploiter les données de manière fiable.

1 Enquête menée par le SPC (Service de la promotion culturelle), Léon Aubert, sociologue Bachelor.

## Résultats

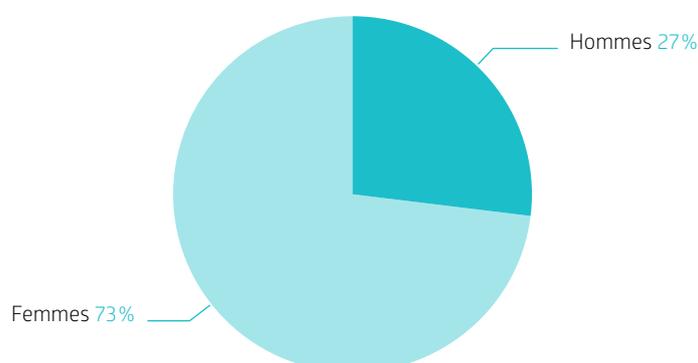
Le public des JEMA est majoritairement féminin à l'instar de celui des musées. Sur l'ensemble des inscrits, le taux de participation des femmes monte à 73% contre 27% pour les hommes.

Concernant les classes d'âges, les 40-64 ans représentent 40% de la totalité du public. Au vu du pourcentage correspondant aux 0-14 ans (17%), nous pourrions conclure à une présence marquée des familles à l'événement.

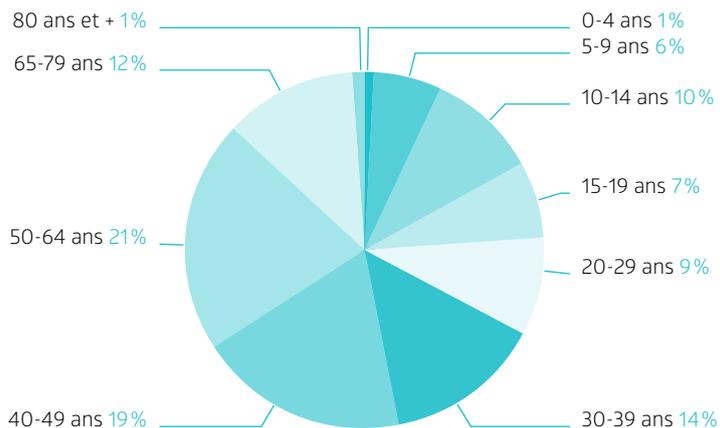
Au regard des données sur le lieu de résidence, c'est la commune de la Ville de Genève qui est majoritaire, elle regroupe 40% du public inscrit. Elle est suivie des autres communes du Canton (33%) dont les trois communes les plus représentées sont Carouge, Thônex et Onex. Le public de France voisine (Haute-Savoie et Ain) représente 18% de la totalité des visiteurs.

Durant l'édition 2015 des JEMA, les visites pour lesquelles l'inscription est obligatoire se déroulent dans trois types de lieux différents: dans les musées (Muséum d'histoire naturelle, Musée d'ethnographie et le Centre d'iconographie de la BGE), dans les théâtres (Grand Théâtre, La Comédie, Théâtre de Saint-Gervais, Théâtre de Carouge, Théâtre Am Stram Gram et Théâtre de Poche), et dans les ateliers des différents artisans (5 en tout). Leur capacité d'accueil étant largement plus étendue que celle des autres lieux, les théâtres regroupent 54% des visiteurs. Notons encore que les lieux où la présence du public féminin est la plus forte sont les ateliers des artisans, son score se monte à 80%.

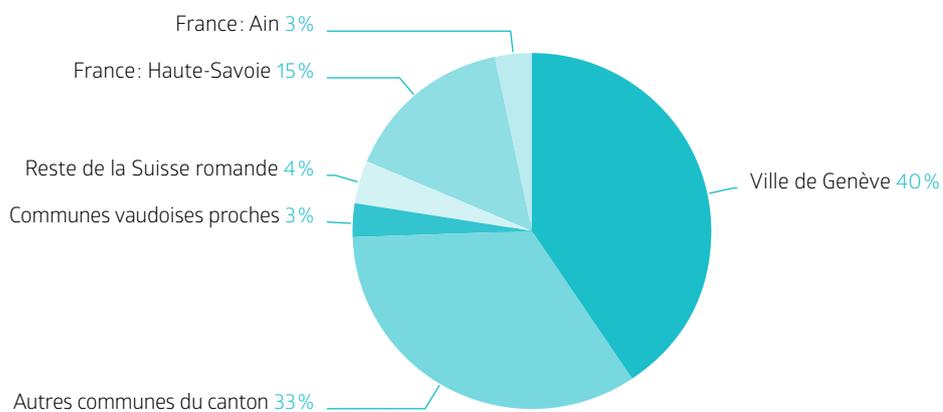
Genre du répondant (n = 1090)



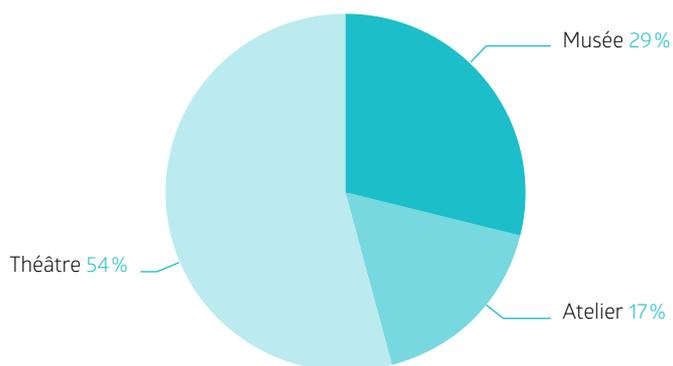
**Classes d'âge (n = 903)**



**Lieu d'habitation (n = 922)**



**Type de lieu visité (n = 1090)**



## Connaître le public du Victoria Hall de Genève pendant la Fête de la musique en comparaison avec celui des Concerts du Dimanche

Cette recherche<sup>2</sup> est la première phase d'un projet qui a comme objectif de mieux connaître les spectateurs et de mieux comprendre les usages autour de la musique à Genève. Pour cette première étape du projet, nous avons choisi de nous concentrer sur un genre musical en particulier, la musique classique et sur un lieu et une manifestation emblématiques: le Victoria Hall pendant la Fête de la musique. Deux moments distincts ont été choisis, permettant ainsi une comparaison: la Fête de la musique (FM), événement musical sur trois jours, et les Concerts du Dimanche (CdD) série de concerts durant l'année, orientés spécifiquement sur la musique classique.

La FM est un événement central de la vie culturelle genevoise. Elle a lieu chaque année sur trois jours (sur le week-end le plus proche du solstice d'été). La programmation 2015 comprenait plus de 500 concerts, 36 scènes et une grande variété de genres musicaux (jazz, rock, classique, électro, hip-hop, etc.).

Les CdD sont des concerts de musique classique organisés par le Service culturel au Victoria Hall. Chaque saison s'étend d'octobre à mai et propose huit concerts

Le Victoria Hall est un lieu particulier dans le paysage culturel genevois. Il s'agit d'une salle construite dans un style «Beaux-Arts» à la fin du 19<sup>e</sup> siècle. Elle est l'une des salles les plus prestigieuses de Genève. Si pendant la FM, seule de la musique classique y est jouée, d'autres genres musicaux y sont représentés durant l'année.

### Méthodologie

Les données ont été récoltées en 2015, entre mars et juin, lors de trois CdD et des douze concerts de la FM ayant lieu au Victoria Hall (ci-après VH), au moyen de questionnaires auto-administrés.

En tout, 2'597 réponses valides ont été récoltées (269 pour les CdD et 2'328 pour la FM 2015, cf. tableau 1 et 2).

**Tableau 1: récolte de données Concerts du Dimanche, printemps 2015**

Réponses	Programme	Nombre de questionnaires récoltés
29.03	Xavier Dayer	86
19.04	OSR et OCG	87
10.05	OSG	96
<b>Total</b>		<b>269</b>

<sup>2</sup> Cette recherche a été menée à la demande du Service culturel (SEC) du Département de la culture et du sport de la Ville de Genève. Elle a été menée au sein du Service de la promotion culturelle (SPC) par Loïc Riom, en collaboration avec Léon Aubert, sous la supervision de Miriam Odoni, sociologue.

**Tableau 2 : récolte de données au Victoria Hall pendant la Fête de la Musique 2015**

<b>Concert</b>	<b>Nombre de questionnaires récoltés</b>
Orchestre de la Suisse romande	261
Arte Musica et classes du CPMDT	172
Chorales de l'enseignement primaire	117
Orchestre Symphonique genevois	214
Orchestre des Trois-Chêne	277
Orchestre des Nations-Unies	238
Orchestre de Lancy-Genève	116
Arcus-Caeli	121
Cercle J-S Bach	191
Récitals d'orgue	152
Ensemble Orphée	166
Chœur de Pontverre et Chœur des Collèges	253
N/A	18
Reçu par la poste	32
<b>Total valide</b>	<b>2'328</b>

## Résultats

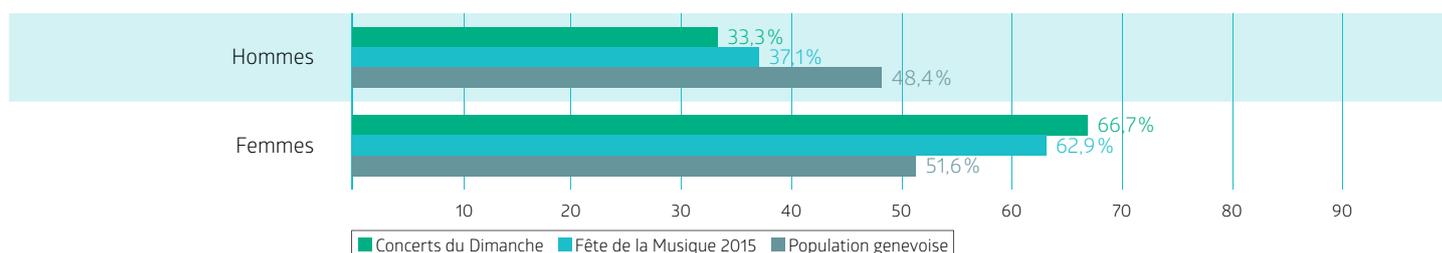
### Qui sont les spectateurs et spectatrices ?

Ce sous-chapitre analyse le profil sociodémographique des spectateurs selon le genre, l'âge, la commune de résidence, le niveau de formation, l'activité et la catégorie socio-professionnelle.

### Hommes ou femmes ?

Que ce soit pour les CdD ou la FM, les publics sont majoritairement composés de femmes. Les spectatrices représentent dans les deux cas près de deux tiers des publics.

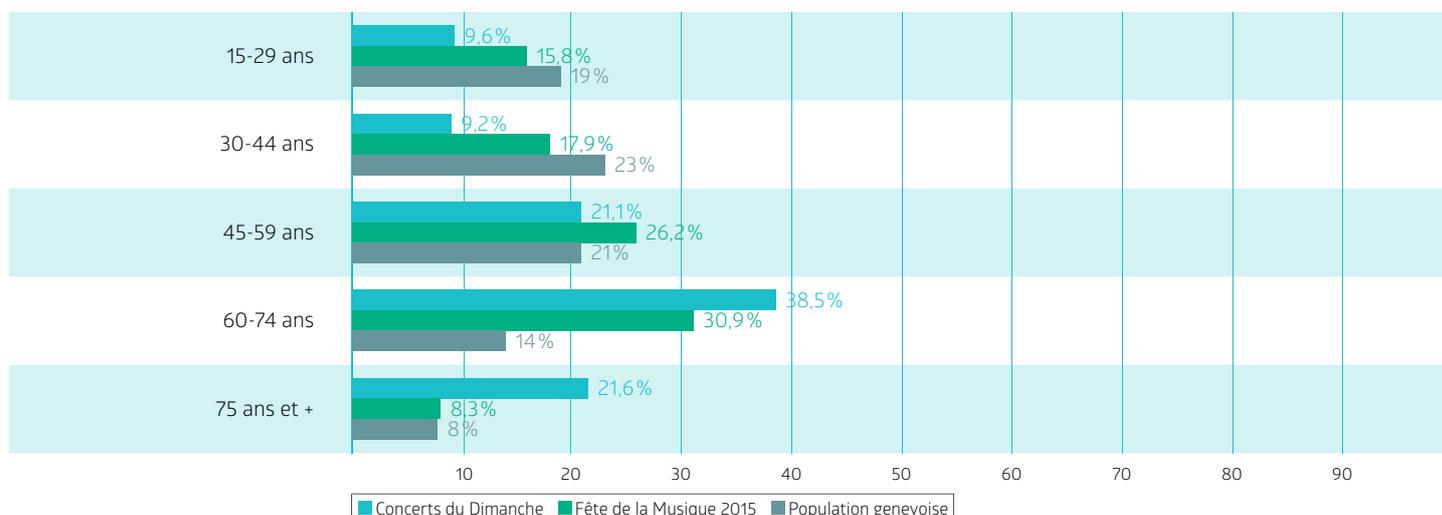
Graphique 1: genre



### Sept ou septante-sept ans ?

Concernant l'âge des spectateurs, la tranche d'âge 60-74 ans est de loin la plus représentée, suivie par la tranche 45-59 et, dans le cas des CdD, de la tranche de plus de 75 ans. À noter qu'une mesure facilitant l'accès des seniors<sup>3</sup> est proposée par la Ville dans le cadre des CdD, ce qui peut expliquer la proportion plus importante de personnes plus âgées relevée ici. À l'inverse les tranches d'âge inférieures à 45 ans sont sous-représentées dans les deux cas, même si cette tendance est moins claire dans le contexte de la FM.

Graphique 2 : tranches d'âge (15 ans)

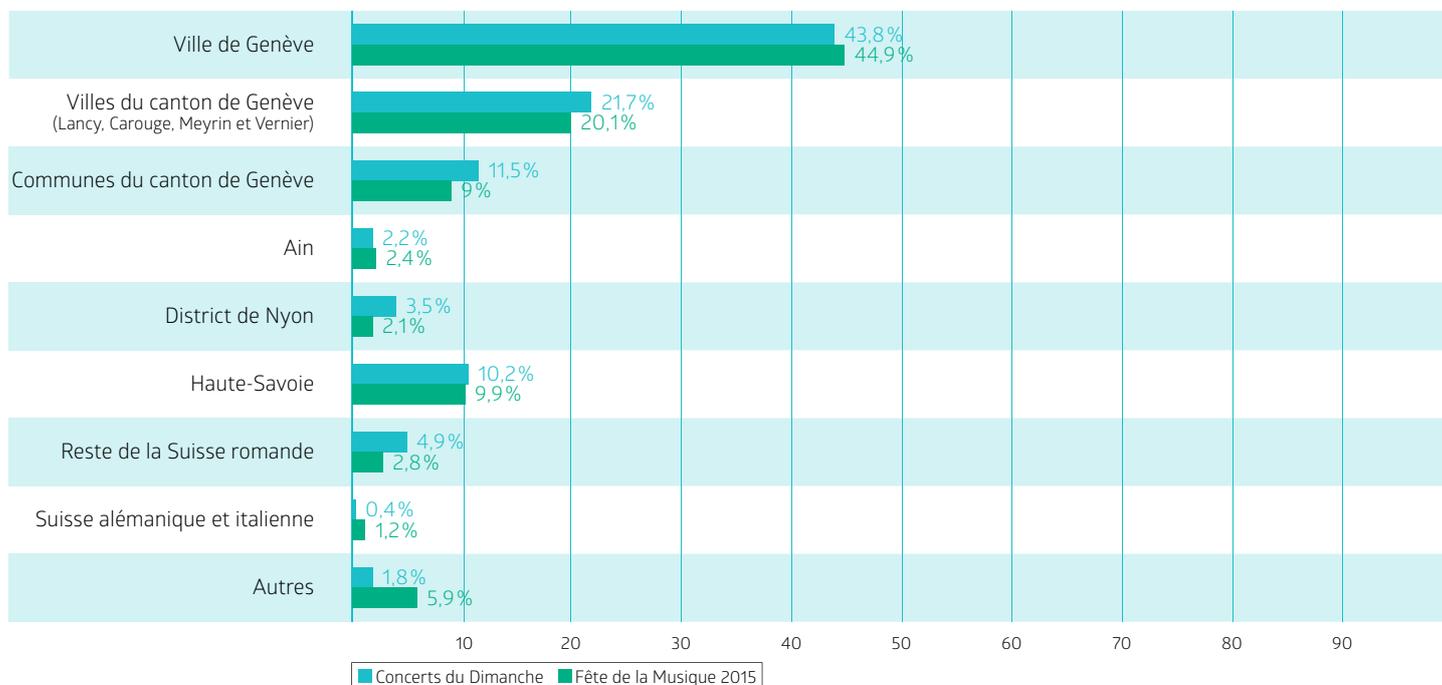


<sup>3</sup> Billets à tarif réduit (10 francs) pour les Concerts du dimanche au Victoria Hall destinés aux membres des groupements de seniors ainsi qu'aux aîné-e-s bénéficiaires des prestations du Service social.

## D'où viennent les spectateurs et les spectatrices ?

Que ce soit pour la FM ou les CdD, les publics sont caractérisés par leur ancrage local : 77% des spectateurs vivent dans le canton de Genève dans le cas des CdD et 74% dans celui de la FM et plus largement 92.9% des spectateurs viennent de l'agglomération genevoise<sup>4</sup> dans le cas de CdD et 88.4% dans celui de la FM.

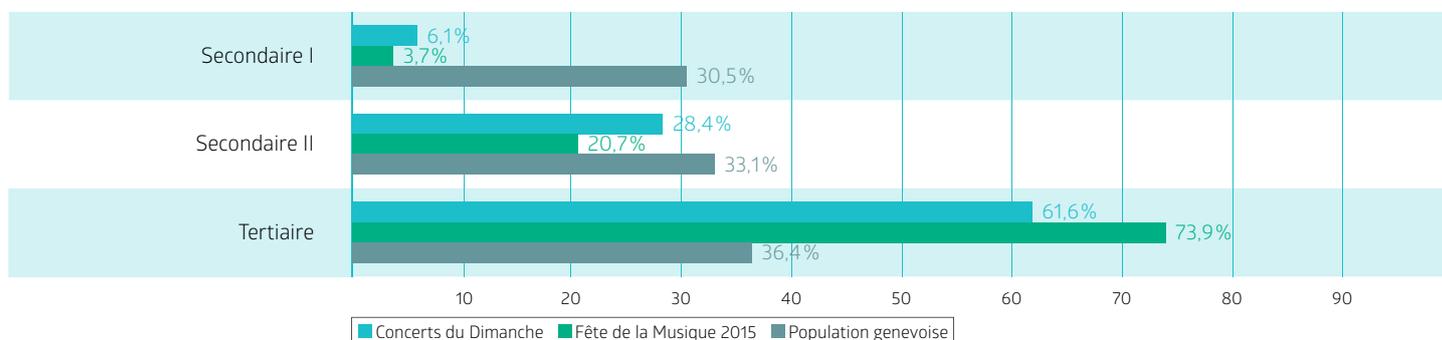
**Graphique 3 : commune d'habitation**



## Quel est leur profil socio-professionnel ?

Le niveau de formation des publics est très élevé : 61.6% des répondants ont une formation tertiaire dans le cas des CdD et 73,9% dans le cas de la FM.

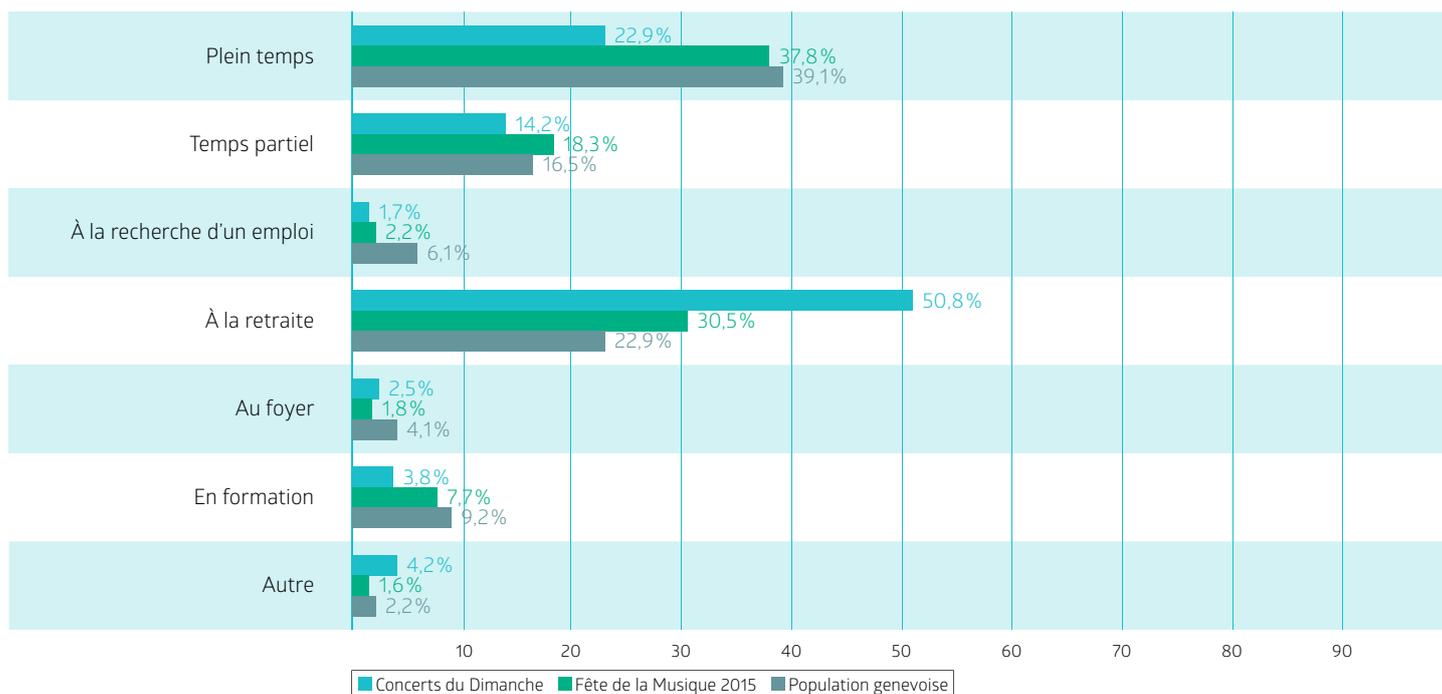
**Graphique 4 : niveaux de formation**



4 Agglomération genevoise: Canton de Genève, départements français de l'Ain et de Haute-Savoie et district de Nyon.

Concernant l'activité, sans surprise au vu des résultats sur l'âge des spectateurs, les retraités sont fortement surreprésentés. À l'inverse, les personnes en formation sont moins représentées parmi les répondants, traduisant la faible proportion de jeunes lors des concerts au VH pendant la FM. Les personnes travaillant à plein temps sont, elles, moins nombreuses. Ce constat va dans le sens de l'hypothèse d'une difficulté pour les personnes actives de concilier sorties culturelles, activité professionnelle et éventuellement vie de famille. En effet, cette sous-représentation n'existe pas pour les personnes travaillant à temps partiel et disparaît lors de la FM.

**Graphique 5 : activités**



## ...et encore quelques résultats

- Se rendre à un concert de musique classique reste une activité que la plus grande majorité des spectateurs (plus de 8 sur 10) ne réalise pas seul.
- Les résultats mettent, par ailleurs, en avant le rôle et l'importance de la socialisation musicale (jouer d'un instrument de musique, avoir une formation musicale, avoir un parent musicien) dans le fait de venir à un concert.
- Les goûts musicaux des répondants sont, sans grande surprise puisque l'enquête se déroule dans le contexte de la musique classique, tournés de manière très importante vers ce genre musical (classique) et les genres proches (musique romantique, postromantique, ancienne, baroque ou contemporaine). Ceci souligne l'importance des goûts dans le choix des concerts de musique classique, y compris dans le cadre de la FM.
- Globalement, que ce soit pour les CdD ou la FM, l'œuvre reste la motivation première pour se rendre au concert, viennent ensuite, l'envie de faire une sortie culturelle ou de voir jouer les interprètes. Dans le cas de la FM, le fait de venir voir une connaissance jouer a un rôle important puisque près d'une personne sur cinq invoque cette raison.
- Les résultats montrent l'importance du bouche-à-oreille en tant que canal d'information, que ce soit dans le cas de la FM ou des CdD. Pour le spectateur de la FM, le programme (dépliant) joue un rôle central en tant que moyen d'information et de programmation de sa sortie, ainsi que le fait de connaître un musicien jouer, quant aux CdD, les affiches tiennent un rôle important.

Une partie de l'enquête se penche sur la question de la FM en tant que potentiel vecteur de nouveaux spectateurs au VH et quelles sont les caractéristiques de ces primo-spectateurs. Elle s'est aussi intéressée aux différences entre les CdD et les concerts au VH dans le cadre de la FM.

Les principaux résultats montrent que :

- La FM attire un nouveau public, en particulier moins habitué aux sorties culturelles et moins socialisé à la musique.
- Ces nouveaux spectateurs sont en majorité plutôt jeunes<sup>5</sup> (près de la moitié à moins de 35 ans). Ils viennent par des biais informels, notamment le bouche-à-oreille, mettant en exergue le rôle d'initiateur (amis ou la famille) dans ce processus.
- La FM permet d'accéder à des concerts auxquels les individus ne se rendraient pas, notamment des genres musicaux auxquels les individus n'ont pas l'habitude d'assister.
- Les nouveaux spectateurs ont un profil sociodémographique très proches du reste des spectateurs. Dans le cadre de la musique classique, il semble que la FM n'ait qu'un effet très faible de « démocratisation culturelle » du VH auprès des catégories les moins éduquées ou les plus modestes.

5 Un focus sur les données concernant les jeunes (15-25 ans) a aussi été réalisé.

L'enquête interroge enfin la place que prend la FM à Genève dans le réseau des festivals régionaux, nationaux et internationaux. Pour répondre à cette question ont été explorées, dans un premier temps, les pratiques des répondants par rapport aux festivals, tout en essayant de comprendre la place que tient la FM dans ces pratiques; et dans un deuxième temps, le profil des spectateurs interrogés qui vivent à l'extérieur de l'agglomération genevoise.

Les principaux résultats montrent que:

- La FM s'inscrit dans le paysage des festivals romands, notamment les grands événements centrés sur les musiques actuelles, mais aussi de musique classique, voir d'autres disciplines, traduisant bien l'explosion du nombre de festivals.
- Le profil des festivaliers – personnes s'étant rendues dans un festival durant l'année – est peu, voire pas du tout différent, du reste des spectateurs, en ce qui concerne les variables sociodémographiques (genre, niveau de formation, catégorie socio-professionnelle, activité; quant à l'âge, il semble qu'aller à un festival soit une pratique plus répandue chez les moins de 60 ans). Toutefois, certaines pratiques sont différentes, notamment concernant le choix des concerts: les festivaliers ont un comportement plus omnivore.
- La FM attire plus de spectateurs venant de plus loin que les CdD. Néanmoins, seul un tiers d'entre eux vient pour la première fois à la FM. Ils sont aussi plus informés par le bouche-à-oreille. Il s'agit donc peut-être d'individus ayant des connaissances à Genève et profitant de l'occasion de la FM pour venir les retrouver.

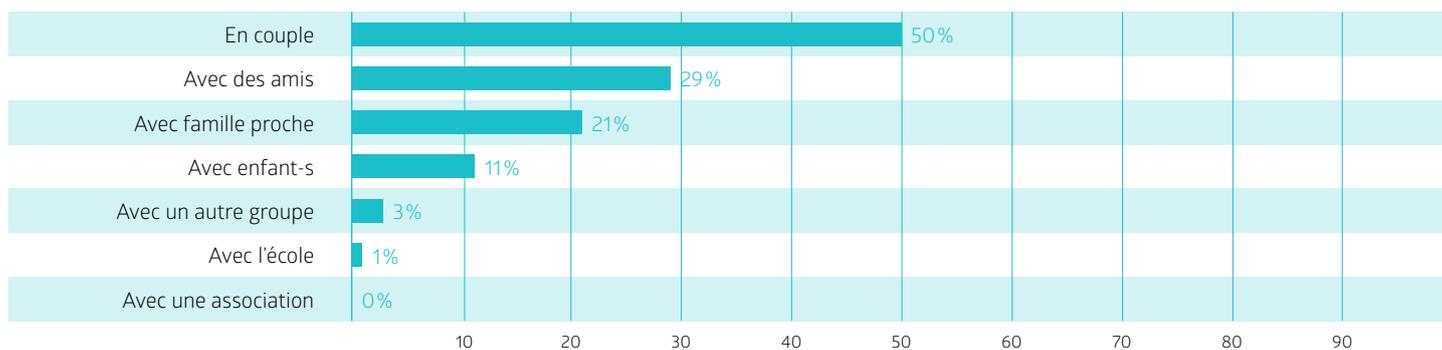
# Annexes

## Musées

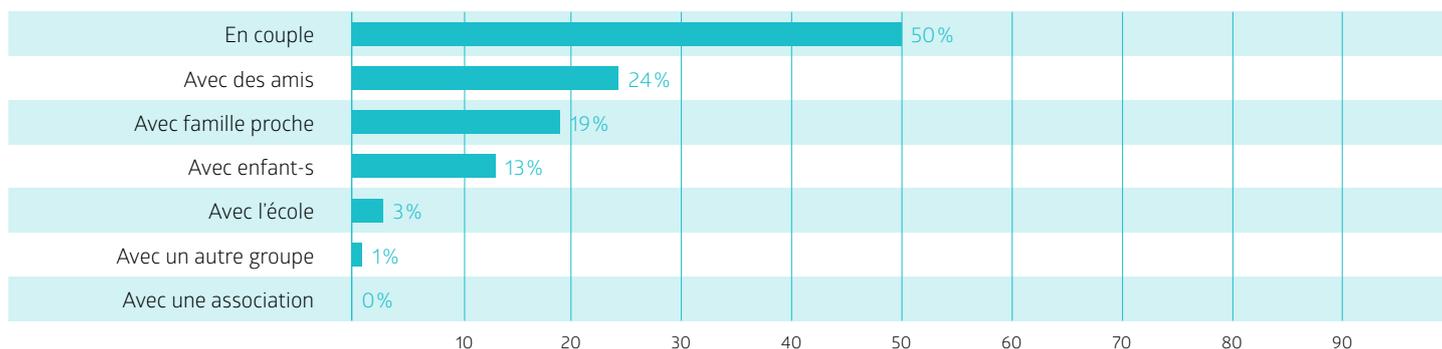
### Accompagnement, par institution

Plusieurs réponses possibles

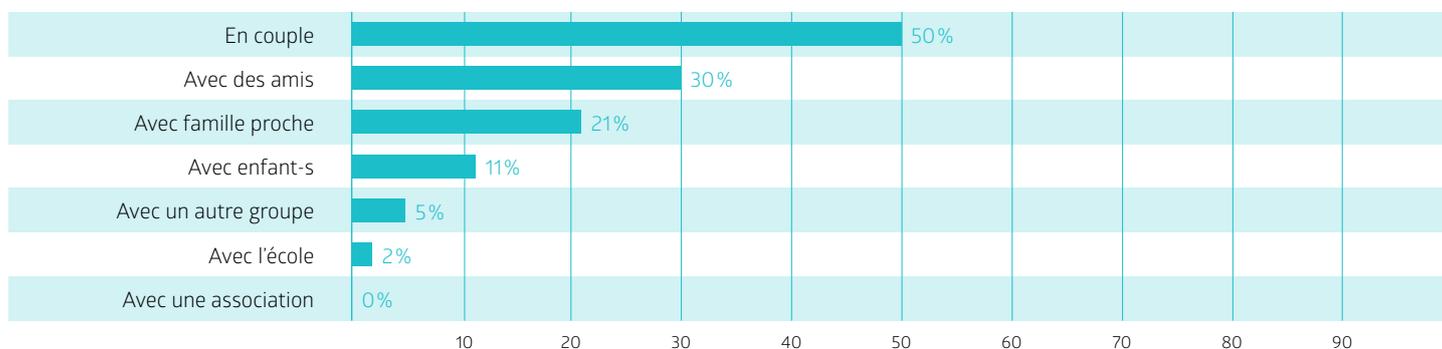
**Musée Ariana** (N=414 répondant-e-s)



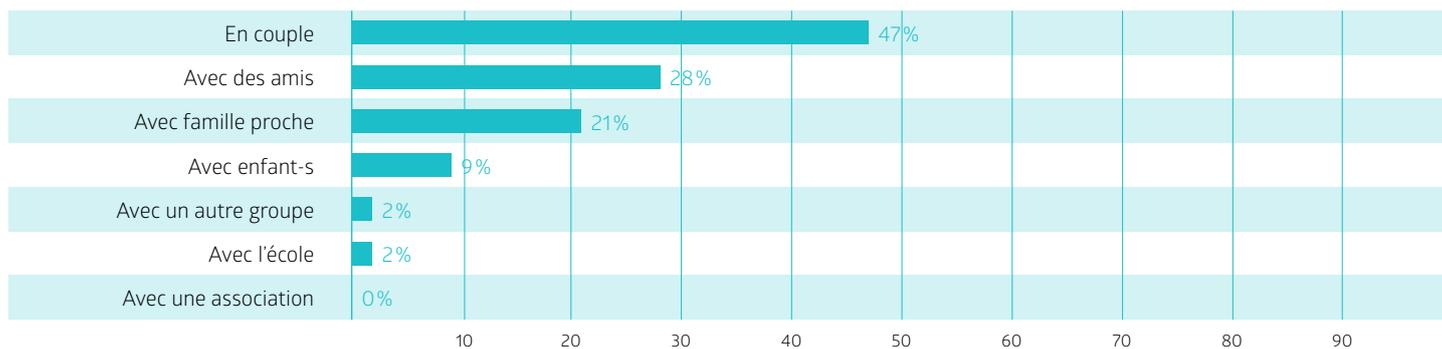
**Musée d'art et d'histoire** (N=467 répondant-e-s)



**Maison Tavel** (N=428 répondant-e-s)



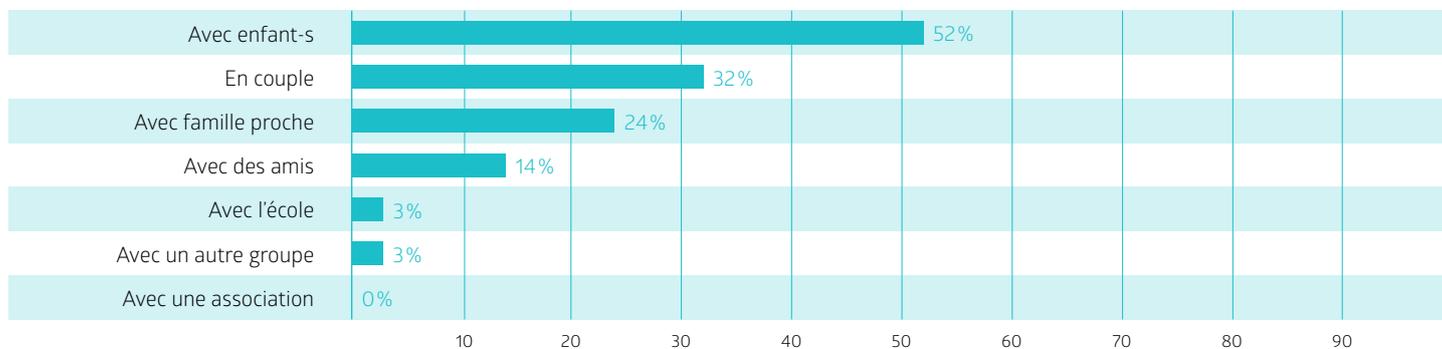
**Musée Rath (N=299 répondant-e-s)**



**Musée d'ethnographie Genève (N=565 répondant-e-s)**



**Muséum d'histoire naturelle (N=670 répondant-e-s)**



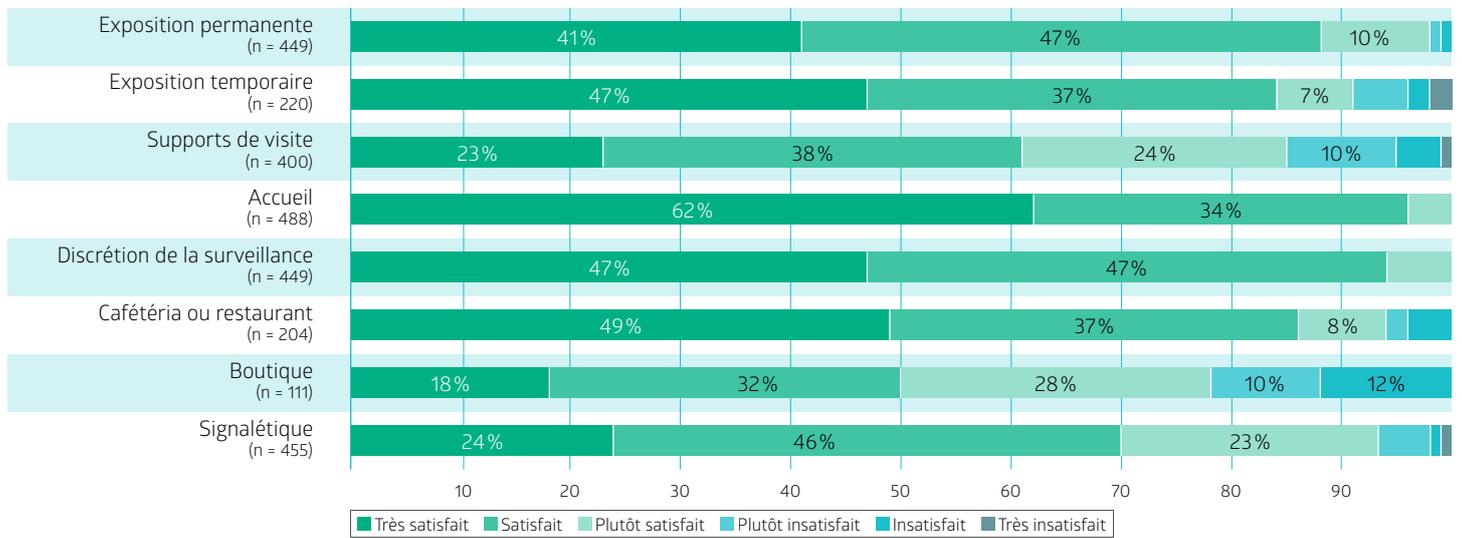
**Musée d'histoire des sciences (N=379 répondant-e-s)**



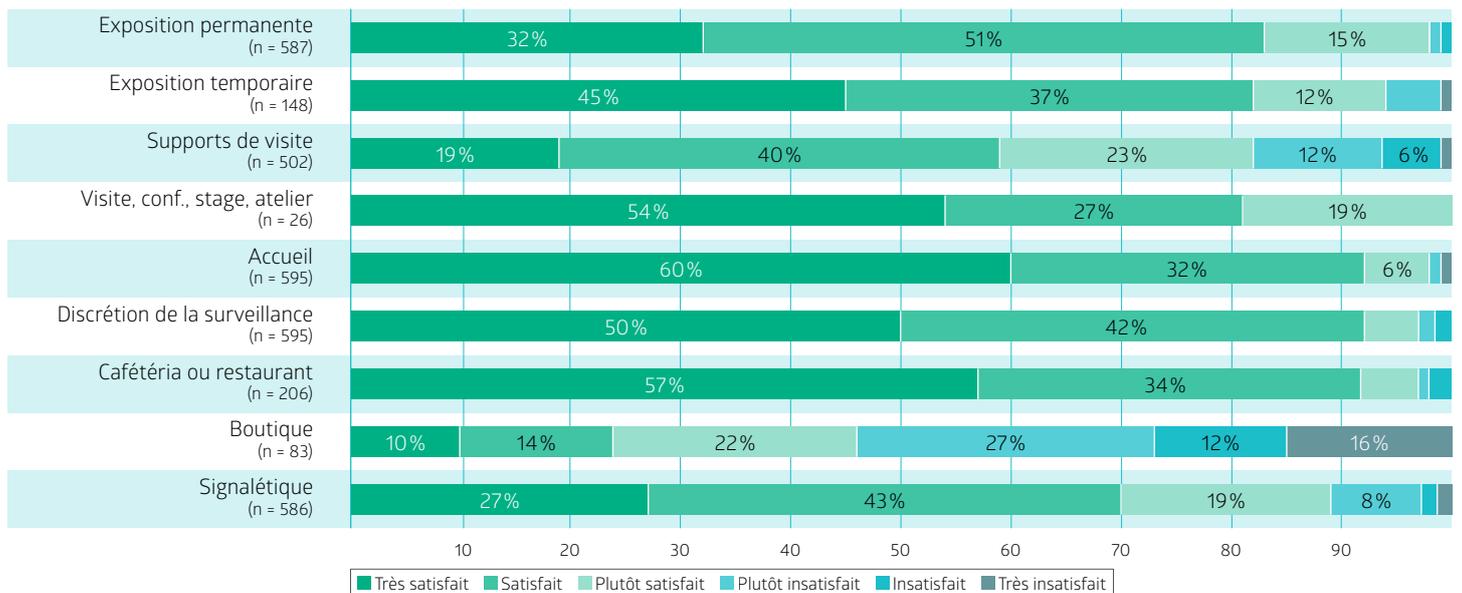
## Satisfaction des prestations du musée, par institution

### Plusieurs réponses possibles

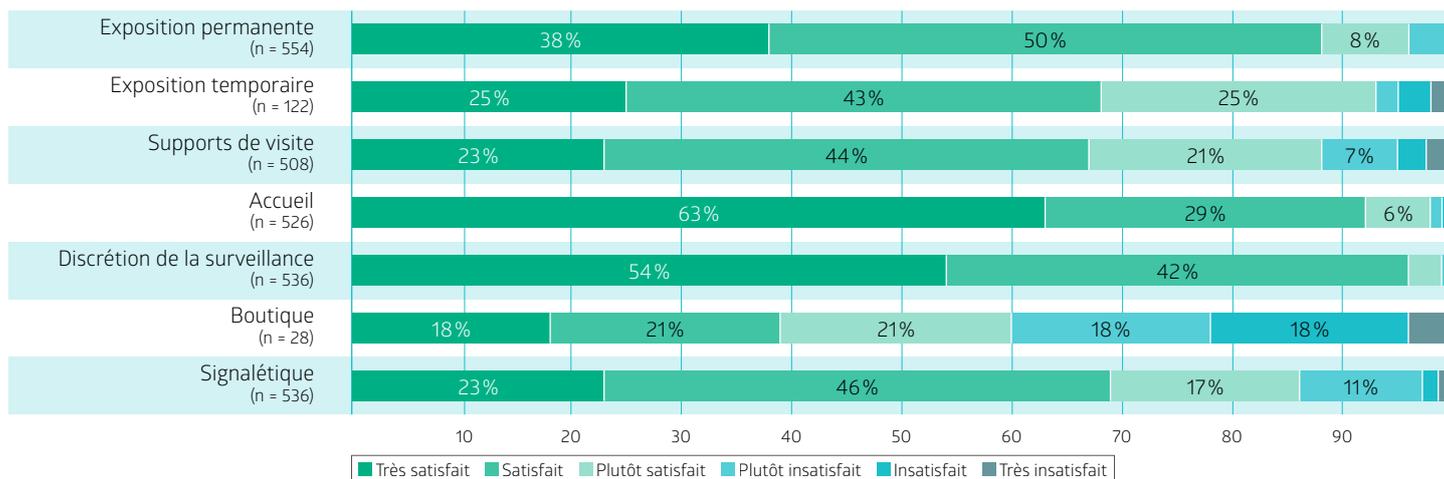
#### Musée Ariana (catégories réponses n>=25)



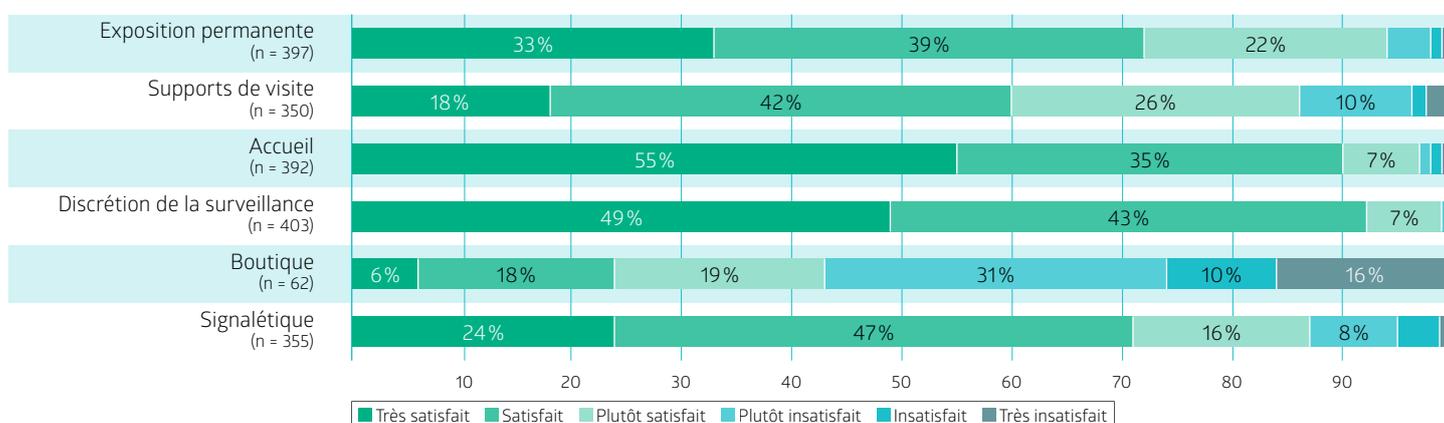
#### Musée d'art et d'histoire (catégories réponses n>=25)



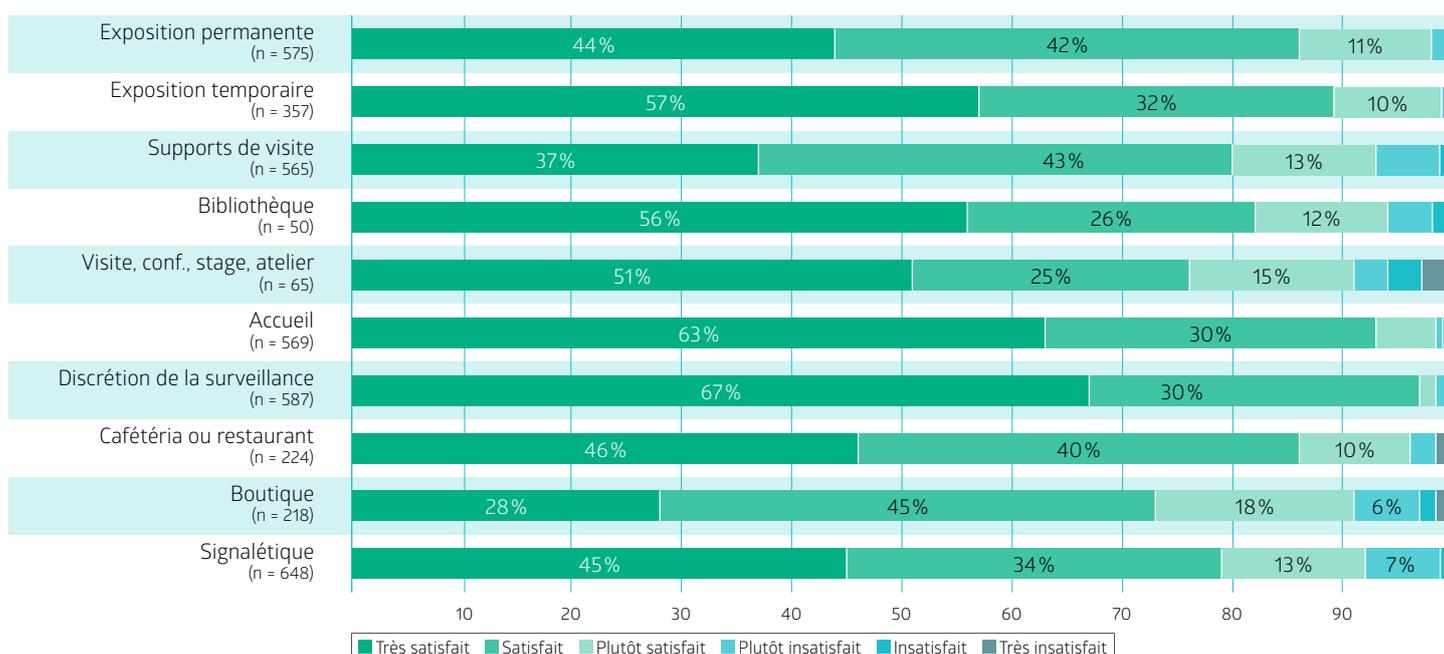
### Maison Tavel (catégories réponses n>=25)



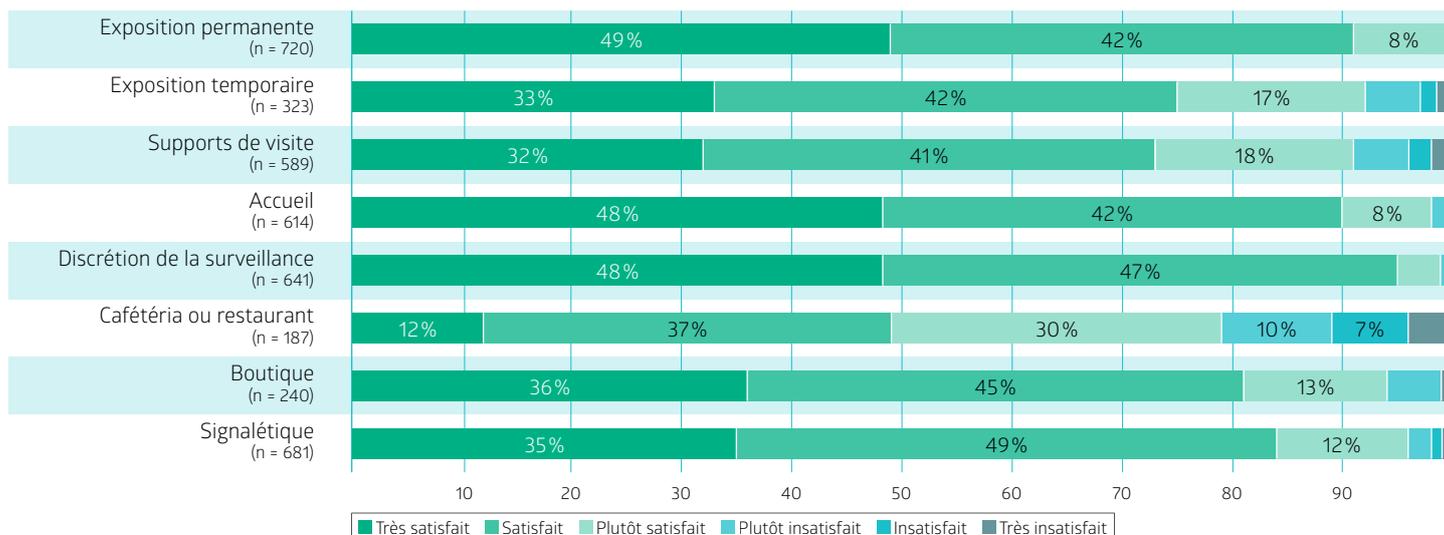
### Musée Rath (catégories réponses n>=25)



### Musée d'ethnographie Genève (catégories réponses n>=25)



### Muséum d'histoire naturelle (catégories réponses n>=25)



### Musée d'histoire des sciences (catégories réponses n>=25)





**Organisation** **VILLE DE GENÈVE, DÉPARTEMENT DE LA CULTURE ET DU SPORT**  
**UNITÉ PUBLICS ET PROMOTION (UPP)**

Véronique Lombard (cheffe d'unité), Jeanne Pont (attachée culturelle),  
Carole Maystre (sociologue, chargée du projet connaissance des publics)  
Satiscan: Matthias Brunner (directeur) et Clément K'Draon (développement informatique)

**Remerciements** **Correspondant-e-s de projet par institution**

Hélène De Ryckel (Musée Ariana), Florent Dufaux (Bibliothèques Municipales), Danièle Fischer Huelin (Conservatoire et Jardin botaniques), Isabelle Burkhalter et Bertrand Mazeirat (Musée d'art et d'histoire - Maison Tavel - Musée Rath), Hervé Groscarret (Muséum d'histoire naturelle - Musée d'histoire des sciences), Mauricio Estrada Muñoz (Musée d'ethnographie), Pierre-Yves Stucki (Service des sports), Virginie Keller, Laurent Marty, Jacques Ménétrety (Service culturel)

**Personnes en charge des collectes R**

Musée d'art et d'histoire - Maison Tavel - Musée Rath: Kadri Bekteshi, Claudio Calegari, Marco Camos, Cyrille Chaigneau, Paolo Chiarello, Hugo Da Silva Costa, Etienne Egri, Stephane Equey, Pedro Galera Perez, Nuno Gameiro, Roger Hammouche, José-Luis Herrero-Garcia, Patricia Hugo, Patrick Iseli, Hassan Jada, Miriam Patricia Larrazabal-Lanz, Katrin Longo, Philippe Martin, Herbert Meyer, Pierre-André Nicolet, Dennies Pasquier, François Perez, Rosario San Juan, Anabela Teixeira, Claudia Vittet, Claude Weingart  
Muséum d'histoire naturelle: Redhouane Benguernane, Jean-Emmanuel Cebah, Bafti Shefkiju, Michaël Dupuis, Javier Fornerod, Mehmet Ilkhan, Julien Lutzelschwab, Juan Martinez, Savio Vallentin, Eric Rigoulet, Hafida Rizzo, Christophe Sahli, Vallentin Savio, Arnaud Tosi, João Vargas, Alexandre Voltchkoff, Brigitte Jaccoud, Pierre-Alain Ricotti, Daniel Fraga

Musée d'histoire des sciences: Eliane Bombeli, Patrick Musy, Alfredo Pato, Patrick Steinmann

Musée Ariana: Hersi Abdi, Afrim Avdullahi, Jasmina Brankov, Anibal Fernandes, Katarzyna Lesinksa Reuter, Julien Roguet, Florence Rohrbasser, Claude Rouge, Ramiz Saljiji, Maryann Wangui Githaiga

Musée d'ethnographie: Michel Ahamba-Monga, Manon Bari, Raouf Hadidi, Esperanza Rossel, Laura Vincenot

Service des sports: Cosetta Trvisan Faustini, Sandra Neyroud, Robert Rochat, Eva Nahmias, Olivier

Thiong-Toye, Emilia Fulvi, Maria Ben-Abdallah, Geneviève Mendes-Amman

**Personnes en charge des collectes C**

Satiscan: Basile Dinbergs, Miro Froehlich, Agnes Molnár, Jérémie Pache, Manue Piachaud, Anouk Piraud, Chloë Sheikh-Kadir et Anne Veuthey

SPC: Léon Aubert

**Impressum** Graphisme: Daniel Galasso

Impression: Centrale municipale d'achat et d'impression (CMAI)

Tirage: 250 ex.

Genève, octobre 2016

© Unité Publics et Promotion, Département de la culture et du sport de la Ville de Genève

**Crédits photos** © Nicolas Righetti



