

QUELLES PRATIQUES CULTURELLES DES FRANÇAIS POUR LE SPECTACLE VIVANT ?

DES HABITUDES QUI ÉVOLUENT CONCERNANT LE « LIVE », PLUS QUE JAMAIS PERÇU COMME UN REMÈDE A LA CRISE

Le PRODISS a dévoilé aujourd’hui son baromètre annuel du live, à l’occasion du Festival MaMA Music & Convention. Ce baromètre, réalisé par l’institut de sondage Toluna Harris Interactive, propose un instantané des pratiques des Français en matière de spectacles « live »¹ et dresse des perspectives. Après deux ans d’interruption du fait de la crise, quelles sont les envies, les attentes et les motivations du public ?

Des habitudes qui pourraient changer dans les prochains mois, notamment pour des questions de pouvoir d’achat

Si 49 % des spectateurs de « live » ne changeront pas leurs habitudes, 18 % déclarent qu’ils y assisteraient plus souvent. Pour les 32 % restants qui se rendraient moins souvent au spectacle, le pouvoir d’achat est une préoccupation majeure : le manque d’argent disponible est la première raison (48 %), suivie d’une moindre envie de se déplacer dans une salle (30 %), de la peur de contracter le Covid-19 (22 %) et enfin de la volonté de se consacrer à d’autres activités (19 %).

Le spectacle vivant, un remède à la crise

75 % des Français jugent que le spectacle vivant lutte contre l’ambiance de crise. Ce chiffre, en hausse de 18 points depuis 2014, n’a jamais été aussi élevé depuis le lancement du baromètre. Au-delà de cette vertu, les motivations pour se rendre au spectacle sont multiples : entendre un son de qualité (89 %), se changer les idées (88 %), ressentir des émotions et vivre quelque chose d’exceptionnel (87 %), ou encore partager des moments en famille ou avec des amis (86 %). Enfin, 58 % des spectateurs du live seraient incités à se rendre au spectacle par la proposition d’expériences interactives ou de réalité augmentée.

L’engagement environnemental, un point d’attention important

75 % des spectateurs indiquent que l’engagement des spectacles en faveur de l’environnement est important à leurs yeux. Dans le détail, 23% estiment qu’il s’agit d’un critère « très important », et 52 % « plutôt important ». Les spectateurs sensibles à l’engagement environnemental attendent en premier lieu une bonne gestion des déchets (63 %) et la préservation du site du spectacle (53 %), puis des économies d’énergie (47 %) et l’accès à des modes de transports moins polluants (44 %).

¹ Parmi les spectacles vivants, les « spectacles live » ou « spectacles musicaux et de variété » correspondent aux concerts de musique (hors opéra et musique classique), spectacles d’humour, festivals, et comédies musicales. Il est précisé, concernant ces spectacles, qu’il s’agit de spectacles professionnels qui ont été vus dans des salles en étant physiquement présent(e), sans compter les spectacles de rue, les festivals, ni les représentations indirectes, diffusées à la télévision, sur Internet, en DVD, etc.

Comment est réalisé le Baromètre du live ?

1. Enquête réalisée en ligne du 14 au 15 septembre 2022.
2. Échantillon de 1 010 personnes représentatif des Français âgés de 15 ans et plus.
3. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

Enquête réalisée par Toluna Harris Interactive France, institut d'études et de sondages d'opinions. L'enquête est disponible dans son intégralité au lien suivant : <https://www.prodiss.org/fr/etudes>

CONTACT MÉDIA

Pierre MARIÉ – pmarie@bonafide.paris – 06 09 46 88 93

À propos du PRODISS - Créé en France en 1984, le PRODISS, syndicat national du spectacle musical et de variété est aujourd'hui le 1er syndicat patronal représentatif au niveau national. Le PRODISS rassemble près de 400 entrepreneurs de spectacles : producteurs, diffuseurs, exploitants de salles, organisateurs de festivals, répartis dans toute la France et œuvrant dans le domaine des variétés, des musiques actuelles (jazz, musiques populaires, comédies musicales, etc.) et des one man shows. Ils forment ensemble, la chaîne de création et de diffusion d'un spectacle. Essentiellement des PME et TPE, nos adhérents génèrent près de 2 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit plus des 3/4 du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur du spectacle musical et de variété.