Etude sur les pratiques culturelles post-Covid (et zoom sur les pratiques numériques)

Posted on 19 juin 2020 by Anne Le Gall

Quelles activités culturelles ont le plus manqué aux Français pendant la crise sanitaire ? Quel retour aux sorties culturelles les français projettent-ils ? Dans quelles mesures sont-ils prêts à opérer ce retour ?

Après l'annonce de la réouverture progressive de tous les lieux culturels (phase 2 du déconfinement), l'agence L'Oeil du public a mené une étude sur les pratiques culturelles des français pendant le confinement et leurs intentions pour l'avenir.

Du 1er au 5 juin, ils ont interrogé un panel de 1250 personnes, représentatif de la population française (sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération).

Cette étude est complémentaire des enquêtes menées côté du côté des professionnels de la culture par TOUTELACULTURE.COM (Culture vs Covid : Un milieu culturel mobilisé pour le retour des publics avec 277 répondants) et MAPADO (Culture d'après – enquête nationale avec 98 répondants au moment de la publication de l'article – pour y répondre c'est ici).

Dans le cadre des actions du TMNlab, nous nous sommes évidemment particulièrement intéressés aux questions liées à l'offre numérique déployée par les lieux culturels. Extraits de l'étude de L'Oeil du Public.

« Les médias et les contenus culturels et de divertissement en ligne ont joué un rôle compensateur pour une partie des publics seuls 30% des personnes interrogées n'ont pas eu d'activités culturelles sur le web. Mais celles-ci ne procurent pas aux français autant de plaisir et de richesse expérientielle que les activités vécues en présentiel les dimensions sociales, émotionnelles et sensorielles de ces expériences « réelles » ont indiscutablement manqué. »

» Le développement du streaming et des plateformes de visionnage en lignes ont une réalité incontournable des pratiques sur le Web2.0. L'étude montre que les pratiques sont néanmoins très variées et ne se limitent pas aux séries et aux films. Les efforts produits depuis des années par les musées, les lieux de patrimoine, les théâtres et les festivals pour numériser leurs supports et multiplier les contacts en ligne (visite en 3D, captations de haute qualité, archives, interviews, teasers…) ont trouvé écho pendant le confinement au près d'un large public – et ce, y compris chez la moitié des publics seniors de plus de 65 ans. Certains lieux culturels voient déjà la fréquentation de leurs sites et réseaux sociaux augmenter. «

» D'après notre étude, cet engouement pourrait même se prolonger : même si ces pratiques ne se substitueront pas à l'expérience en présentiel, sans doute vont-elles s'épanouir sur les temps disponibles des publics. Les lieux culturels doivent persévérer pour participer de cette

nouvelle culture online, et emmener à eux certains publics jeunes ou plus «éloignés», grâce au développement de contenus inventifs et attractifs. «

Pour lire l’étude dans sa globalité (version française et version suisse), rendez-vous sur loeildupublic.com