



© Nicolas Righetti



# Connaissance des publics 2019

## Rapport annuel

Genève,  
ville de culture et de sport

[www.geneve.ch](http://www.geneve.ch)





# Table des matières

<b>Avant-propos</b>	5
<b>Connaissance des publics</b>	6
Contexte et enjeux	6
Les données	7
<b>MUSÉES</b>	10
<b>Coup d'œil sur les données 2019</b>	11
Fréquentation	11
Rétrospective sur la fréquentation	11
Profil des visiteurs et visiteuses des musées municipaux	13
<b>Focus: Les publics touristiques des musées</b>	17
<b>Les données 2019 par musée</b>	20
Musée Ariana	20
Musée d'art et d'histoire	25
Musée d'art et d'histoire – site Charles Galland	26
Musée Rath	31
Maison Tavel	35
Cabinet d'arts graphiques	40
Musée d'ethnographie de Genève	44
<b>Focus: Les publics de la médiation du Musée d'ethnographie de Genève</b>	50
Muséum-Genève	55
Muséum d'histoire naturelle	56
Musée d'histoire des sciences	61
Conservatoire et Jardin botaniques	66
<b>Focus: Fréquentation de la Nuit des musées 2013-2019</b>	74
<b>Annexe musées</b>	76
Méthodologie	76
<b>BIBLIOTHÈQUES</b>	80
<b>Quelques statistiques annuelles</b>	81
Bibliothèques municipales	81
Bibliothèque de Genève	84
Réseau des bibliothèques de la Ville	85
<b>SPORT</b>	86
<b>Coup d'œil sur les données 2019</b>	87
Fréquentation	85
<b>Les données 2019 par centre sportif</b>	90
Centre sportif des Vernets	90
Centre sportif de Varembe	101
<b>Annexe centres sportifs</b>	110
Méthodologie	110



## Avant-propos

Les musées municipaux, les bibliothèques de la Ville, les installations sportives communales savent qu'ils sont au service de tous et toutes. Alimentés par les deniers publics, ils doivent trouver une manière de s'adresser à tout le monde – du moins de manière complémentaire, l'idée étant que chaque personne puisse trouver ce qui l'intéresse dans la large palette de l'offre culturelle et sportive.

Pour ce faire, ces institutions doivent pouvoir s'appuyer sur des données fiables permettant de dresser un portrait de leur public – et de leur non-public –, et d'être ainsi en mesure de construire leur programme, d'établir leurs horaires, d'envisager la traduction de leurs supports de communication et de médiation, etc.

Il faut pour cela mener des enquêtes sociologiques, analyser les données recueillies afin d'en tirer des enseignements. Et comparer les résultats d'année en année pour faire parler les chiffres. Nous pouvons aujourd'hui, 7 ans après avoir lancé ces enquêtes en Ville de Genève, dégager les grandes « tendances ». Qui sont à la hausse question fréquentation. A titre d'exemple, dans les bibliothèques, on a assisté en 2019 à une légère augmentation du nombre des inscriptions. Dans le réseau des bibliothèques municipales, près de 6500 nouvelles inscriptions (chiffre le plus élevé des 6 dernières années) ont été effectuées et près de 530'000 entrées comptabilisées.

Leur mission comprend également le rayonnement de notre ville sur la scène internationale. Mission que nos installations, culturelles notamment, remplissent : les gens viennent de loin, de – presque – partout puisque 194 noms différents de pays ont été annoncés par les visiteurs et les visiteuses au personnel d'accueil chargé de ces enquêtes. Un chiffre qui reflète l'attractivité de la cité du bout du lac et son caractère résolument international.

Le présent rapport est établi sur les données récoltées auprès de plus de 275'000 personnes dans les musées et plus de 35'000 dans les centres sportifs. De quoi permettre à notre programme « connaissance des publics » de remplir son objectif : appuyer le fait de « penser publics » et le développement de tous les publics afin de tendre vers ce graal qu'est la démocratisation de la culture !

### **Sami Kanaan**

Maire de la Ville de Genève

# Connaissance des publics

## Contexte et enjeux

### Les publics sous la loupe

### Des outils d'orientation stratégique

### Une pluralité à comprendre

#### Un outil de pilotage au service de la politique culturelle et sportive

L'objectif du projet « Connaissance des publics » est de construire progressivement et par étapes une base de données fiable sur les publics des institutions du Département de la culture et du sport (DCS).

Les profils sociodémographiques, motivations, choix ou niveaux de satisfaction des visiteurs et visiteuses sont autant de données essentielles qui permettent de cerner leurs attentes et leurs besoins, de prendre en compte leurs intérêts, de les défendre.

Aussi ce travail d'enquête auprès des publics fournit-il un outil indispensable à l'affinement d'une politique publique et à l'adaptation de ses dispositifs.

- ▶ Recueillir des éléments chiffrés et de compréhension pour orienter l'action publique
- ▶ Réaliser une construction cumulative de données et d'informations
- ▶ Consolider les premières données chiffrées sur la durée
- ▶ Assurer une qualité-fiabilité des données dans des contextes variés, en fédérant les institutions
- ▶ Orienter les prestations du DCS vers des usagers et usagères spécifiques et non captifs
- ▶ Mettre la connaissance à l'appui du « penser publics » et du développement des publics
- ▶ Articuler la recherche en fonction des thématiques prioritaires du DCS et des politiques transversales de la Ville

## Les données

### Une base enrichie progressivement

Depuis 2013 de façon systématique, un protocole d'enquête a été adressé dans un premier temps aux publics usagers de la culture, dans les domaines des musées et des bibliothèques. Par la suite, le dispositif a été élargi au domaine sportif.

#### 3 domaines observés<sup>A</sup> :



**Les publics des musées**  
de la Ville de Genève<sup>B</sup>



**Les publics des bibliothèques**  
de la Ville de Genève



**Les publics des centres sportifs**  
de la Ville de Genève



Unique en Suisse à cette échelle, cette base de données recense de nombreux indicateurs sur les publics des établissements du DCS ; en ce sens, elle peut servir d'outil de positionnement et de comparaison des institutions, tant au niveau cantonal que national, voire international.

<sup>A</sup> Les publics de manifestations organisées par le DCS commencent également à être observés ponctuellement, cela a été le cas, par exemple, dans le cadre des Journées européennes des métiers d'art (JEMA) ou lors de concerts au Victoria Hall.

<sup>B</sup> Des modules d'enquêtes test ont été administrés dans quelques institutions pilotes à partir de 2009.

<sup>C</sup> Site Charles-Galland, Maison Tavel, Musée Rath, en 2018 le Cabinet d'arts graphiques a intégré le dispositif.

<sup>D</sup> Muséum d'histoire naturelle, Musée d'histoire des sciences.

## 3 types de données



### 1 La fréquentation

Avant toute étude sur le profil même des usagers, une phase préalable consiste à disposer de statistiques de fréquentation fiables dans les institutions. Il s'agit d'une part d'être équipé d'outils modernes de mesure, telles que des bornes ou des compteurs ; ces derniers doivent être adaptés aux contraintes organisationnelles ou d'aménagement de chacun des sites ; d'autre part des règles harmonisées de comptage des catégories de publics doivent être instaurées entre les différentes institutions.



### 2 Le profil socio-démographique des usagers et usagères



### 3 Modalités et expérience de visite

Le DCS souhaite connaître la structure socio-démographique de base de la population-mère des visiteurs et visiteuses de ses institutions, tout en documentant un nombre suffisant de variables. Ainsi, dans les musées et les centres sportifs, le design d'enquête comprend un double questionnaire :

#### un questionnaire restreint (noté R) de trois questions :

- ▶ Le genre
- ▶ L'année de naissance
- ▶ Le lieu de résidence

#### un questionnaire complet (noté C) de plus de trente questions sur les thèmes suivants :

- ▶ Modalités et expérience de la visite  
accompagnement, moyen de transport, fréquence, satisfaction
- ▶ Langues et nationalités
- ▶ Activité(s) professionnelle(s)  
et formation
- ▶ Structure du ménage
- ▶ Genre, année de naissance,  
lieu de résidence
- ▶ Questions à l'enquêteur-trice –  
météo, coopérativité, situation de  
handicap et informations de base  
sur le contexte de l'entretien.

Ces questions sont synthétiques et transversales et sont posées dans toutes les institutions concernées<sup>E</sup>.

Ponctuellement, des enquêtes spécifiques (C+) sont également mises en œuvre ; il s'agit soit d'études que les institutions développent sur des sujets qui leurs sont propres (par exemple sur un projet ou exposition temporaire en particulier), soit d'études thématiques de large ampleur qui sont menées au niveau du DCS.

<sup>E</sup> Le nombre des questions posées est délibérément limité. La formulation des questions est simple afin de garantir au mieux rapidité et efficacité de la démarche.

## La collecte des données

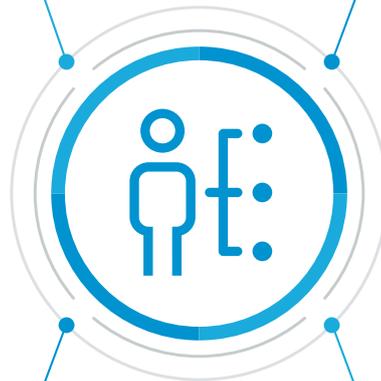
Les différents types de données, qu'elles soient quantitatives ou qualitatives, requièrent pour chacune des modes de collectes spécifiques, soit :

### Par comptage

pour les données de fréquentation

### Par sondages téléphoniques ou questionnaires en ligne

pour certaines enquêtes spécifiques C+.



### Par enquêtes sur site

pour les données sur le profil socio-démographique de l'utilisateur ou des modalités et de l'expérience de visite :

Le questionnaire restreint (R) est administré en face à face par les

- ▶ **Agent-e-s d'accueil**
- ▶ **Agent-e-s de caisse**

des institutions qui ont été sensibilisé-e-s et formé-e-s à cet effet. Les visiteurs et visiteuses sont interrogé-e-s lorsqu'ils-elles entrent dans le musée ou à la caisse du centre sportif.

L'administration du questionnaire complet (C) est confié à des

- ▶ **Enquêteur-trice-s externes professionnel-le-s.**

Les visiteurs et visiteuses sont interrogé-e-s durant leur parcours, si possible en fin de visite.

### Des données sources

dans les bibliothèques, les données des fichiers-source internes sur les cartes de lecteurs renseignent directement sur le profil socio-démographique de base de l'utilisateur.

## L'exploitation des données

### Une plateforme de données

Un outil simple d'utilisation et très visuel a été développé, permettant une saisie rapide des données et adaptable dans toutes les institutions culturelles ou sportives concernées.

Ainsi, la saisie des réponses des questionnaires (R et C) se fait en ligne au moyen de tablettes et les résultats sont visibles en temps réel.

Les données font l'objet de tableaux et graphiques de synthèse, consultables par les institutions sur une plateforme web dédiée.

### La communication des résultats

- ▶ En interne, chaque institution peut en tout temps accéder aux données via la plateforme web sécurisée.
- ▶ A l'externe, actuellement les résultats des enquêtes sont communiqués via un rapport public annuel, qui est aussi disponible à l'adresse internet :

**[www.ville-geneve.ch/connaissance-publics](http://www.ville-geneve.ch/connaissance-publics)**

# MUSÉES



- 11 Coup d'œil sur les données 2019**
  - Fréquentation
  - Rétrospective sur la fréquentation
  - Profil des visiteurs et visiteuses des musées municipaux
- 17 Focus: Les publics touristiques des musées**
- 20 Les données 2019 par musée**
  - Musée Ariana
  - Musée d'art et d'histoire
    - Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland
    - Musée Rath
    - Maison Tavel
    - Cabinet d'arts graphiques
  - Musée d'ethnographie de Genève
- 50 Focus: Les publics de la médiation du Musée d'ethnographie de Genève**
  - Muséum-Genève
    - Muséum d'histoire naturelle
    - Musée d'histoire des sciences
  - Conservatoire et Jardin botaniques
- 74 Focus: Fréquentation de la Nuit des musées 2013-2019**
- 76 Annexe musées**
  - Méthodologie

## Coup d'œil sur les données 2019

### Fréquentation

La fréquentation des musées municipaux, hormis les Conservatoire et Jardin botaniques, est de 863'157 visites en 2019. Par rapport à 2018 (n=832'172), on relève une augmentation de 3.7% du nombre de visites.

Si l'on ajoute les données des Conservatoire et Jardin botaniques (CJB)<sup>1</sup>, qui s'élèvent à 630'000 visites en 2019, la fréquentation totale des musées municipaux atteint cette année 1'493'157 visites.

### Fréquentation par institution – nombre de visites

<b>Musée Ariana</b>	<b>66'140</b>
<b>Musée d'art et d'histoire (total)</b>	<b>256'473</b>
site Charles-Galland	137'805
Maison Tavel	98'643
Musée Rath	16'881
Cabinet d'arts graphiques	3'144
<b>Musée d'ethnographie Genève</b>	<b>193'320</b>
<b>Muséum – Genève (total)</b>	<b>341'688</b>
Muséum d'histoire naturelle	297'460
Musée d'histoire des sciences	44'228
<b>Musée Voltaire et Espace Ami-Lullin – Bibliothèque de Genève</b>	<b>5'536</b>
<b>Total</b>	<b>863'157</b>
<b>Conservatoire et Jardin Botaniques</b>	<b>630'000</b>
<b>Total</b>	<b>1'493'157</b>

- Musée Rath : espace d'expositions temporaires uniquement (pas de collections permanentes)

Ces chiffres de fréquentation comprennent les visites des espaces d'expositions – expositions temporaires, collections permanentes – ainsi que la participation à des activités de médiation (conférences, animations, événements, etc.).

### Rétrospective sur la fréquentation

La synthèse des données de fréquentation par musée (2013–2019) montre des progressions différenciées d'une année à l'autre selon les institutions. Ces progressions varient notamment au gré des événements marquants organisés par l'institution, du nombre d'expositions temporaires présentées et de leur succès. Seules les années 2015 à 2019 permettent une comparaison globale, incluant un nombre identique d'institutions ; les années antérieures, 2013 et 2014, le Musée d'ethnographie de Genève était fermé pour agrandissement et rénovation et certaines institutions ne disposaient pas de chiffres détaillés. Dès 2015, la fréquentation totale des 9 sites, hormis les Conservatoire et Jardin botaniques, évolue de 700'000 à plus de 800'000 visites annuelles.

<sup>1</sup> A Genève, les Conservatoire et Jardin botaniques, musée vivant de plein air en accès libre, font partie intégrante du domaine des musées municipaux. Au niveau national, l'OFS retient la définition du « musée » donnée par le Conseil international des musées (ICOM), soit : « une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation » (Statuts de l'ICOM, art. 3, section 1). A ce titre, à l'OFS, différentes institutions possédant un caractère muséal ne sont pas incluses dans ses relevés, comme les lieux d'exposition qui n'ont pas de collection, les collections sans espace d'exposition, les zoos et les jardins botaniques, ainsi que les archives et bibliothèques exposant une partie de leur fonds dans leur foyer par exemple (Source : www.bfs.admin.ch, 2018)

Musées	Fréquentation 2013	Fréquentation 2014	Fréquentation 2015	Fréquentation 2016	Fréquentation 2017	Fréquentation 2018	Fréquentation 2019
Musée Ariana	46'783	49'238	53'742	51'767	75'805	57'843	66'140
Musées d'art et d'histoire (total)	247'246	237'911	206'223	205'613	202'722	261'258	256'473
site Charles Galland	166'440	143'138	110'415	116'892	111'806	139'491	137'805
Maison Tavel	57'646	57'981	69'394	68'514	78'109	86'798	98'643
Musée Rath <sup>1</sup>	23'160	36'792	22'790	16'717	6'630	29'733	16'881
Cabinet d'arts graphiques <sup>1</sup>	—	3'624	3'490	3'490	6'177	5'236	3'144
Musée d'ethnographie Genève	—	35'000 <sup>A</sup>	159'973	207'786	160'545	167'910	193'320
Muséum – Genève (total)	303'844	281'347	279'299	351'402	369'708	341'692	341'688
Muséum d'histoire naturelle	269'161	238'849	241'624	313'918	330'736	301'497	297'460
Musée d'histoire des sciences	34'683	42'498 <sup>B</sup>	37'675	37'484 <sup>B</sup>	38'972	40'195 <sup>B</sup>	44'228
Bibliothèque de Genève (Espace Ami-Lullin et Musée Voltaire)	—	—	5'918 <sup>C</sup>	4'600	6'140	4'009	5'536
<b>TOTAL</b>			708'348	821'168	814'920	832'712	863'157
Conservatoire et Jardin Botaniques (CJB)	—	—	300'000 <sup>D</sup>	500'000 <sup>E</sup>	620'000	610'000	630'000
<b>TOTAL avec CJB</b>			1'008'348	1'321'168	1'434'920	1'442'712	1'493'157

<sup>A</sup> sur 2 mois | <sup>B</sup> année avec édition de la Nuit de la science | <sup>C</sup> 4 sites (inclus Bibliothèque musicale et CIG) | <sup>D</sup> estimation | <sup>E</sup> estimation dont 4 mois et demi Eco-compteurs

<sup>1</sup> espace d'expositions temporaires uniquement, dont leur nombre et leur durée varient chaque année.

## Profil des visiteurs et visiteuses des musées municipaux

Nous présentons ici les tendances générales du profil sociodémographique du public des musées municipaux, sur la base des données agrégées des musées. Il convient de rappeler qu'il existe des différences entre les institutions, comme nous pourrions le constater dans les analyses de données par musée<sup>2</sup>.

Les analyses de cette rubrique incluent les musées suivants qui font partie du protocole de collecte R en 2019, soit 8 sites :

**Musée Ariana**

**Musée d'art et d'histoire**, site Charles-Galland

**Musée Rath**

**Maison Tavel**

**Cabinet d'arts graphiques**

**Musée d'ethnographie Genève**

**Muséum d'histoire naturelle**

**Musée d'histoire des sciences**

L'institution des **Conservatoire et Jardin botaniques**, dont la spécificité est d'être un musée en plein-air, est analysée séparément.

Les espaces d'exposition dépendants de la **Bibliothèque de Genève**, soit l'Espace Ami-Lullin et le Musée Voltaire, ne font pas partie du protocole de collecte R pour l'instant.

Enfin, étant donné les modalités de collecte de données différentes entre les institutions mises en place depuis 2018 (modalités de collecte « recensement » ou « échantillonnage », voir Méthodologie en annexe), l'analyse ci-après sur le profil du visiteur porte sur des données pondérées par musée.

Précisons encore que le programme « Connaissance des publics » s'adapte et cherche à se perfectionner d'année en année. Les données actuelles sont donc exposées dans l'état de nos connaissances et sont susceptibles d'évoluer l'an prochain<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> On relève aussi des différences dans la qualité de collecte des données selon les institutions et les années.

<sup>3</sup> Le MEG dispose de données sur le profil socio-démographique des participant-e-s à ses activités de médiation culturelle et ces données sont incluses dans les analyses ; dans les autres musées, à l'heure actuelle, on ne dispose que partiellement, voire aucunement, des données socio-démographiques relatives à la médiation. Un travail de développement et d'harmonisation des collectes de ces informations doit être développé.

## Genre

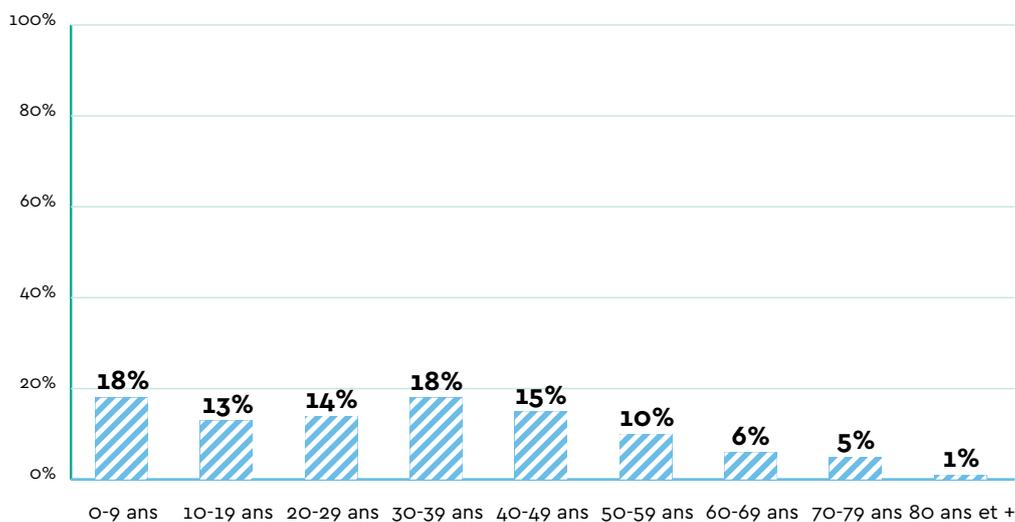
Au fil des ans, le public des musées municipaux, toutes institutions confondues, reste composé plus largement de femmes (56%) que d'hommes (44%)<sup>4</sup>.



n = 695'002 – données pondérées et non-rép.: 17%

## Classes d'âge

Toutes les catégories d'âge sont représentées parmi les visiteurs et visiteuses des musées du DCS. La tranche d'âge des 20-59 ans, représente le 57% du public, tandis que les jeunes (moins de 20 ans) constituent près du tiers des visiteurs et visiteuses (31%). Les seniors, de 60 ans et plus, sont présents dans les musées à hauteur de 12%. La distribution par âge varie toutefois selon les institutions, tel qu'on pourra le constater plus loin dans les analyses par musée.

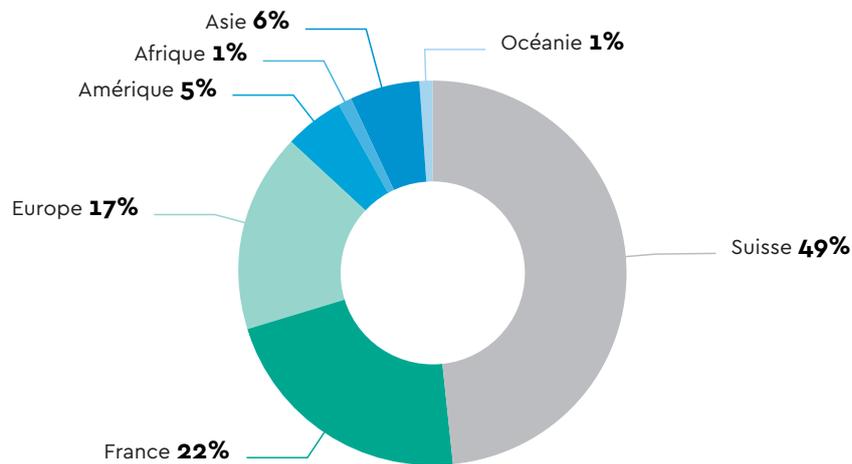


n = 721'208 – données pondérées et non-rép.: 14%

<sup>4</sup> Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 17% (n= 140'611 – données pondérées), qui provient principalement des formulaires R-groupe pour lequel le genre des enfants n'est pas renseigné; lors d'événements à forte affluence certains musées consignent le nombre de personnes qui y ont assisté sans collecter l'information sur le genre.

## Région du monde d'habitation

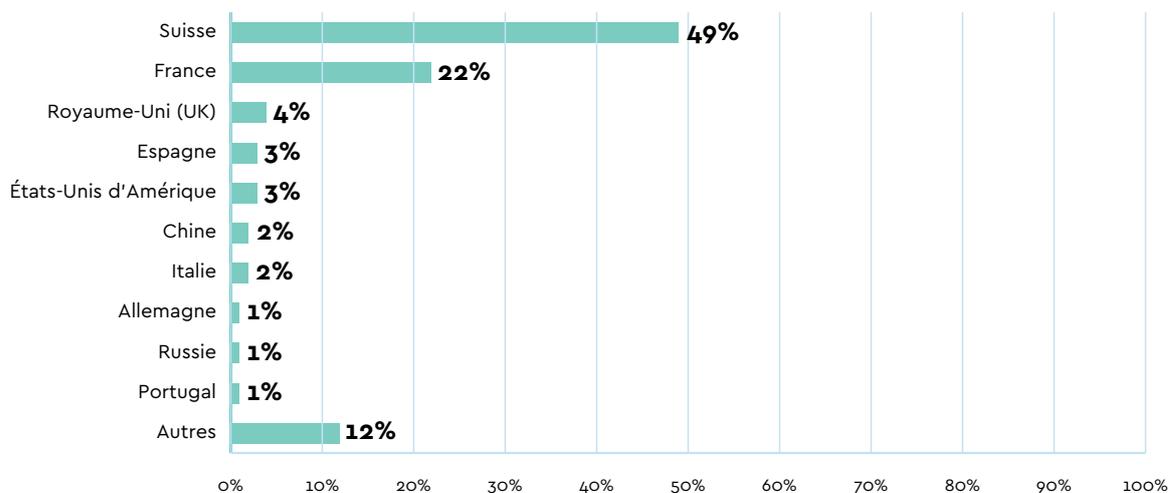
Si l'on considère la provenance du public selon la région du monde, près de cinq visiteurs et visiteuses sur dix sont domiciliés en Suisse (49%), quatre visiteurs et visiteuses sur dix proviennent d'Europe (39%) et plus d'un sur dix résident sur les autres continents du globe (13%).



n = 754'179 – données pondérées et non-rép.: 10%

## Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

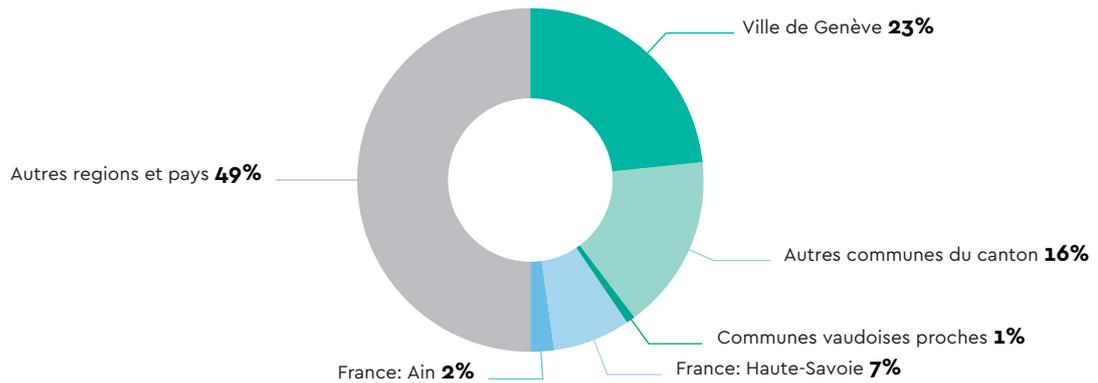
L'analyse des données selon le pays d'habitation montre que la provenance reste très stable d'une année à l'autre. Le 88% des visiteurs et visiteuses proviennent de dix pays seulement, lesquels sont les mêmes qu'en 2017 et 2018. Ce chiffre ne doit pas sous-estimer la variété d'origine géographique des visiteurs et visiteuses qui reste très riche au sein des musées du DCS. En 2019, comme en 2017 et 2018, tous musées confondus, on répertorie des visiteurs et visiteuses en provenance de 194 pays.



n = 754'179 – données pondérées et non-rép.: 10%

### Commune d'habitation

Un regard sur la provenance du public à l'échelle régionale montre qu'en 2019 encore, la majorité reste domiciliée en Ville de Genève, soit 23%, tandis que 16% habite dans les autres communes du canton; ainsi près d'un visiteur ou visiteuse des musées municipaux sur quatre habite le canton. Les résident-e-s des communes vaudoises proches, et des départements de Haute-Savoie et de l'Ain composent le 10% des visiteurs et visiteuses.



n = 754'179 - données pondérées et non-rép. : 10%



## Focus

### Les publics touristiques des musées

**51%** des visiteurs et visiteuses résident à **l'étranger**.<sup>A</sup>

**22%** de visiteurs et visiteuses en provenance de **France**.<sup>B</sup>

**3 sites** accueillent la plus grande part de touristes de l'étranger.<sup>C</sup>



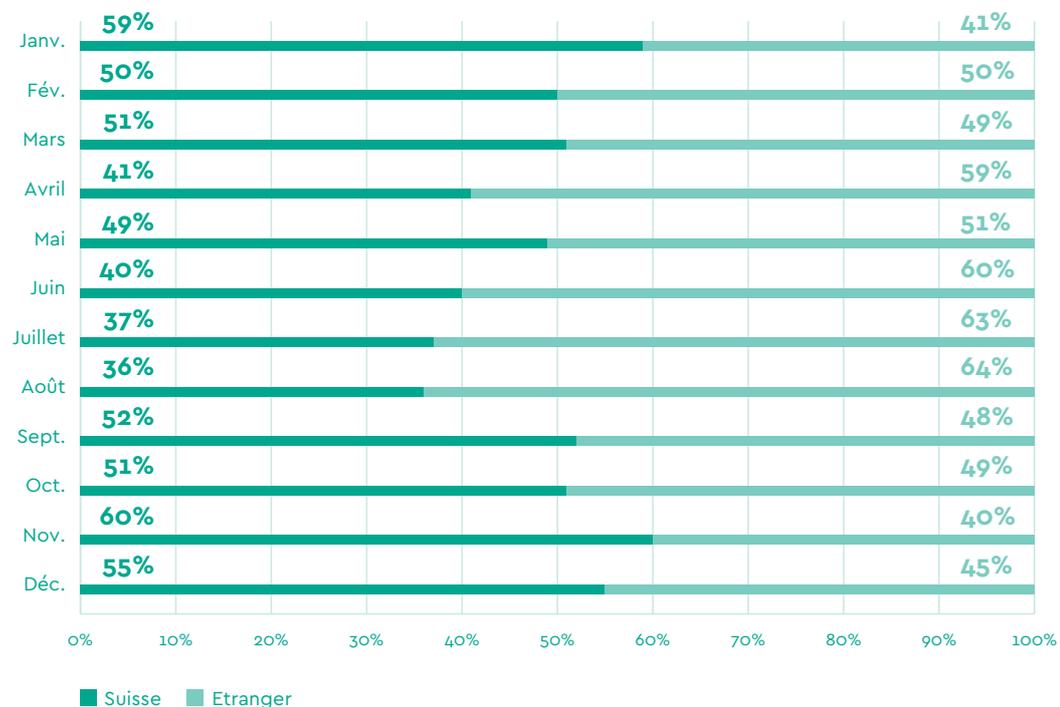
Maison Tavel **71%**

Musée Ariana **70%**

Musée d'histoire des sciences **64%**

Les mois de juillet et août, suivi de avril et juin, sont les périodes de l'année qui comptent le plus de visiteurs résidant à l'étranger dans nos musées ; ces mois correspondent aussi à des périodes de vacances, avec la venue de touristes et le départ des résidents locaux.

#### Lieu de résidence



n = 754'179 - données pondérées et non-rép.: 10%

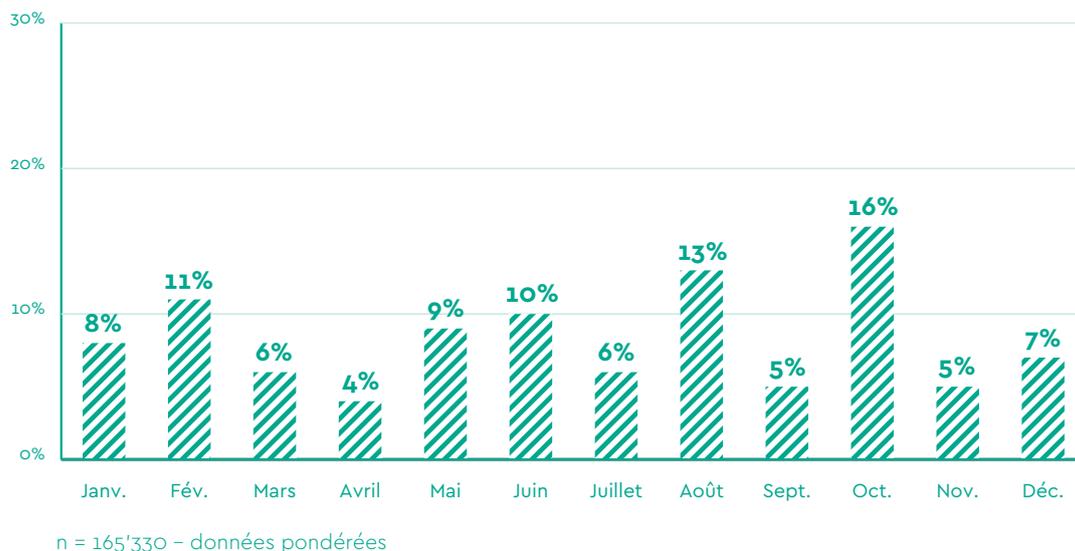
<sup>A</sup> 52% en 2018

<sup>B</sup> Idem en 2018

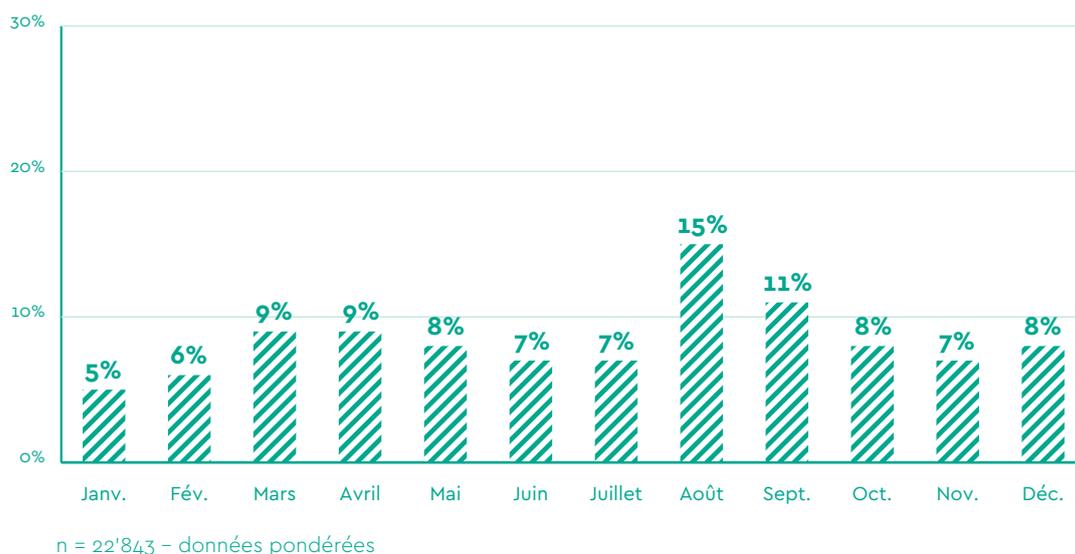
<sup>C</sup> Tendence identique aux années précédentes bien que les chiffres soient inférieurs en 2019.

Si l'on s'intéresse aux quatre pays étrangers les plus représentés dans les institutions, soit la France, l'Espagne, les Etats-Unis et la Chine<sup>D</sup>, on note que la présence de leurs résident-e-s est la plus forte les mois suivants :

### France : octobre, août, février (> 10%)

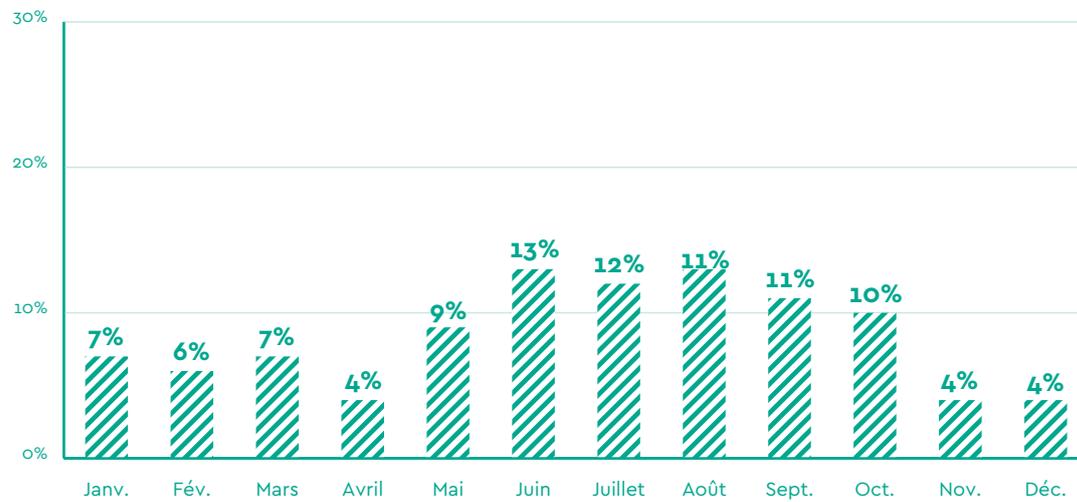


### Espagne : août et septembre (> 10%)



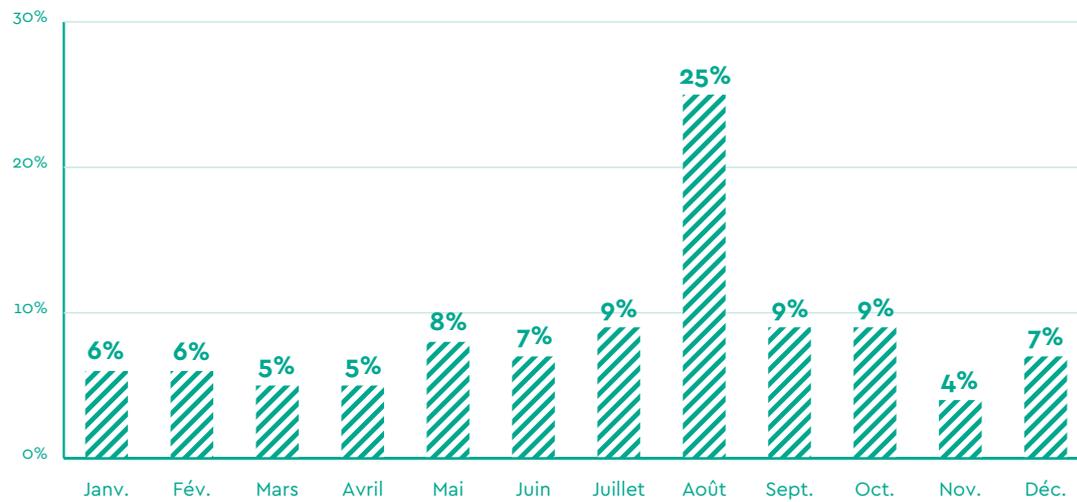
<sup>D</sup> Données indisponibles pour le Royaume Uni

## Etats-Unis : juin à octobre (> 10%)



n = 19'291 - données pondérées

## Chine : août (> 10%)



n = 18'195 - données pondérées

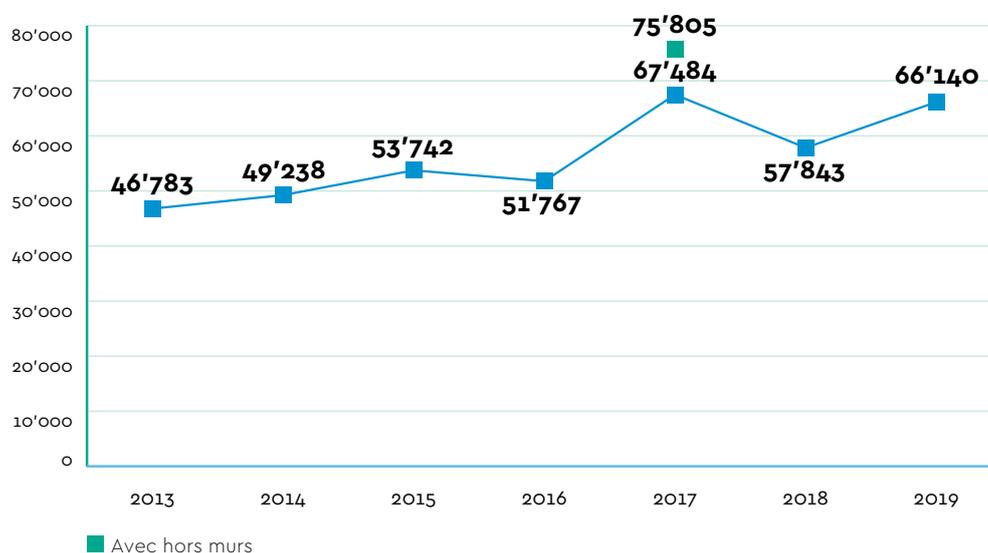
## Les données 2019 par musée

### Musée Ariana

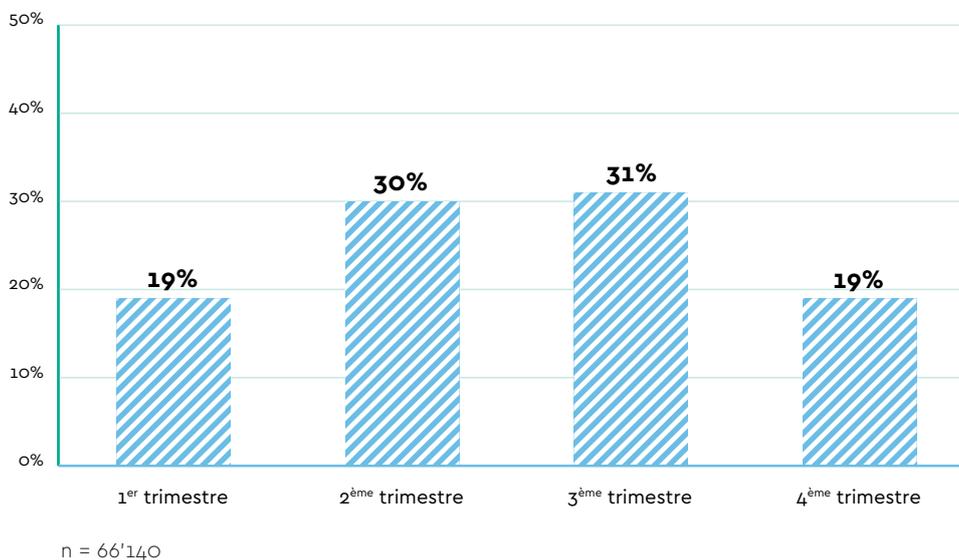
#### Fréquentation

La fréquentation du Musée Ariana s'élève à 66'140 visites en 2019, soit plus de 8'000 visites que l'an passé. Comme en 2018, les 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestres de l'année ont été les plus fréquentés, mais c'est le mois de mai qui a rencontré la plus grande affluence avec 14% des visites annuelles (n = 9'049 visites), suivi des mois d'août et septembre (11%). Les journées du samedi et du dimanche restent les plus fréquentées avec respectivement 23% et 24% des visites hebdomadaires, à lui seul le week-end totalise ainsi 47% des entrées.

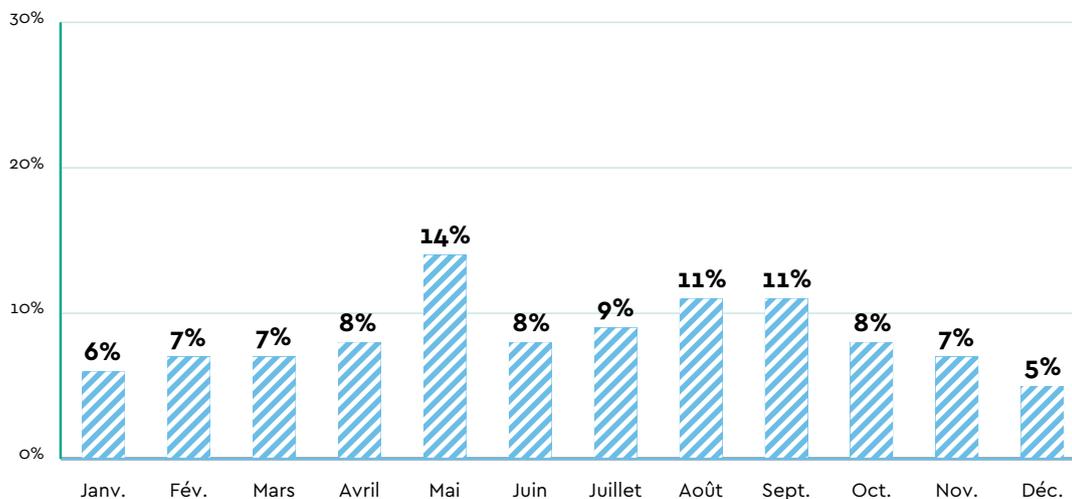
#### Evolution de la fréquentation annuelle



#### Fréquentation par trimestre

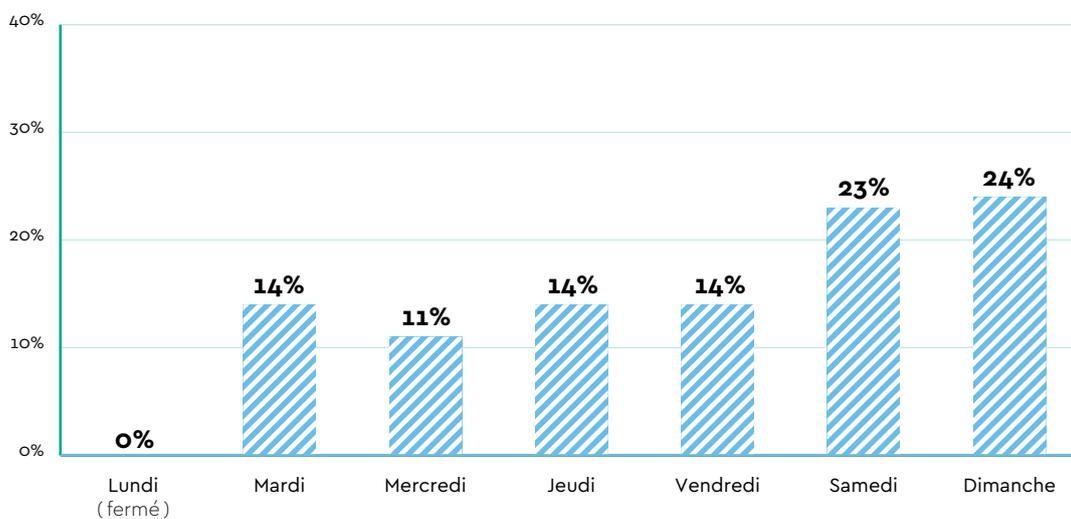


## Fréquentation mensuelle



n = 66'140

## Fréquentation hebdomadaire<sup>5</sup>



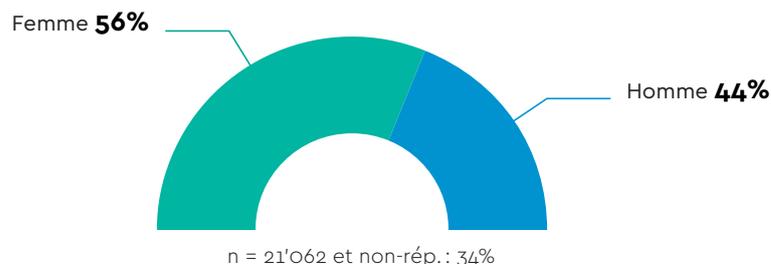
n = 66'140

<sup>5</sup> Certains événements exceptionnels (par exemple la Nuit des musées,...) peuvent modifier la distribution de la fréquentation hebdomadaire régulière.

## Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

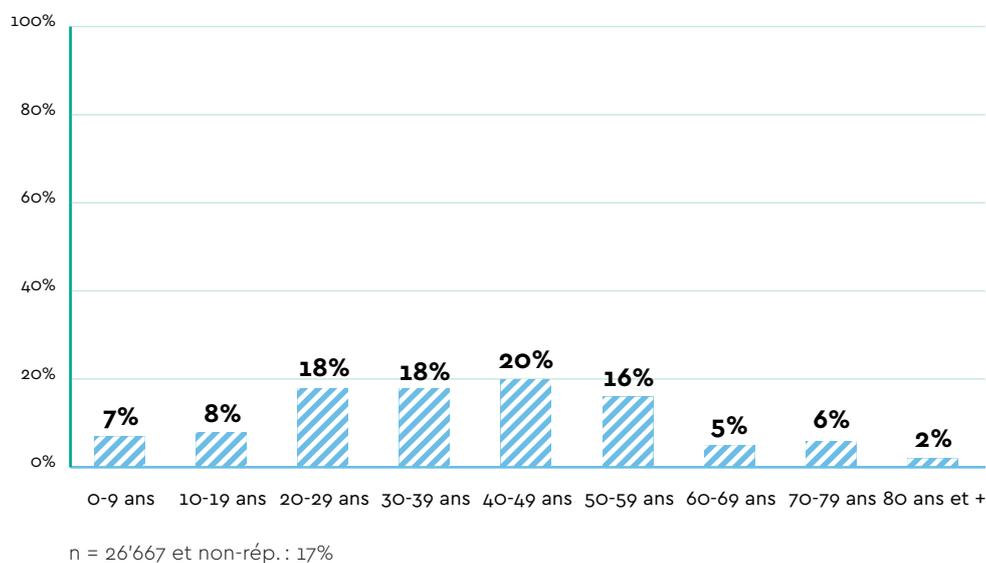
### Genre

En 2019, le public reste composé plus largement de femmes, à hauteur de 56 % contre 44% d'hommes<sup>6</sup>; par rapport à 2018, la part d'hommes est légèrement supérieure cette année (41% en 2018)



### Classes d'âge

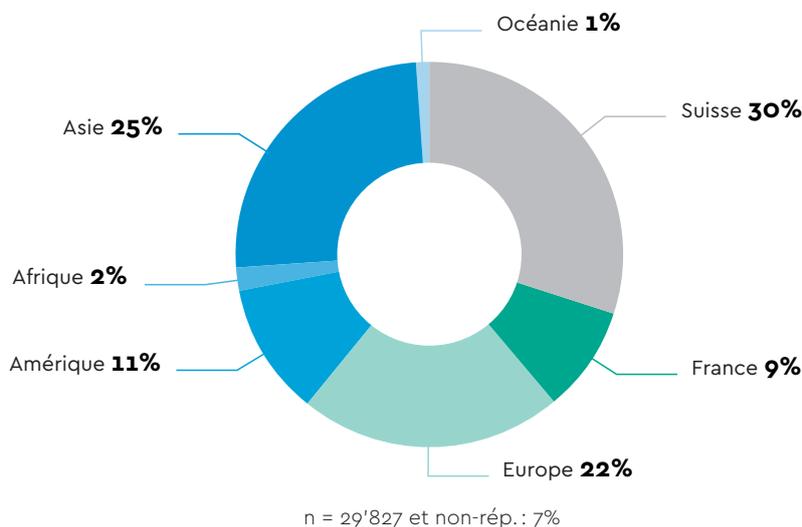
Près de trois-quarts (72%) des visiteurs et visiteuses du musée sont âgé-e-s de 20 à 59 ans. Les 60 ans et plus représentent 13% du public et les moins de 20 ans 15%.



<sup>6</sup> On note un taux de non-réponse élevé sur cette variable, 34%, il provient principalement des formulaires R-groupe, pour lequel la saisie du genre des enfants n'est pas disponible.

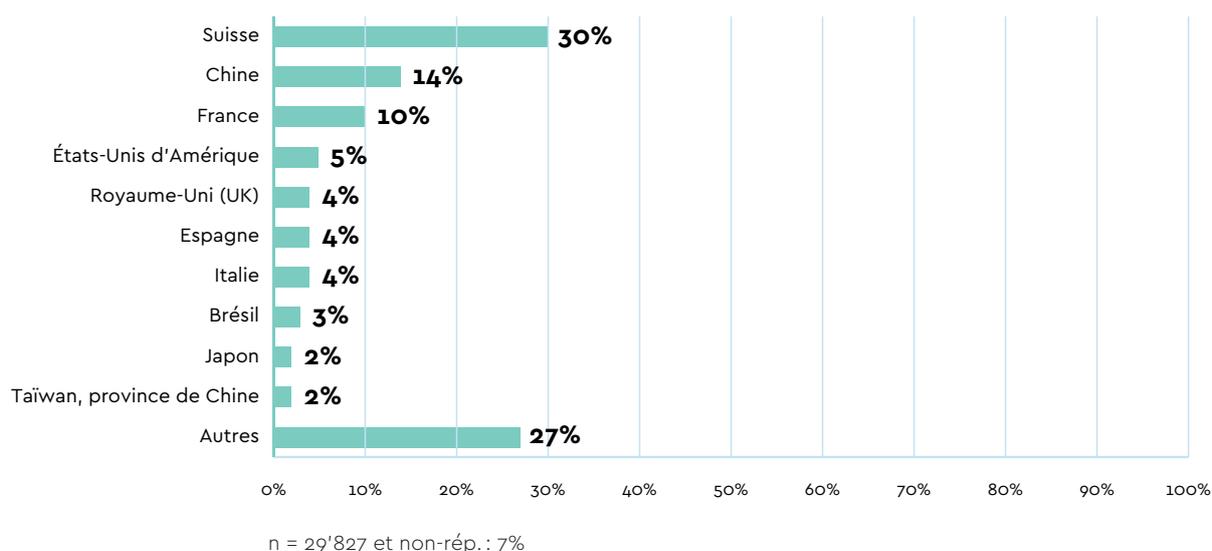
## Région du monde d'habitation

Les visiteurs et visiteuses européens, France inclus, restent les plus nombreux (36%). 30% résident en Suisse, soit le taux le plus élevé depuis 2017, et un quart du public réside en Asie (25%); la proportion de visiteurs et visiteuses en provenance d'Asie demeure très élevée cette année encore, ce comparativement aux autres institutions.



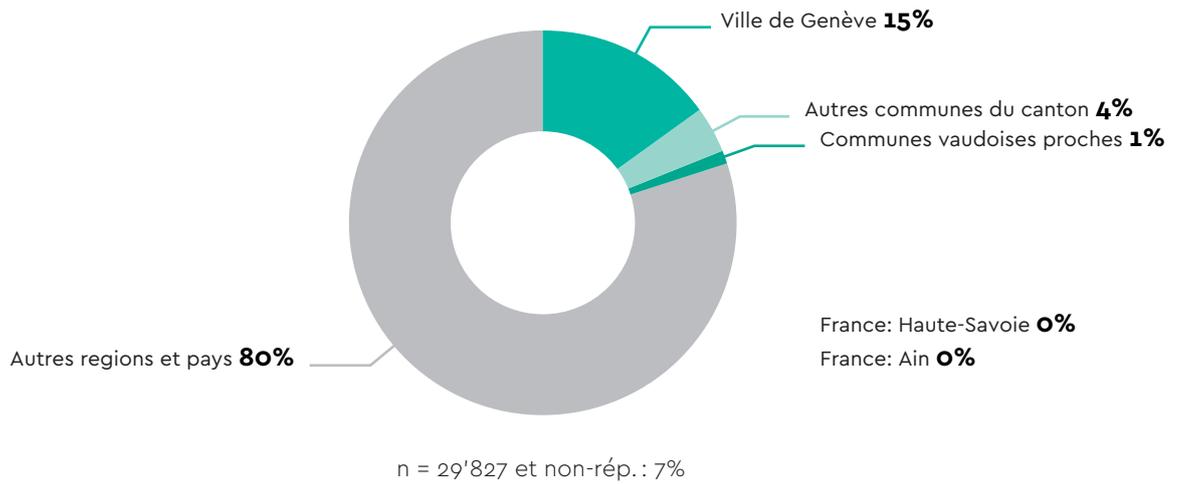
## Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

Si l'on considère le pays d'habitation, la Chine demeure en 2019 le second pays le plus représenté (14%), après la Suisse, laquelle on l'a noté représente le 30% du public, suivi de la France (10%). Dans les pays d'Asie, le Japon et Taïwan arrivent en 9<sup>e</sup> et 10<sup>e</sup> positions.



### Commune d'habitation

A l'échelle régionale, on constate en 2019 que la majeure partie du public reste domiciliée en Ville de Genève, soit 15% ; cette proportion est d'ailleurs plus élevée qu'en 2018 où elle s'élevait à 10% ; 4% du public provient des autres communes du canton. Les résidents des régions environnantes (communes vaudoises proches, Haute-Savoie et Ain) ne sont que 1% à visiter le musée.



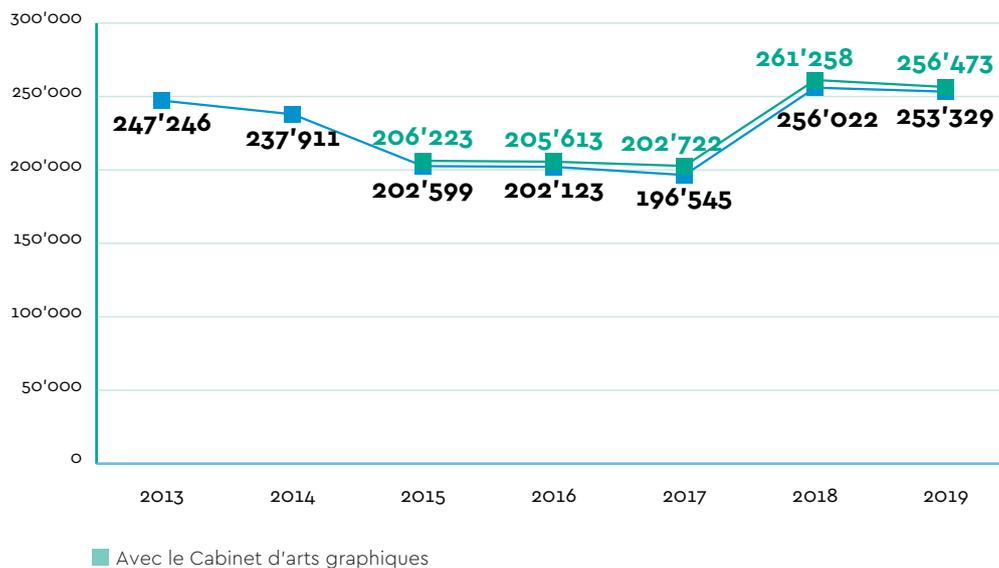
## Musée d'art et d'histoire

Le Musée d'art et d'histoire de Genève comprend plusieurs sites: le Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland, le Musée Rath, la Maison Tavel et le Cabinet d'arts graphiques.

La fréquentation totale incluant les quatre sites varie au cours des années, elle fluctue entre environ 200'000 et 260'000 visites tous sites confondus ; en 2019, elle s'élève à 256'473 visites.

## Fréquentation

### Evolution de la fréquentation annuelle



Musées d'art et d'histoire  
(Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland, Musée Rath, Maison Tavel, Cabinet d'arts graphiques)

## Musée d'art et d'histoire - site Charles-Galland

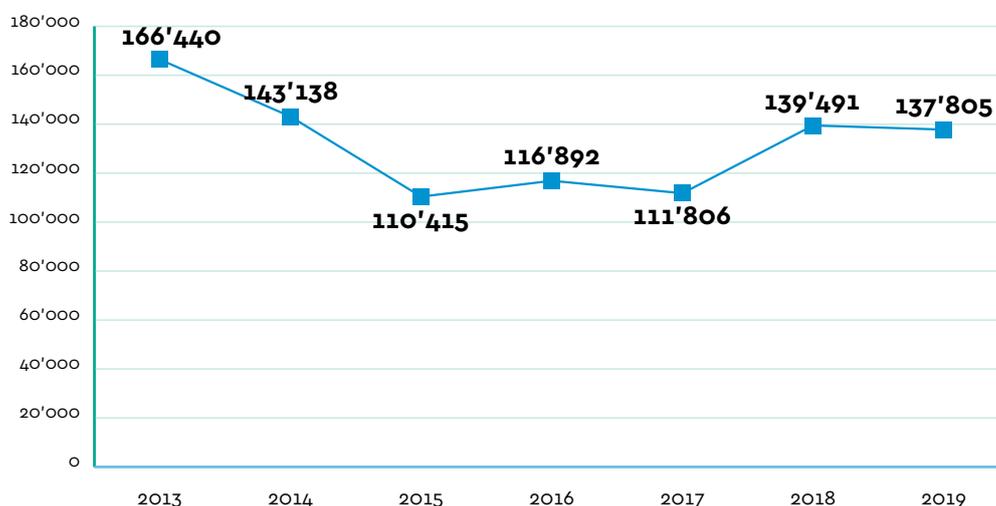
### Fréquentation

La fréquentation du Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland est de 137'805 visites en 2019, très proche de celle de 2018 qui comptait 139'491 visites.

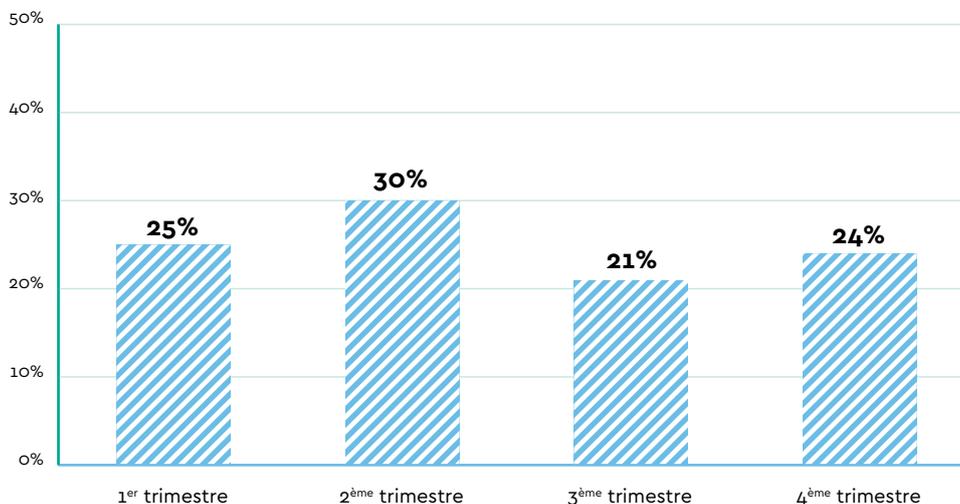
Le 3<sup>e</sup> trimestre de l'année a été le moins fréquenté en 2019 (21%); on dénombre sur le site Charles-Galland entre 8'000 et 15'000 visites selon les mois, les mois de janvier, juillet et décembre étant les moins fréquentés (6%).

Les week-ends sont les jours les plus fréquentés, 20% du public visite le musée le samedi et 25% le dimanche, entre 11% et 16% des visiteurs et visiteuses viennent les autres jours de la semaine.

### Evolution de la fréquentation annuelle

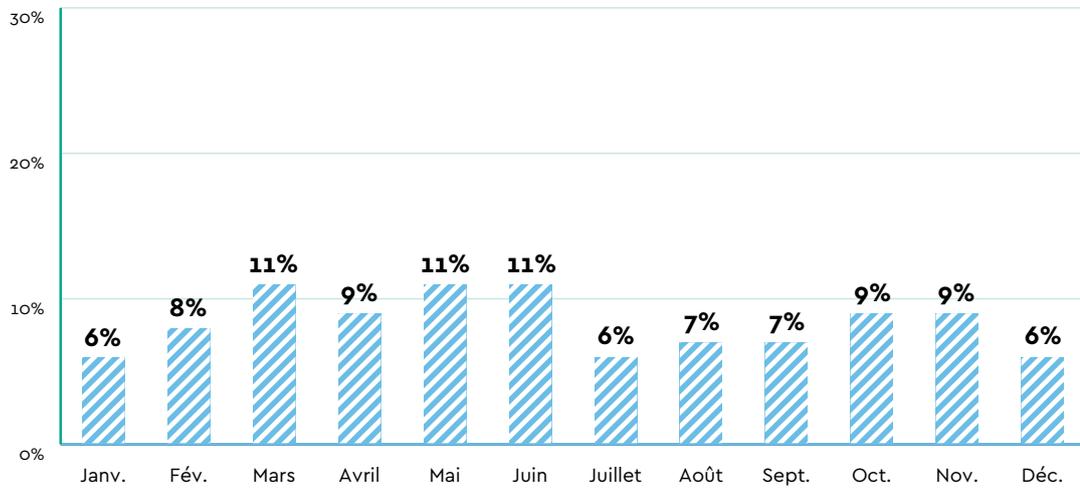


### Fréquentation par trimestre



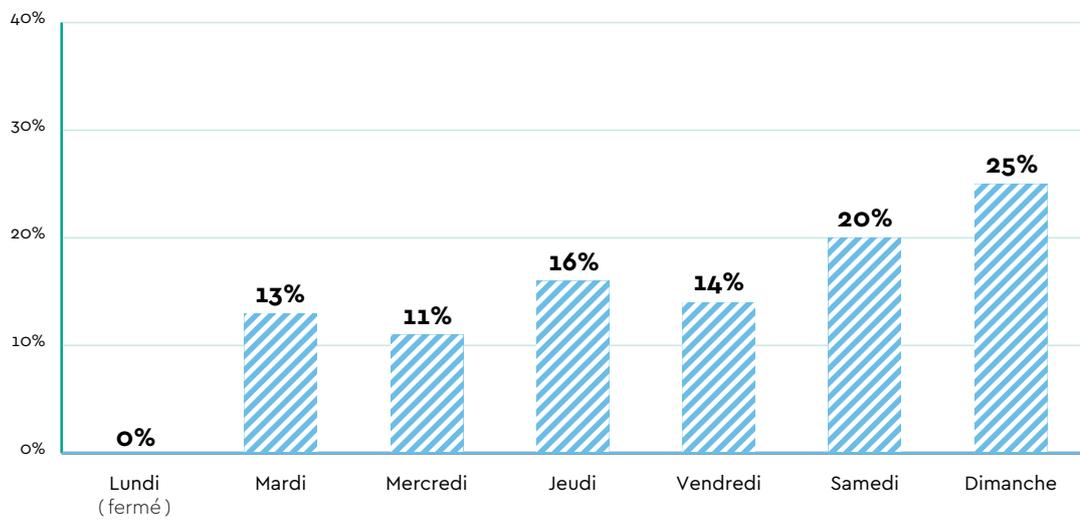
n = 137'805

## Fréquentation mensuelle



n = 137'805

## Fréquentation hebdomadaire

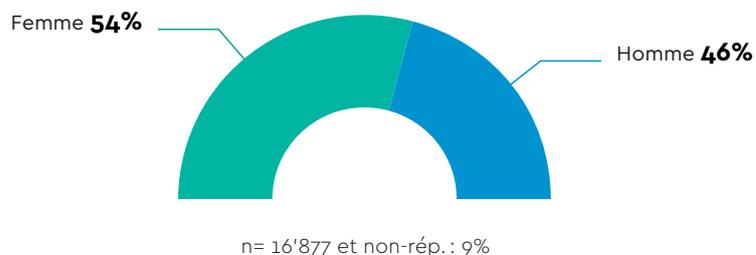


n = 137'805

## Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

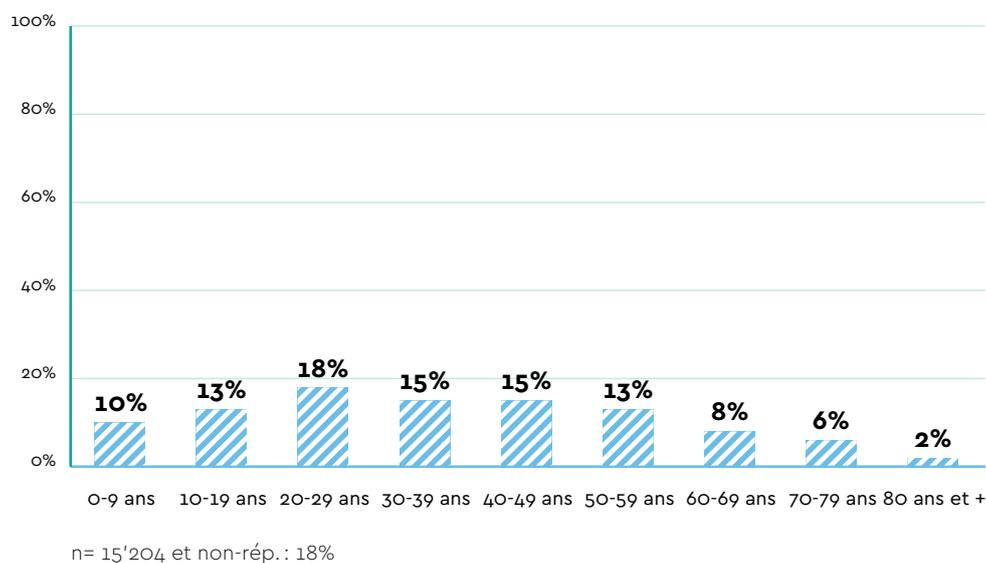
### Genre

Le public du Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland accueille un peu davantage de public féminin puisqu'on compte 54% de femmes et 46% d'hommes.



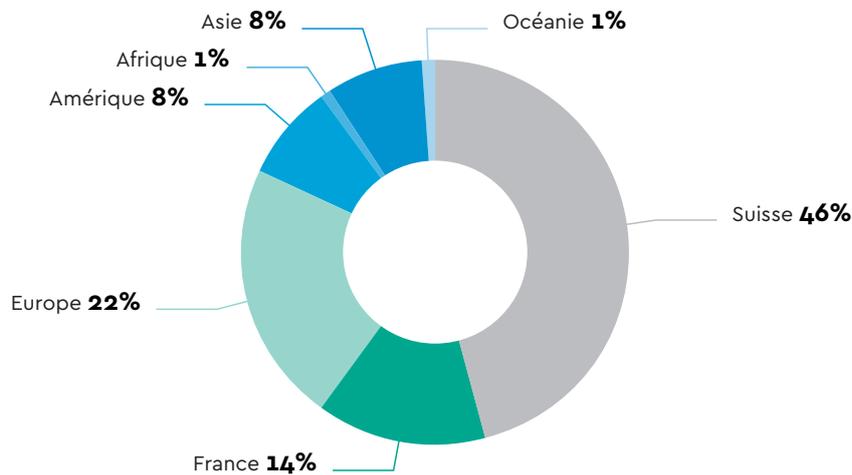
### Classes d'âge

La répartition par âge des visiteurs et visiteuses montre un taux de 23% de jeunes âgés de 0 à 19 ans et de 16% de personnes de 60 ans et plus.



## Région du monde d'habitation

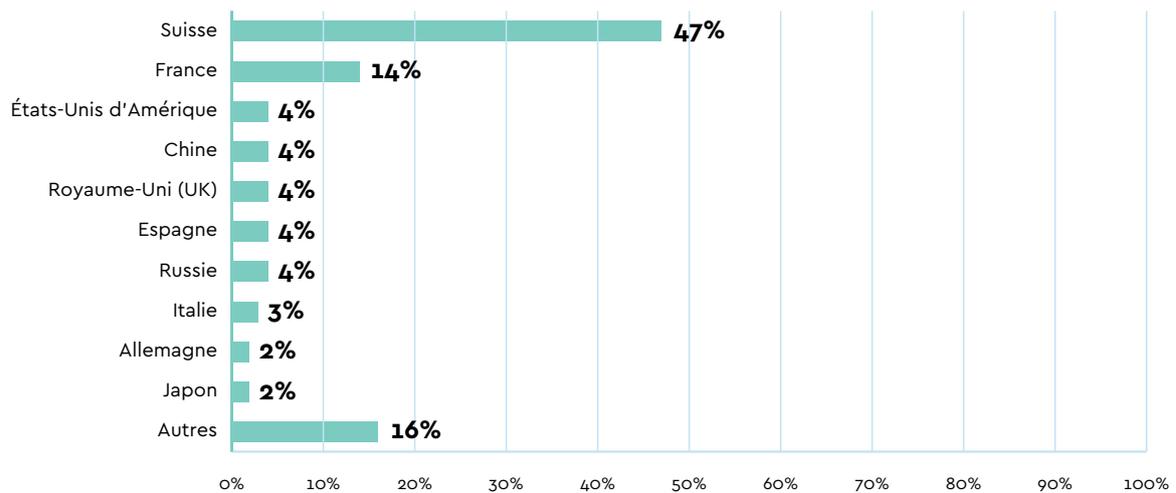
La proportion des visiteurs et visiteuses domiciliés en Suisse est de 46% en 2019 et celle du public domicilié en Europe de 36%, soit un peu inférieure à 2018 (41%). On compte aussi 8% de personnes en provenance du continent américain et la même proportion en provenance du continent asiatique.



n = 15'350 et non-rép. : 17%

## Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

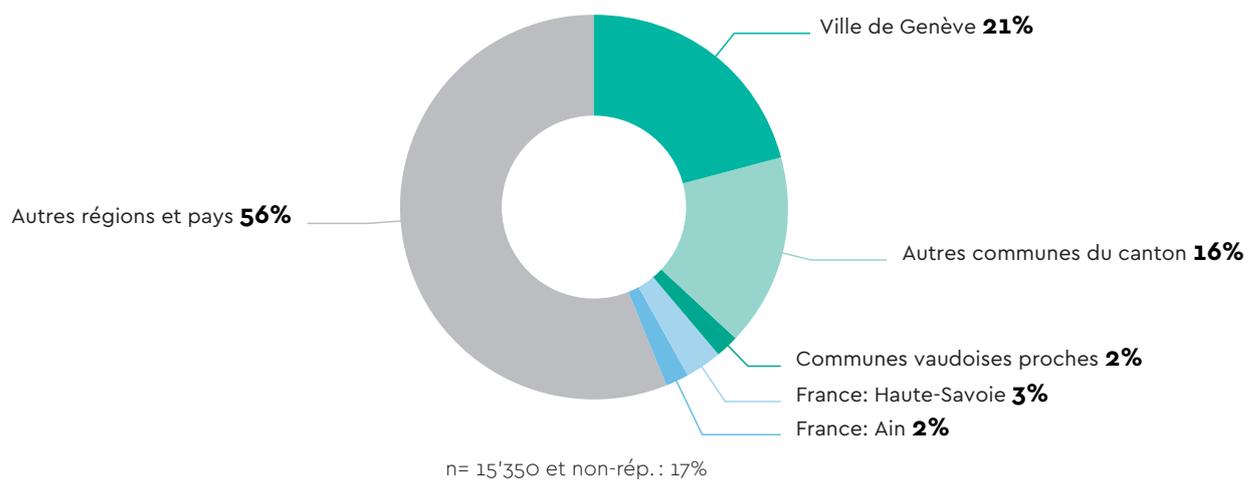
En 2019, comme les années précédentes, la Suisse (47%) et la France (14%) demeurent les deux pays les plus représentés parmi les visiteurs et visiteuses du musée; viennent ensuite, à hauteur de 4% chacun, les États-Unis d'Amérique, la Chine, le Royaume-Uni et la Russie.



n = 15'350 et non-rép. : 17%

### Commune d'habitation

A l'échelle de la région, on observe que la plus grande partie du public réside sur la commune de la Ville de Genève (21%), et que la part des visiteurs et visiteuses des autres communes du canton s'élève tout de même à 16%. Les résident-e-s des communes ou départements environnants du Grand Genève représentent 7% du public du musée.



## Musée Rath

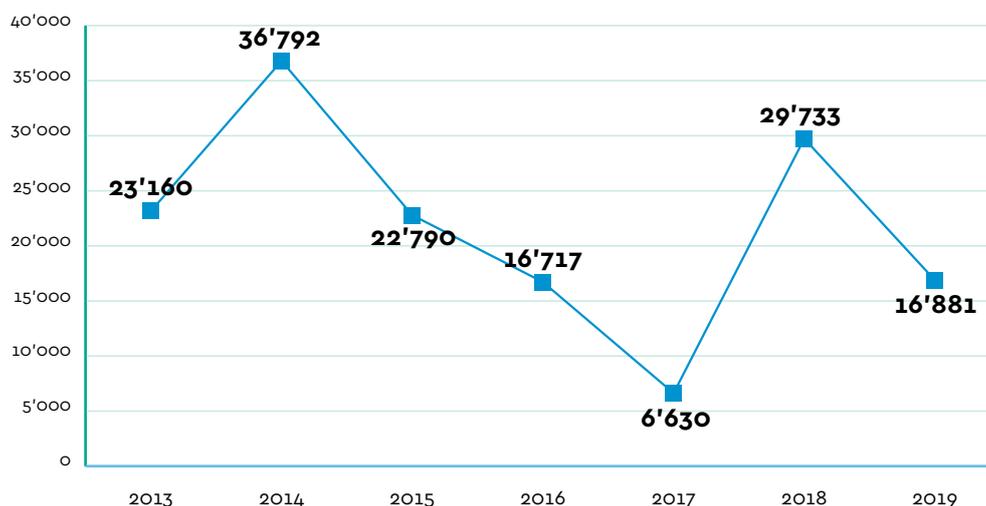
### Fréquentation

Les données 2019 du Musée Rath concerne la période de mi-juin à fin octobre (14.6.2019 – 27.10.2019) durant laquelle a eu lieu l'exposition temporaire « Silences ». Pour ce site, rappelons que les comparaisons annuelles sont difficiles car le nombre d'expositions temporaires organisées, ainsi que leur durée, varient d'une année à l'autre.

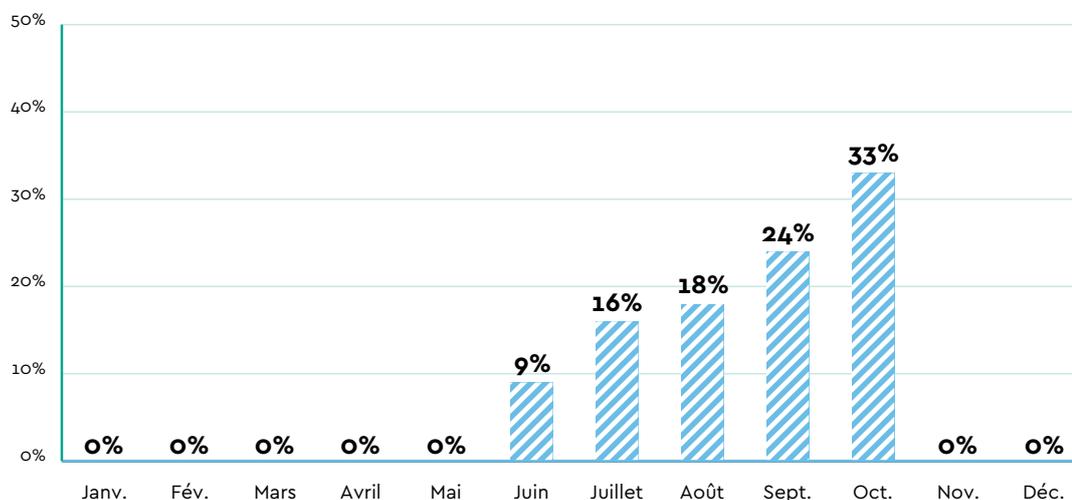
En 2019, la fréquentation du Musée Rath, pour l'exposition temporaire qui a duré près de quatre mois, est de 16'881 visites. La fréquentation mensuelle la plus élevée est mesurée au mois d'octobre, qui est aussi le dernier mois d'exposition : on dénombre plus de 5'550 visites, soit 33% du total des visites.

Un tiers du public (33%) a visité l'exposition le dimanche alors que la fréquentation des autres jours de la semaine varie en 13% et 17%.

### Evolution de la fréquentation annuelle



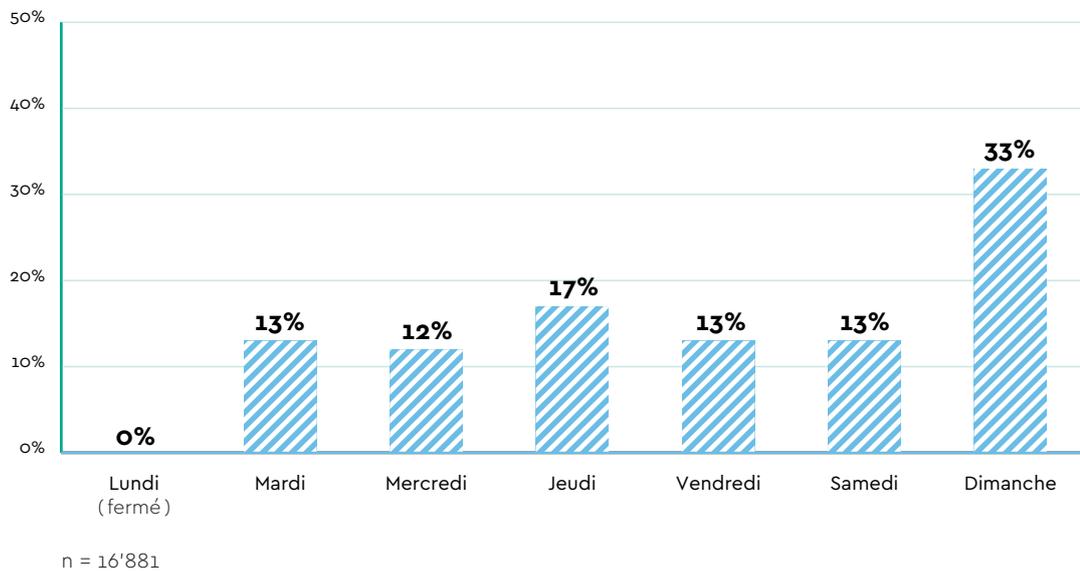
### Fréquentation mensuelle<sup>7</sup>



n = 16'881

<sup>7</sup> Les expositions temporaires n'ayant lieu que durant une partie de l'année, il n'est pas pertinent de présenter une analyse de fréquentation par trimestre.

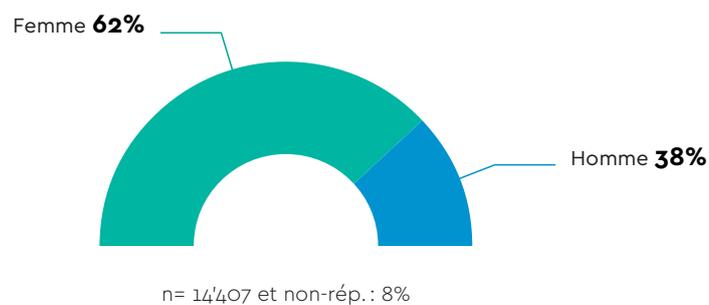
## Fréquentation hebdomadaire



## Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

### Genre

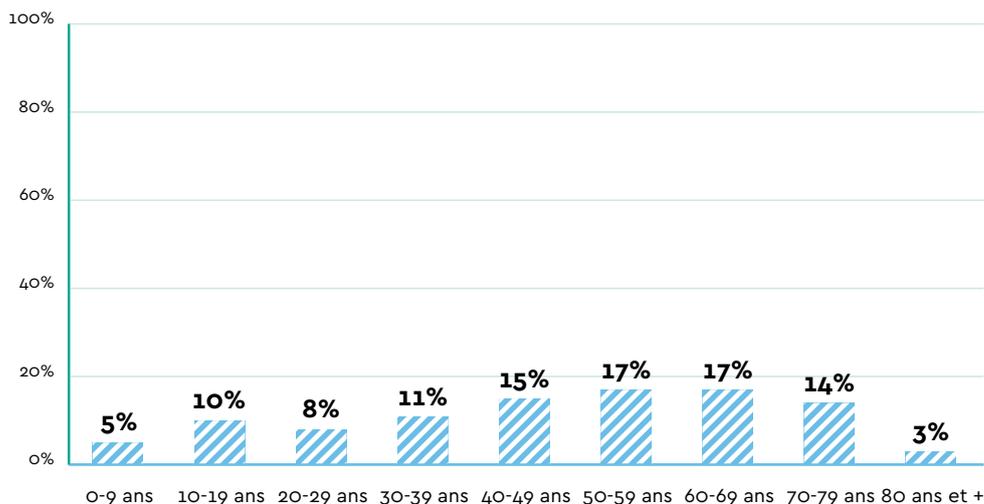
Le public du Musée Rath est composé d'une proportion nettement plus importante de femmes (63%) que d'hommes (37%).



## Classes d'âge

Le Musée Rath est, rappelons-le, un lieu d'exposition temporaire. Selon le type d'exposition proposé, l'âge des visiteurs et visiteuses peut varier fortement d'une année à l'autre.

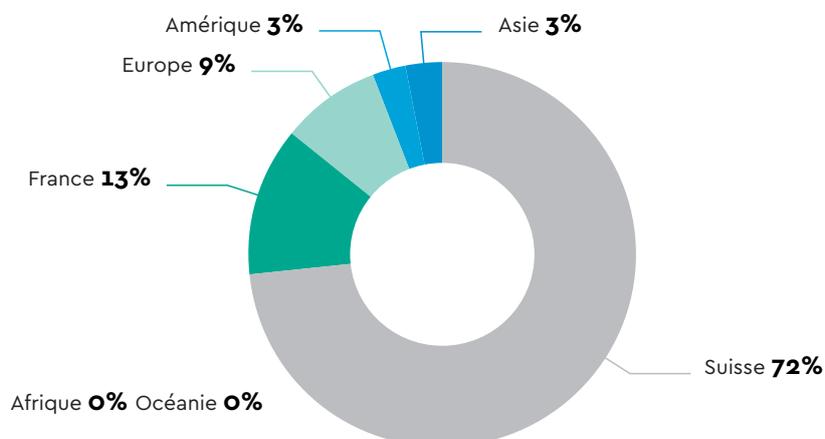
En 2019, le jeune public (0-19 ans) représente 15% des visiteurs et visiteuses et le public des seniors (60 ans et plus) le 34%. Pour cette dernière catégorie, c'est un peu moins qu'en 2018, où elle représentait 44% du public du Musée Rath.



n = 14'777 et non-rép.: 6%

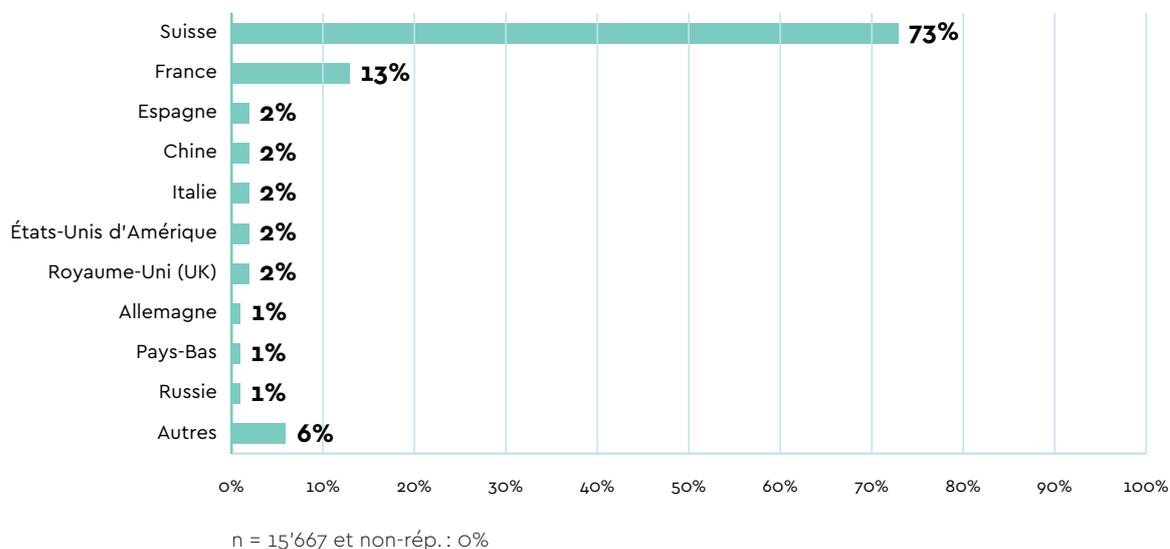
## Région du monde d'habitation

En 2019 à nouveau, la grande majorité du public du Musée Rath réside en Suisse (72% contre 78% en 2018), le reste des visiteurs et visiteuses provient d'Europe (22%, dont 13% de France). On dénombre peu de public d'autres continents (6%).



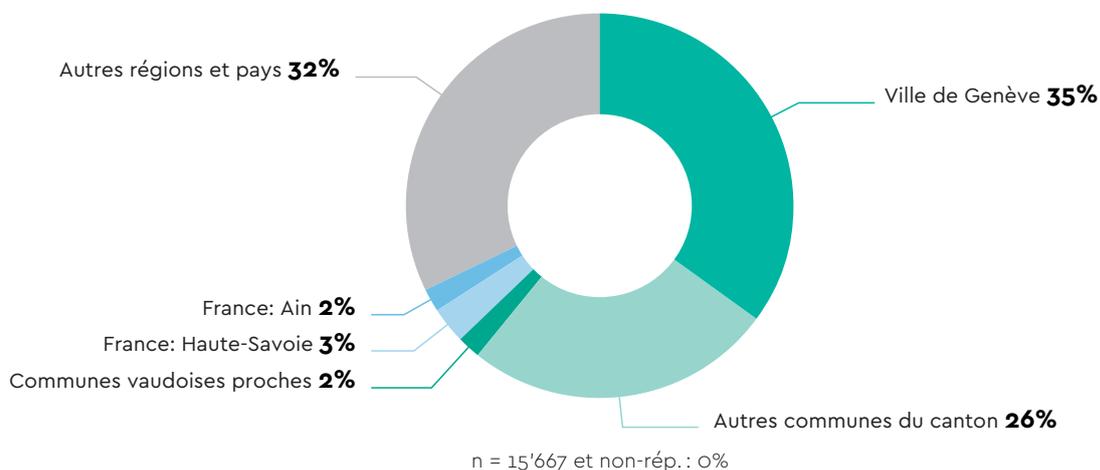
n = 15'667 et non-rép.: 0%

### Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



### Commune d'habitation

Un regard à l'échelle régionale indique que 35% du public est domicilié sur la commune de la Ville de Genève, 26% dans les autres communes du canton et 3% dans les communes vaudoises proches. On relève en 2019 que 10% des visiteurs et visiteuses proviennent du reste de la Suisse (contre 17% en 2018).



## Maison Tavel

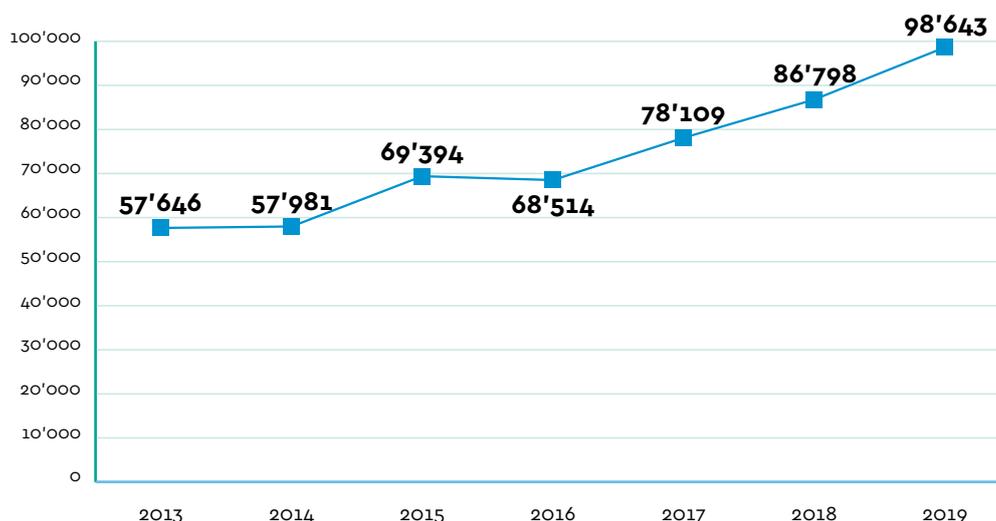
### Fréquentation

La fréquentation de la Maison Tavel continue sa croissance depuis quelques années, en 2019 le nombre de visites a atteint le chiffre de 98'643.

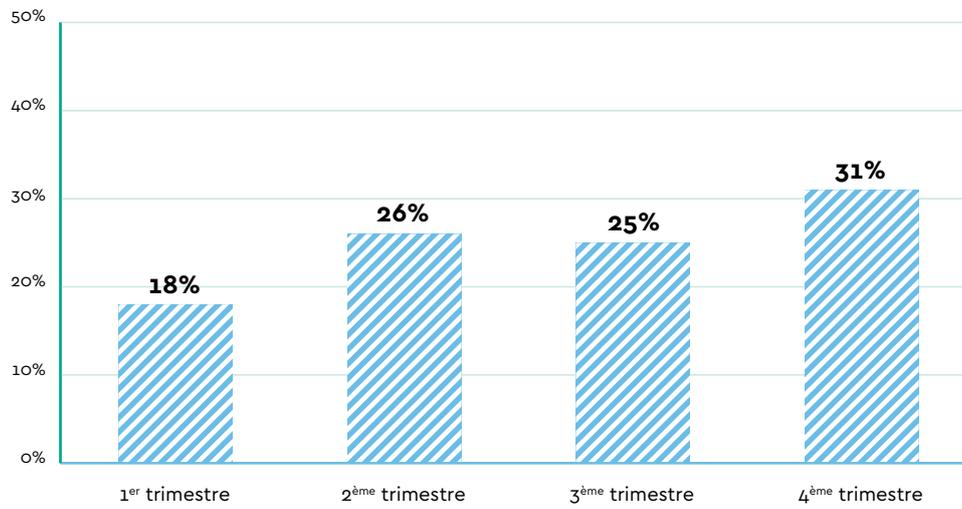
Le 4<sup>e</sup> trimestre de l'année reste la période la plus fréquentée (31%) et tout particulièrement le mois de décembre avec une fréquentation mensuelle de 15% du total annuel, contre 6% à 10% les autres mois de l'année. Ainsi, si le musée compte entre 5'000 à 9'000 visites par mois, il atteint jusqu'à 15'000 visites en décembre. Durant ce dernier mois, l'affluence particulière est liée au week-end de l'Escalade durant lequel la Compagnie 1602 investit les lieux.

En 2019, comme les années précédentes, plus d'un-e visiteur-visiteuse sur deux (51%) vient dans ce musée le week-end, à part égale entre le samedi (26%) et le dimanche (25%).

### Evolution de la fréquentation annuelle

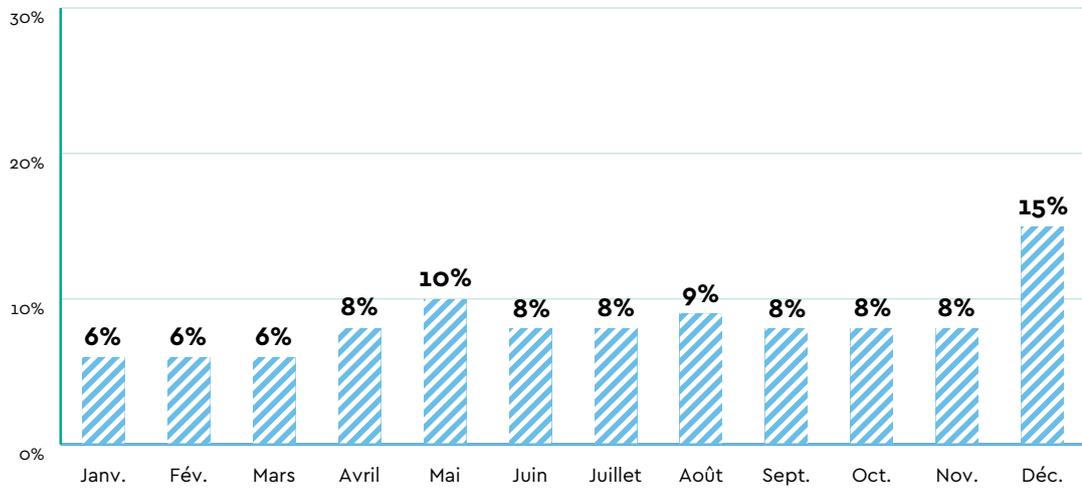


### Fréquentation par trimestre



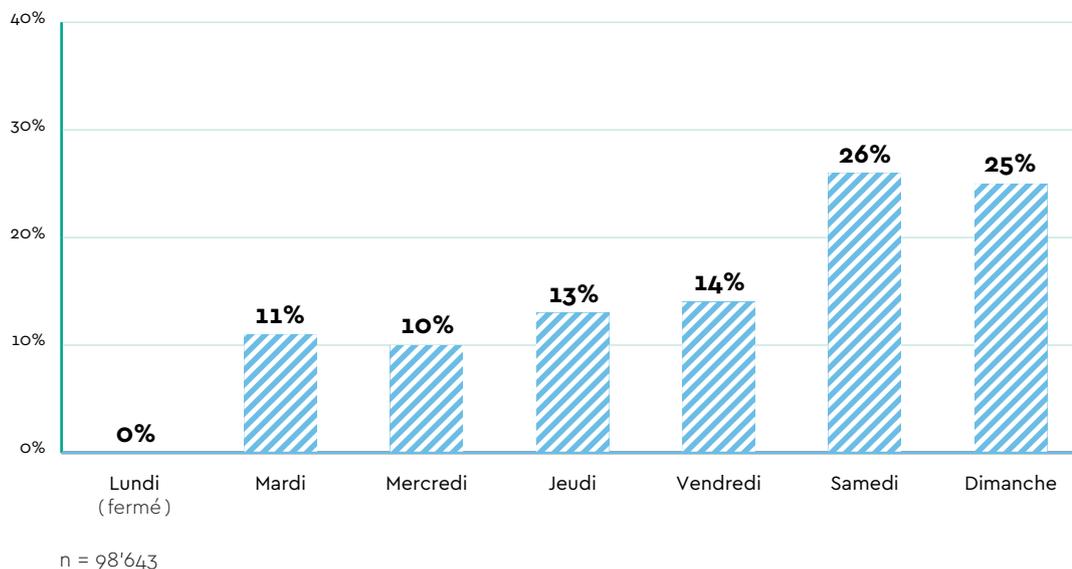
n = 98'643

### Fréquentation mensuelle



n = 98'643

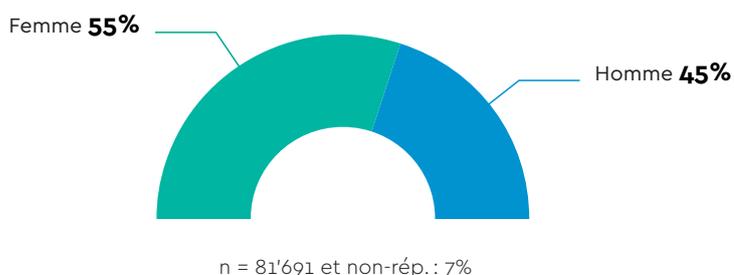
### Fréquentation hebdomadaire



### Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

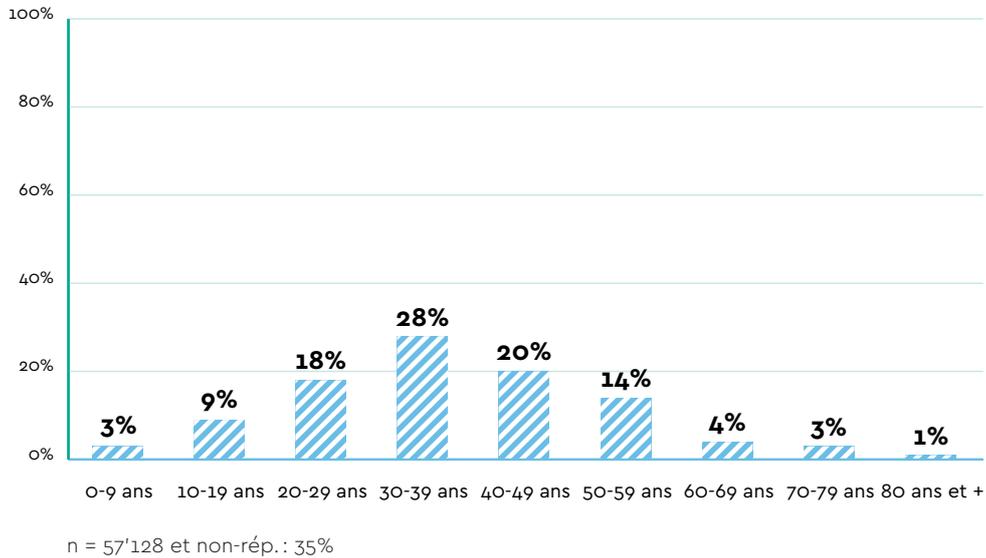
#### Genre

La proportion de public féminin à la Maison Tavel, par rapport au public masculin, reste supérieure en 2019 (55% de femmes et 45% d'hommes).



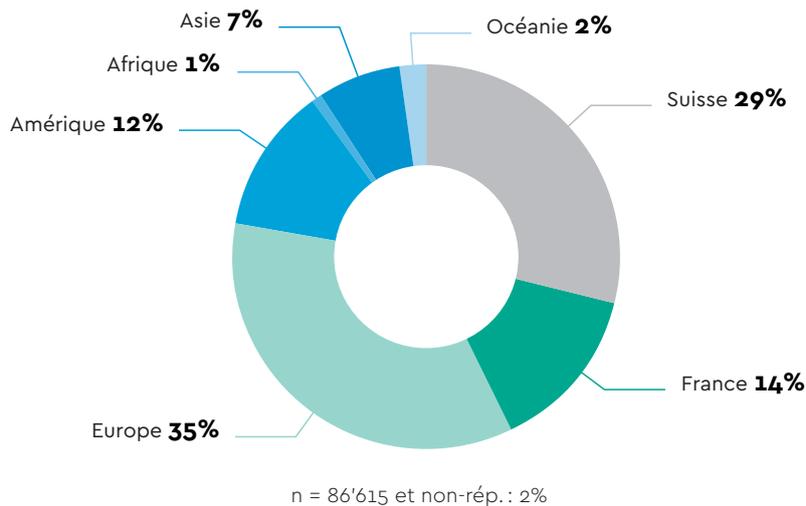
### Classes d'âge

En 2019, les 30-39 ans représentent toujours plus d'un quart des visiteurs et visiteuses (26%). On compte 12% de jeunes de moins de 20 ans et 8% de seniors âgés de 60 ans et plus (12% en 2018).



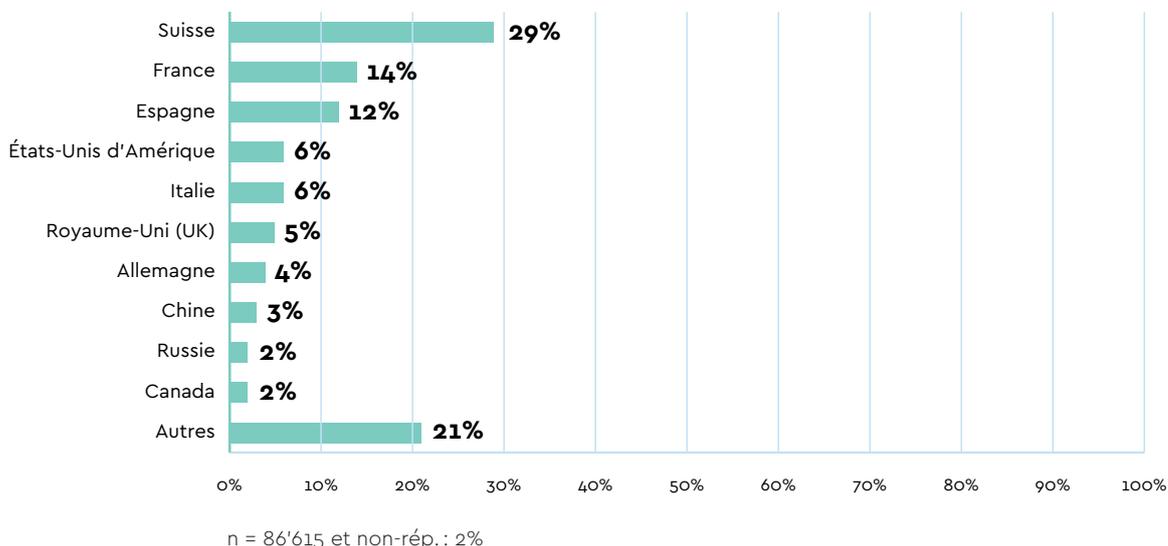
### Région du monde d'habitation

A la Maison Tavel, plus d'un-e visiteur-teuse sur deux est un-e résident-e- européen-e (51%) tandis qu'on compte plus d'un quart de résident-e-s suisses (29%) La part de personnes domiciliées sur le continent américain demeure importante dans ce musée (12%), et c'est le cas aussi au Musée Ariana (11%).



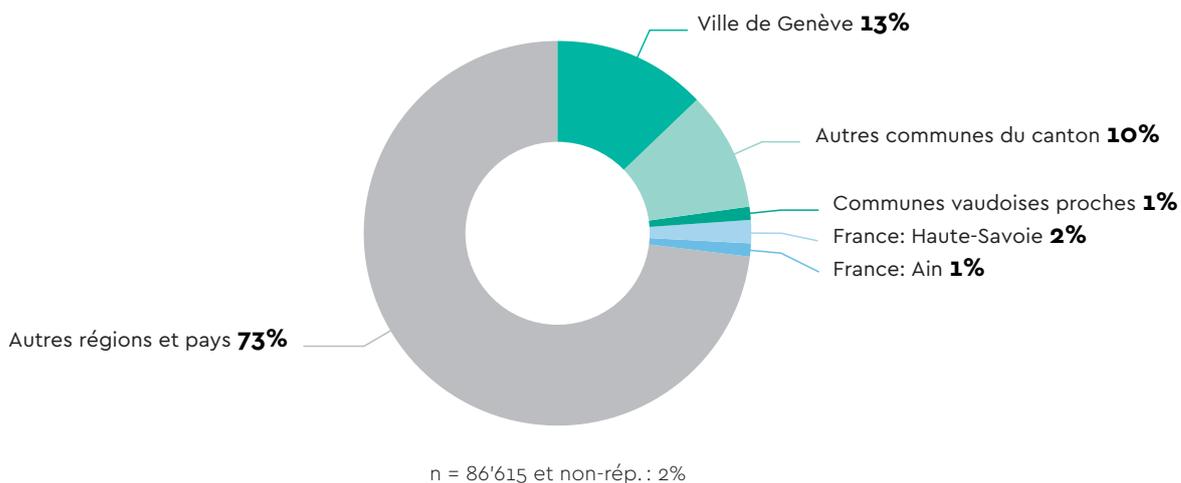
### Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

En 2019, comme observé en 2018, les quatre pays les plus représentés dans ce musée, après la Suisse, sont la France (14%), l'Espagne (12%), les Etats-Unis et l'Italie (6%).



### Commune d'habitation

23% du public sont des visiteurs et visiteuses domicilié-e-s dans le canton, dont 13% en Ville de Genève. La part des résident-e-s des communes vaudoises proches et des départements français frontaliers ne s'élève qu'à 4%.



## Cabinet d'arts graphiques

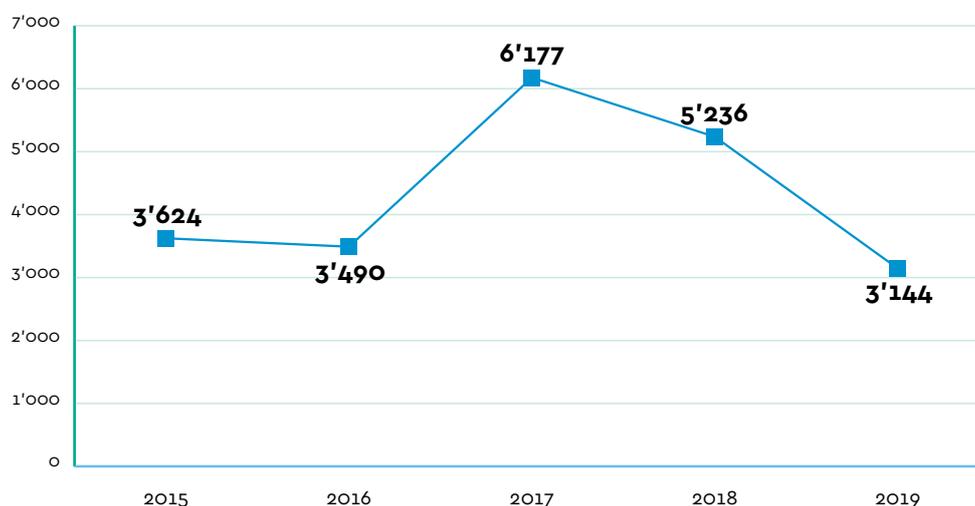
### Fréquentation

En 2019, la fréquentation du Cabinet d'arts graphiques s'élève à 3'144 visites, elle est proche de la fréquentation mesurée en 2015 et 2016.

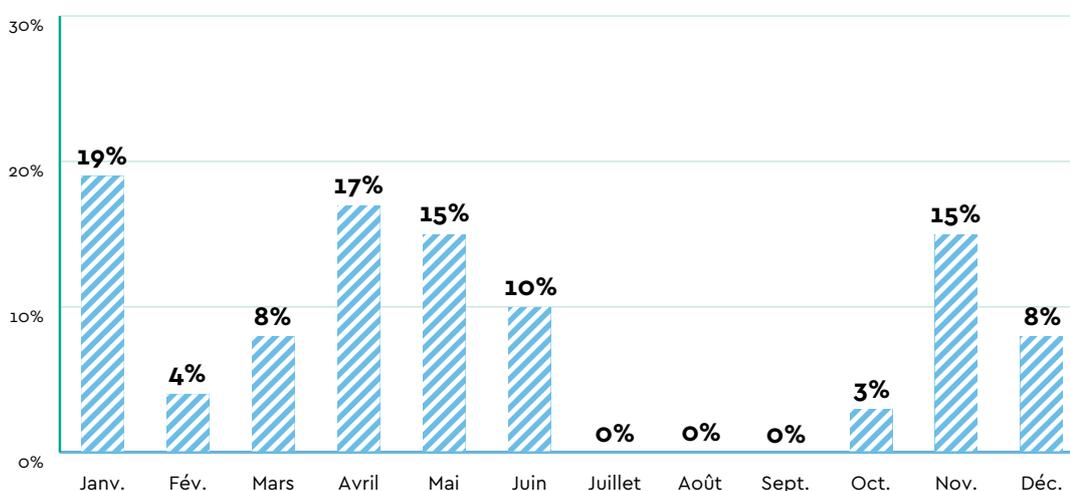
Trois expositions temporaires se sont déroulées durant l'année 2019, la fin de l'exposition « Exclusivement contemporain – La Société suisse de gravure fête ses 100 ans » débutée en octobre 2018 qui s'est poursuivie jusqu'au 3.2.19, puis l'exposition « Apprivoiser la lumière – Claude Lorrain et la perception du paysage » (22.3.19–16.06.19) et enfin « Paul Eliasberg – Paysages de l'âme » (1.11.19–2.02.20).

La journée du dimanche est la plus fréquentée, ce jour-là le site accueille près d'un tiers du public (30%). En 2019, le mardi et le jeudi sont les deux autres jours qui totalisent le plus de visites dans la semaine (17% et 18%) contre 11% à 13% pour les mercredis, vendredis et samedis.

### Evolution de la fréquentation annuelle



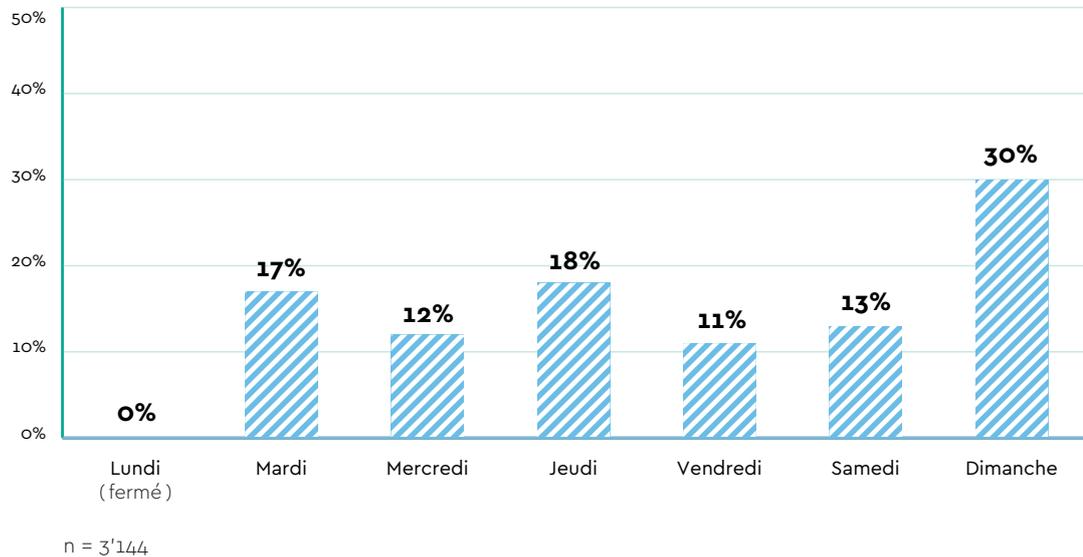
### Fréquentation mensuelle<sup>8</sup>



n = 3'144

<sup>8</sup> Les expositions temporaires n'ayant lieu que durant une partie de l'année, il n'est pas pertinent de présenter une analyse de fréquentation par trimestre.

## Fréquentation hebdomadaire

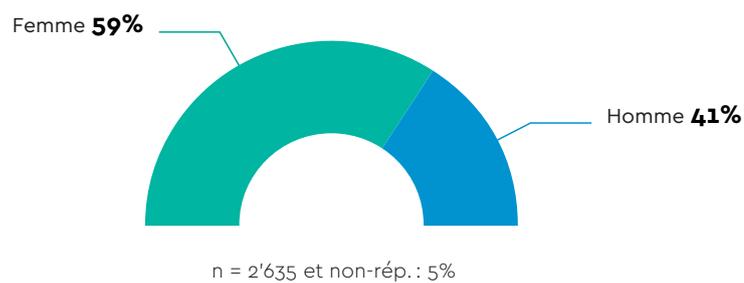


## Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

2019 est la première année de collecte des données complète pour ce site.

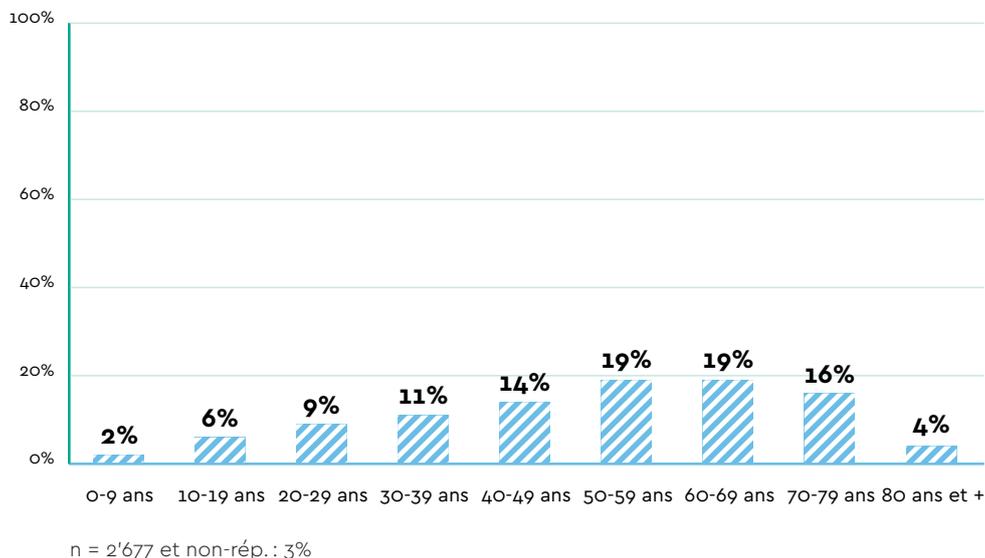
### Genre

Le profil socio-démographique des personnes qui visitent le Cabinet d'arts graphiques est plus féminin, on compte 59% de femmes contre 41% d'hommes.



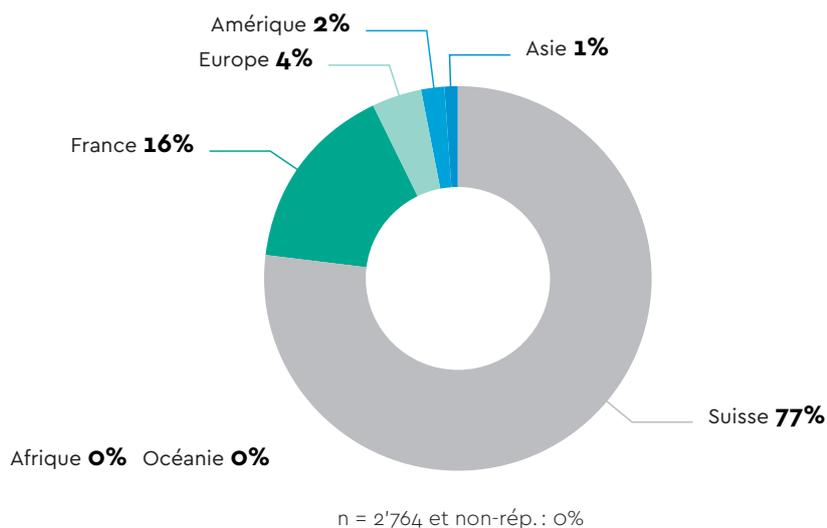
### Classes d'âge

Des personnes de toutes catégories d'âges visitent le site. La part des seniors est élevée puisque les plus de 60 ans représentent 39% du public, alors que les jeunes de moins de 20 ans le 8%.

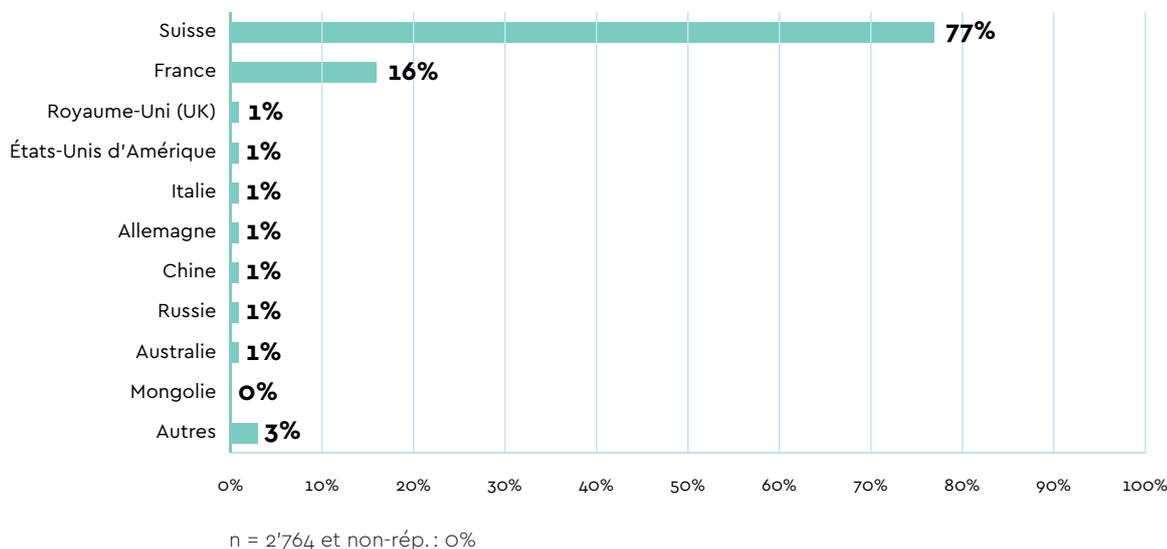


### Région du monde d'habitation

Les trois-quarts du public de l'institution résident en Suisse (77%), la part de visiteurs et visiteuses de l'étranger s'élève donc à près d'un quart (23%), dont la plupart sont domicilié-e-s en France (16%).

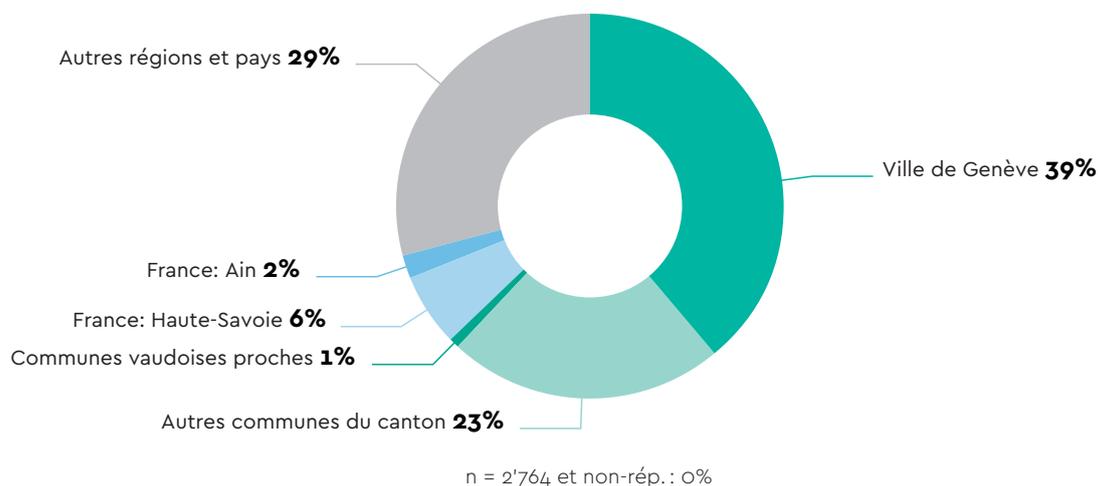


### Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



### Commune d'habitation

Parmi les visiteurs et visiteuses locaux, il y a près de deux fois plus de personnes résidant en Ville de Genève (39%) que dans les autres communes du canton (23%). La part du public provenant des départements français voisins ou de communes vaudoises proches s'élève à 9%.



## Musée d'ethnographie de Genève

### Fréquentation

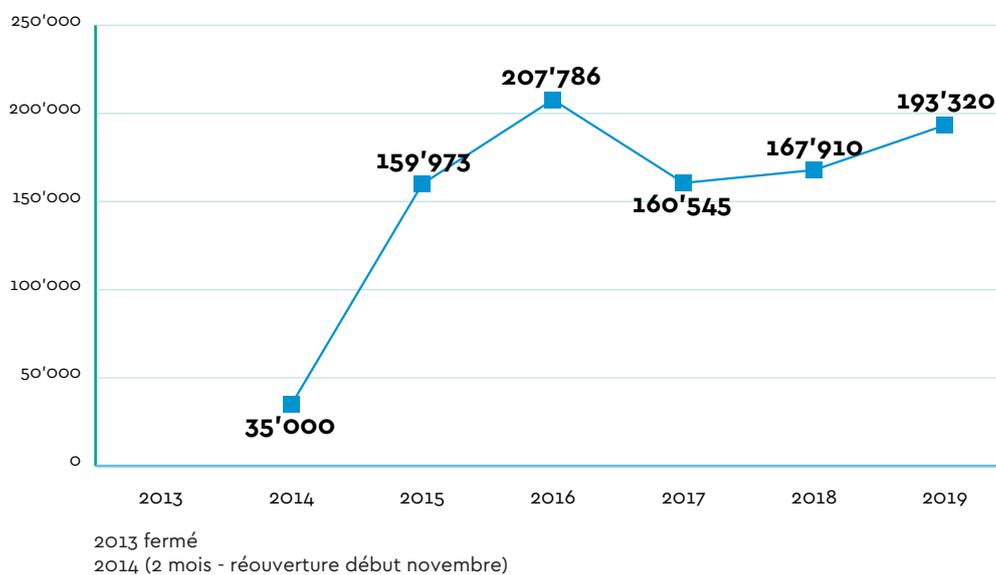
La fréquentation annuelle 2019 du Musée d'ethnographie s'élève à 193'320, soit plus de 25'000 visites qu'en 2018 (n = 167'910).

La fréquentation de l'exposition permanente demeure en 2019 sensiblement moindre au 3<sup>e</sup> trimestre (20%) par rapport aux autres trimestres de l'année (24% à 29%). On note un léger pic de fréquentation au mois de mai (12% des visites annuelles). Ce sont les week-ends qui comptent le plus de visites de l'exposition permanente : près d'un visiteur ou d'une visiteuse sur deux vient au Musée en fin de semaine, et principalement le dimanche, à hauteur de 33% contre 18% le samedi ; du mardi au vendredi on dénombre entre 12% à 13% des visites hebdomadaires.

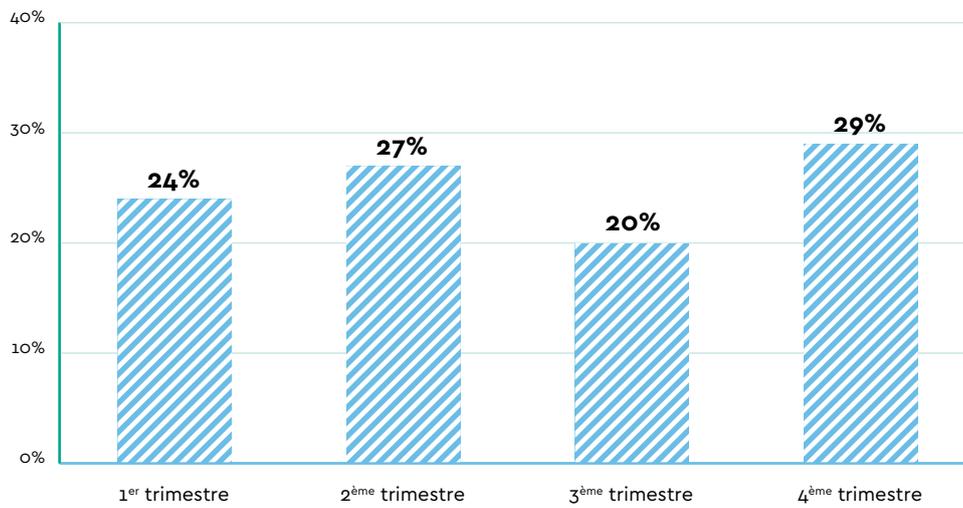
L'exposition temporaire organisée par le Musée en 2019, « La fabrique des contes » a totalisé le plus de visites en novembre et décembre, ces mois ayant compté respectivement près de 12'000 et près de 14'000 visites mensuelles. L'exposition de l'année précédente, « Afrique. Les religions de l'extase », qui s'est déroulée jusqu'au 6 janvier 2019, a pour sa part totalisé près de 4'000 visites sur les seuls six derniers jours de présentation.

Le dimanche est le jour le plus fréquenté pour la visite de l'exposition temporaire, il représente 29% de la fréquentation totale, c'est quasiment près du double des autres jours de la semaine (12% à 17%).

### Evolution de la fréquentation annuelle

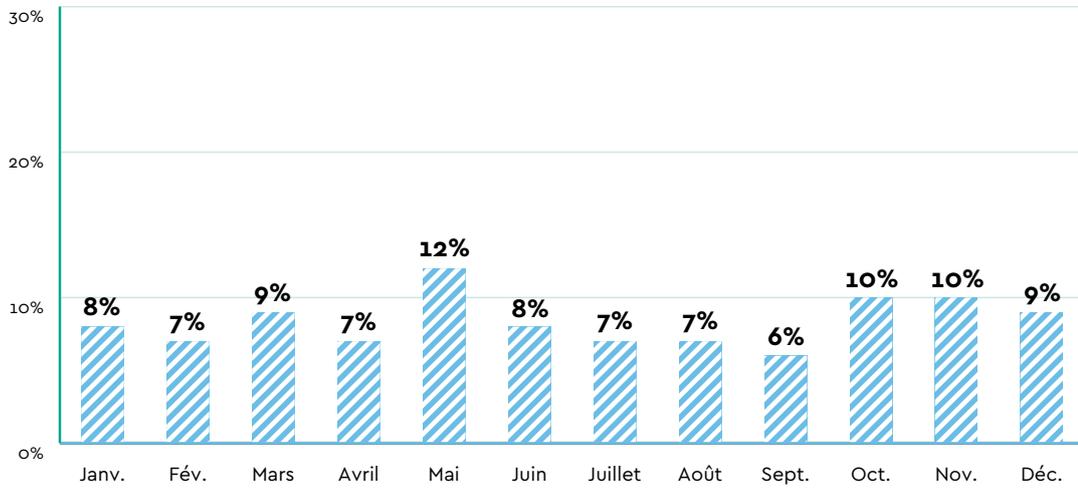


### Fréquentation par trimestre – exposition permanente



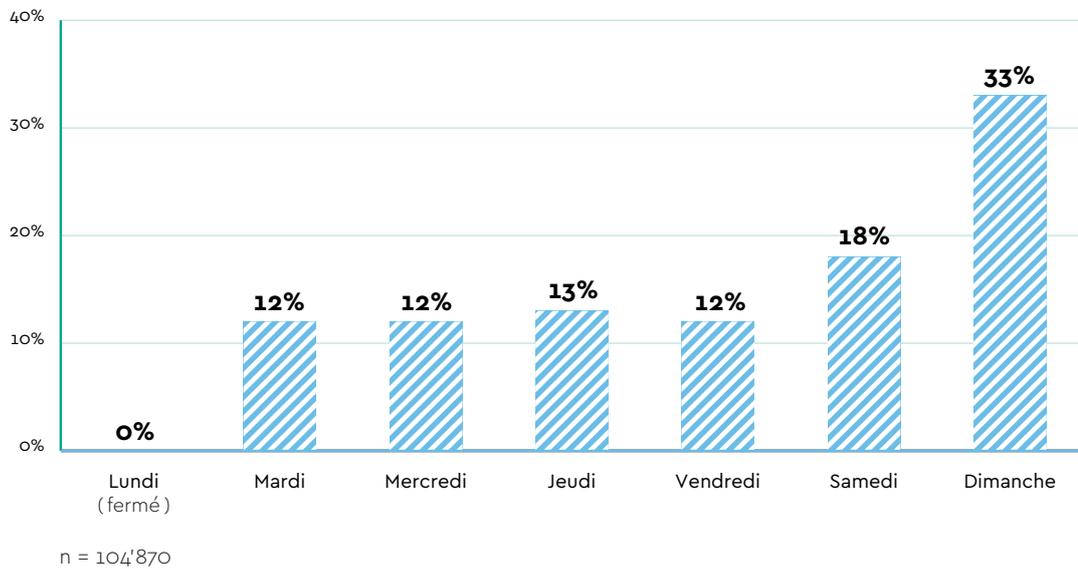
n = 104'870

### Fréquentation mensuelle – exposition permanente

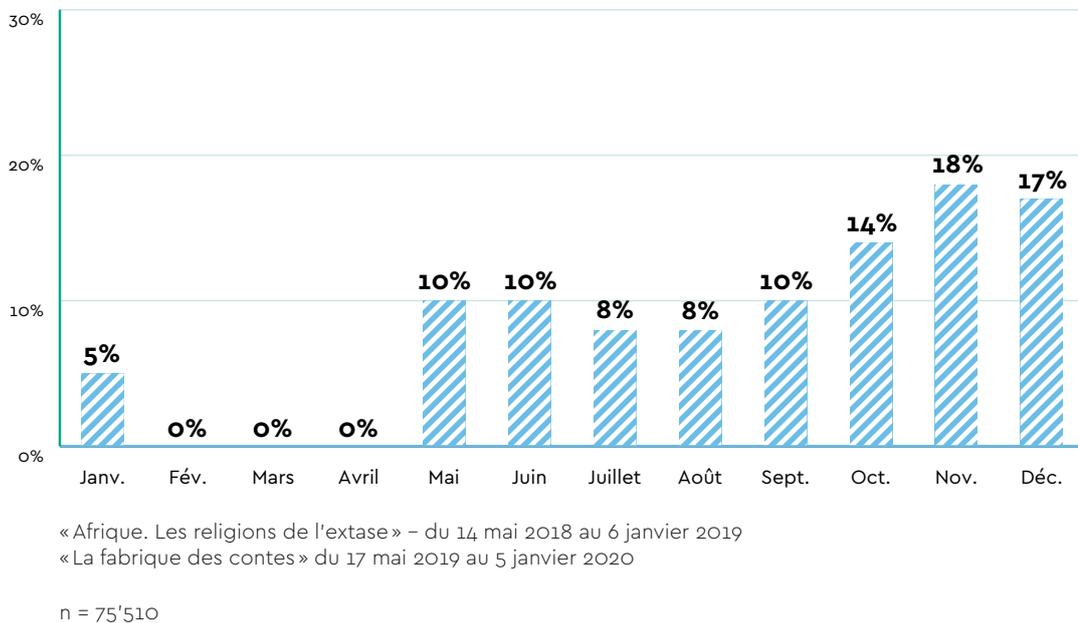


n = 104'870

### Fréquentation hebdomadaire – exposition permanente

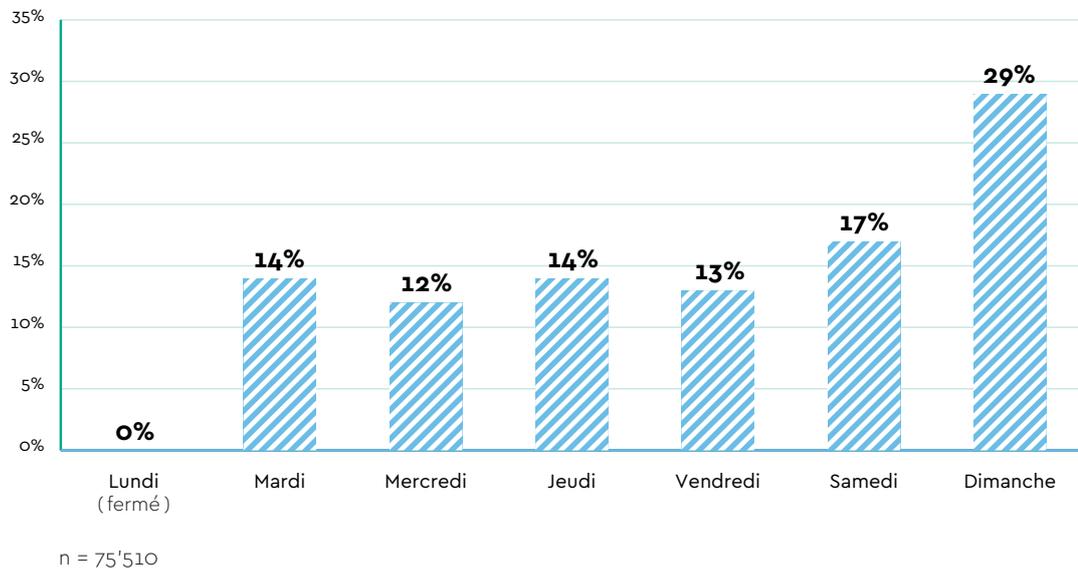


### Fréquentation mensuelle – expositions temporaires<sup>9</sup>



<sup>9</sup> Les expositions temporaires n'ayant lieu que durant une partie de l'année, il n'est pas pertinent de présenter une analyse de fréquentation par trimestre.

## Fréquentation hebdomadaire – exposition temporaire



## Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019<sup>10</sup> ?

### Genre

Le Musée d'ethnographie a accueilli en 2019 59% de public féminin, contre 41% de public masculin.<sup>11</sup>



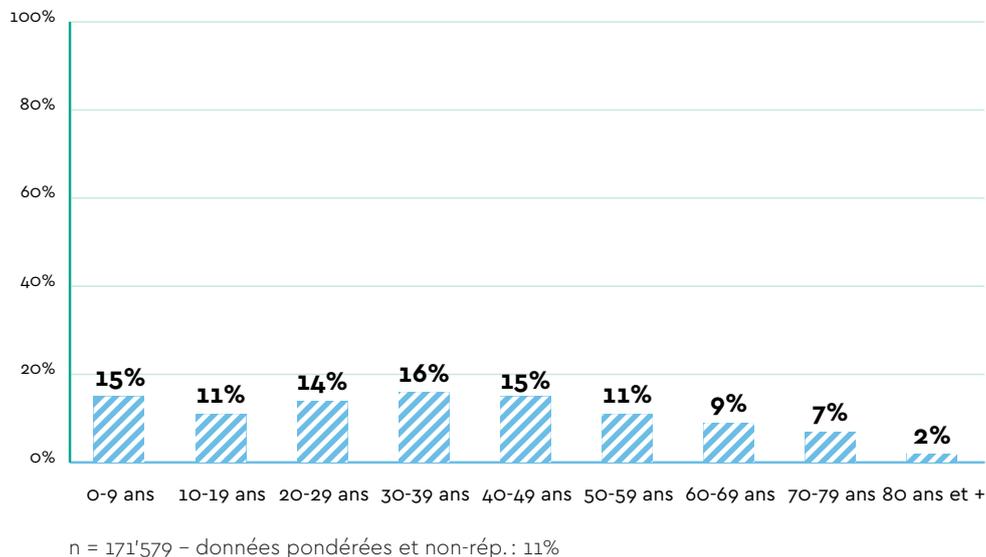
n = 166'485 – données pondérées et non-rép. : 14%

<sup>10</sup> Depuis 2018, le Musée d'ethnographie est passé à un mode de collecte de données hebdomadaire au cours duquel tous les visiteurs et toutes les visiteuses qui entrent sont interrogé-e-s; de ce fait, on inclut maintenant dans le dispositif d'enquêtes également le public de l'exposition permanente (contrairement aux années précédentes où les données ne concernaient que le public des expositions temporaires, lequel passait par l'accueil pour acheter un billet). Par ailleurs, l'institution récolte des données socio-démographiques très complètes sur le public de ses programmes de médiation culturelle (voir Focus); afin de tenir compte de cette dernière spécificité du Musée, les données sont donc pondérées entre le public des visites libres (données « échantillonnées ») et le public des activités de médiation (données « recensement »).

<sup>11</sup> Dans le dispositif d'enquête, ce musée est actuellement le seul à enregistrer le genre des enfants lorsque ceux-ci viennent en groupe. Toutefois le taux de non-réponses sur cette variable reste important; en effet dans les décomptes sont considérés cette année des festivals ou événements tous publics à forte fréquentation pour lesquels nous n'avons pas de données sur le profil du visiteur et de la visiteuse (par exemple: Festival Ramdamjam, Nuit des musées, vernissages).

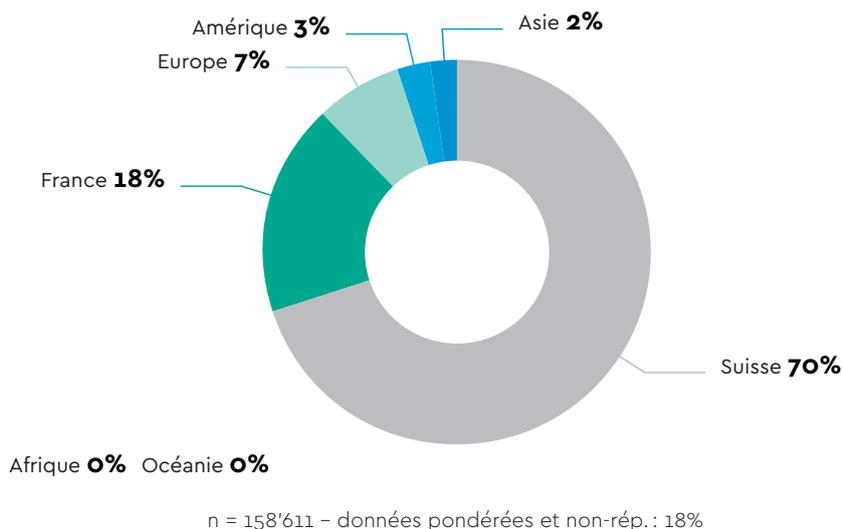
### Classes d'âge

En 2019 également, environ un quart des visiteurs et visiteuses a moins de 20 ans (26%), tandis que les 60 ans et plus représentent 18% du public.

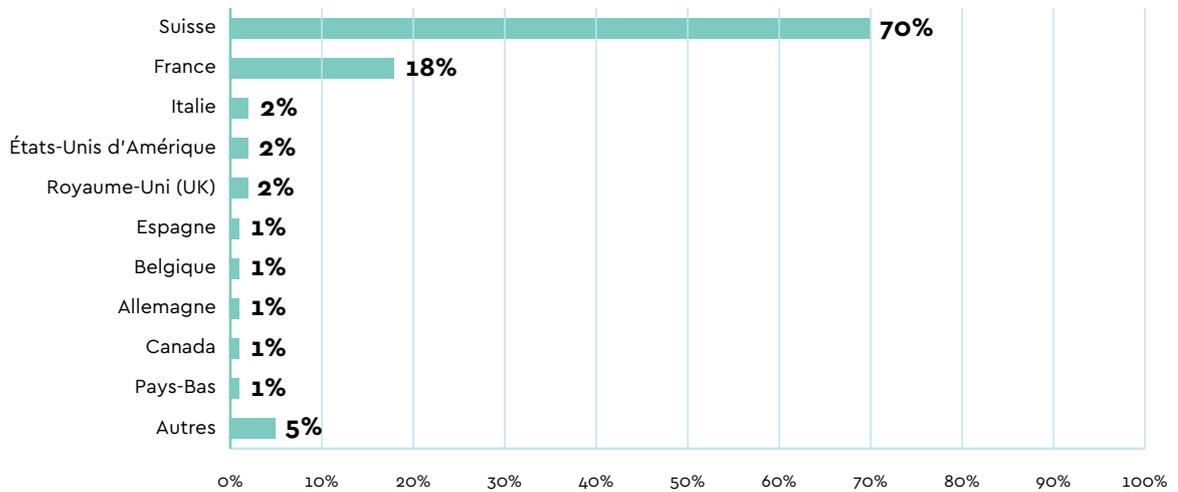


### Région du monde d'habitation

Tel que nous l'avons observé l'année précédente, la majeure partie du public est domicilié en Suisse (70%) et le second pays de résidence est la France (18%); seul 12% des personnes résident ailleurs en Europe ou sur un autre continent.



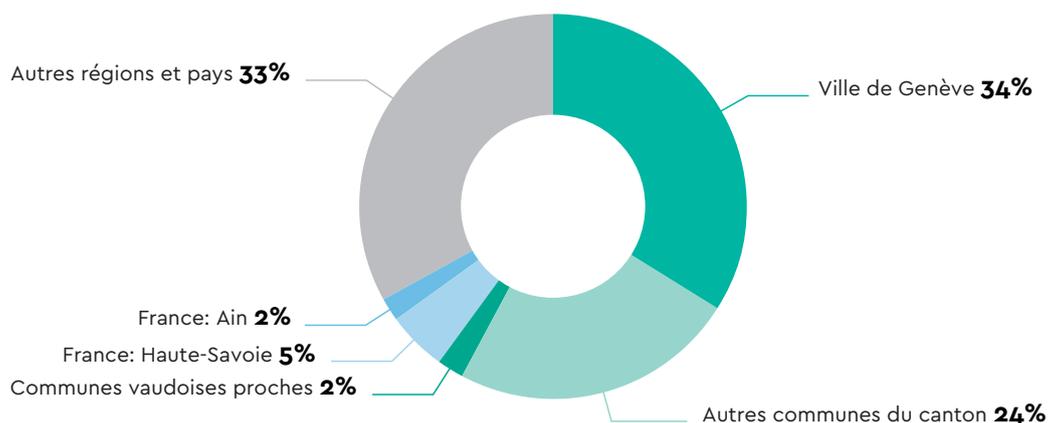
### Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



n = 158'611 – données pondérées et non-rép. : 18%

### Commune d'habitation

Une analyse au niveau régional de la provenance des visiteurs et visiteuses montre qu'il y a plus de personnes résidant en Ville de Genève (34%) que dans d'autres communes du canton (24%); la part de public qui habite en France voisine ou sur une commune vaudoise proche est de 9%. Ces données sont stables par rapport à l'an passé.



n = 158'611 – données pondérées et non-rép. : 18%



## Focus

### Les publics de la médiation du Musée d'ethnographie de Genève

Tout au long de l'année, l'institution propose des rendez-vous multiples pour ses différents publics.

Depuis 2018, le Musée d'ethnographie de Genève (MEG) a systématisé, sur la plateforme de données, sa collecte d'informations du profil socio-démographique de ses publics ; ainsi l'institution a distingué les informations relatives aux visiteurs et visiteuses libres de celles des participant-e-s à des programmes de médiation.



**1/4** des visiteurs et visiteuses du MEG ont pris part à une activité de médiation<sup>A</sup>.

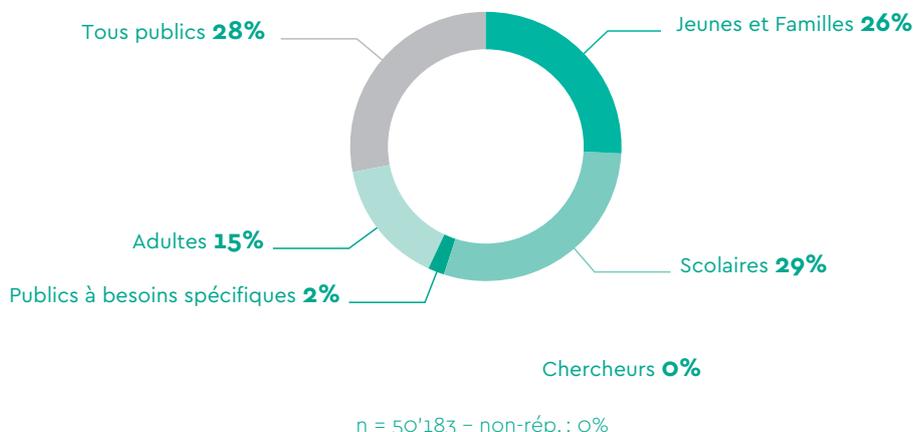
Pour plus de 1 personne sur 4<sup>B</sup> cette activité s'est déroulée en dehors du cadre des expositions.

Différentes typologies de publics participent aux activités de médiation, soit :



**29%** de Scolaires,  
**28%** de « Tous publics » (lors d'événements de type grande manifestation, vernissage, etc.),  
**26%** de Jeunes et Familles,  
**15%** d'Adultes.

En 2019, **1072** personnes à besoins spécifiques ont participé à une activité de médiation, soit près du double qu'en 2018 (n = 563) ; et le Musée a reçu cette année **203** chercheurs-euses (en 2018 n = 188).



<sup>A</sup> 26% ; fréquentation totale n = 193'320 ; fréquentation des programmes de médiation n = 50'204

<sup>B</sup> 27% ; n = 13'797

## Profil socio-démographique des publics<sup>C</sup>

En 2019 à nouveau, le profil du public des programmes de médiation<sup>D</sup> se distingue du profil des visiteurs et visiteuses libres, c'est un public plutôt jeune et local.



**57%** du public des activités de médiation est **âgé de moins de 20 ans** (21% pour les visites libres); les 65 ans et plus représentent le 6% du public de la médiation (15% pour les visites libres).

**93%** des participant-e-s aux activités de médiation **résident en Suisse** et 7% dans d'autres pays, dont principalement la France (6%).

Le profil des visiteurs et visiteuses libres est plus cosmopolite, puisque 66% habitent en Suisse et 34% d'entre eux sont domicilié-e-s hors de Suisse.

La répartition femmes-hommes est très similaire entre activités de médiation<sup>E</sup> et visites libres; dans les deux cas, on dénombre davantage de femmes.

médiation	<b>58%</b> de femmes
	<b>42%</b> d'hommes
visites libres	<b>60%</b> de femmes
	<b>40%</b> d'hommes

<sup>C</sup> Les typologies de publics « Jeunes et Famille » et « Tous publics » font pour l'instant uniquement l'objet d'un décompte de fréquentation; leur profil socio-démographique n'est pas disponible: pour des raisons d'organisation et de ressources internes, il n'est pas possible pour l'instant de questionner toutes les personnes présentes lors d'événements à grande affluence (Nuit des musées, Festival Ramdamjam, vernissages, etc.)

<sup>D</sup> La collecte des données lors de visites libres est hebdomadaire (voir Annexe: Méthodologie) tandis que la collecte des données des activités de médiation est exhaustive; ceci explique la différence de taille des échantillons.

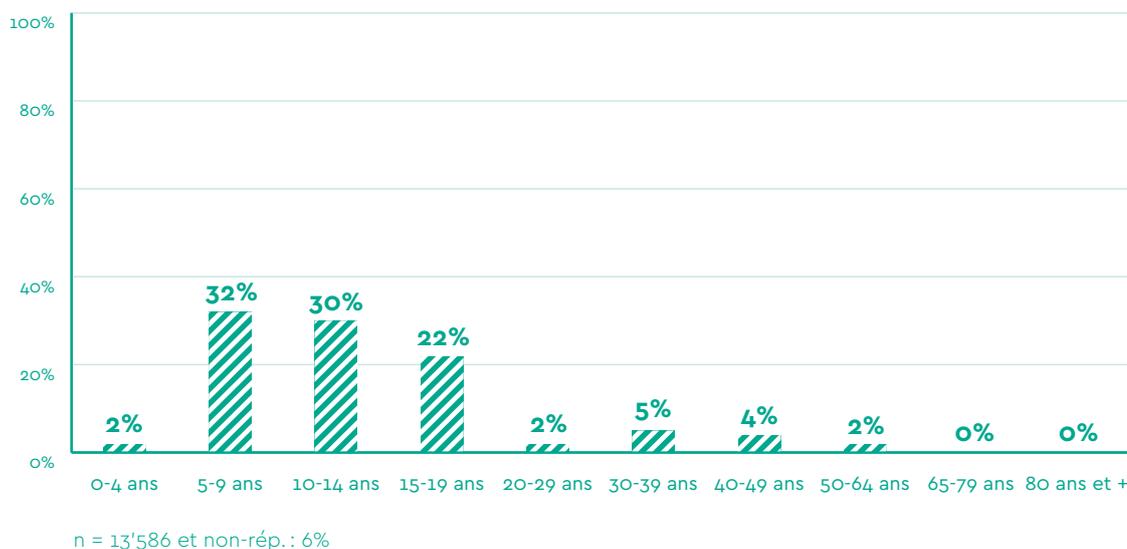
<sup>E</sup> Taux élevé de non-réponses sur cette variable (48%), notamment pour la catégorie « Tous publics » qui inclut les événements et lors desquels le genre n'est pas collecté en raison de l'affluence.

## Le public « Scolaires »

En 2019 aussi, des élèves de tous degrés de scolarité, obligatoire et post-obligatoire, sont présent-e-s dans les activités de médiation proposées par le MEG puisqu'on compte des jeunes de 0 à 19 ans, voire quelques étudiant-e-s plus âgé-e-s.

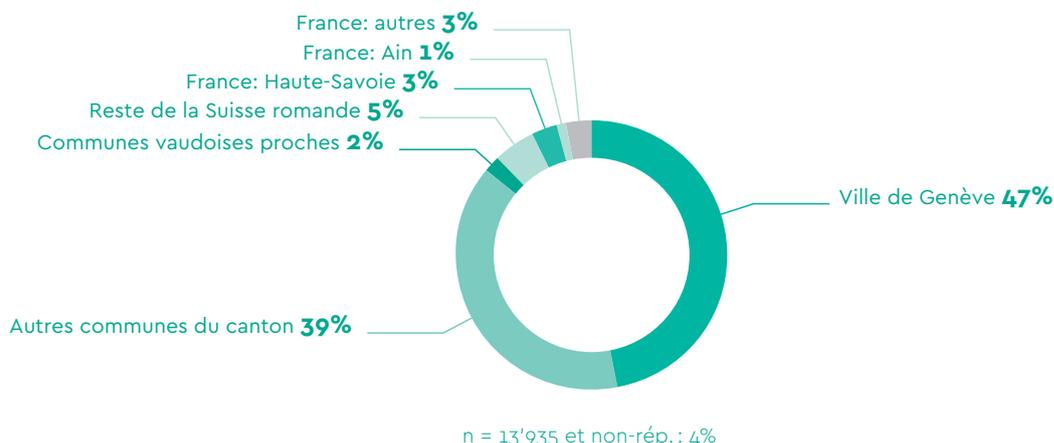
Le profil par âge est sensiblement différent cette année : on dénombre un peu plus d'enfants de 5 à 9 ans (32% en 2019 contre 25% en 2018) et en revanche moins de « scolaires » âgés de 15 à 19 ans (22% en 2019 et 34% en 2018).

### Classes d'âge <sup>F</sup>



### Commune d'habitation

En 2019, on observe une part encore plus importante de scolaires issus de classes genevoises, soit 86% (contre 75% en 2018) selon la répartition ville-canton suivante: Ville – 47% et Canton – 39%. Ainsi le 14% de toutes les classes accueillies provient d'ailleurs, principalement de Romandie (7%), de France voisine (4%) ou d'autres régions de France (3%).



<sup>F</sup> Pour les 0-19 ans, on considère ici des classes d'âge de 5 ans.

## Le public « Adultes » des activités de médiation

69% du public « Adultes » a pris part à une visite commentée dans le cadre des expositions en cours, tandis que 31% des « Adultes » ont participé à une activité de médiation ne se déroulant pas dans les expositions même, en assistant soit à une conférence, une projection, un ciné-dimanche, etc.<sup>F</sup>)

**1 adulte sur 4** est âgé de 65 ans et plus

(non-rép. 18 %).

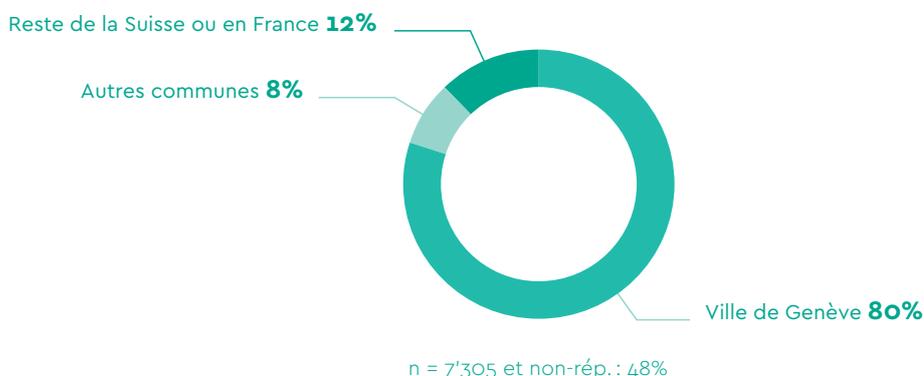
**80%** résident en Ville de Genève,  
**8%** dans les autres communes et  
**12%** dans le reste de la Suisse ou en France

(non-rép. 48 %).

**65%** de femmes et  
**35%** d'hommes

(non-rép. 55 %).

### Commune d'habitation



### Genre



<sup>G</sup> Actuellement, les privatisations du Musée sont comptées dans cette typologie de publics « Adultes ».

## Le public des « personnes à besoins spécifiques »

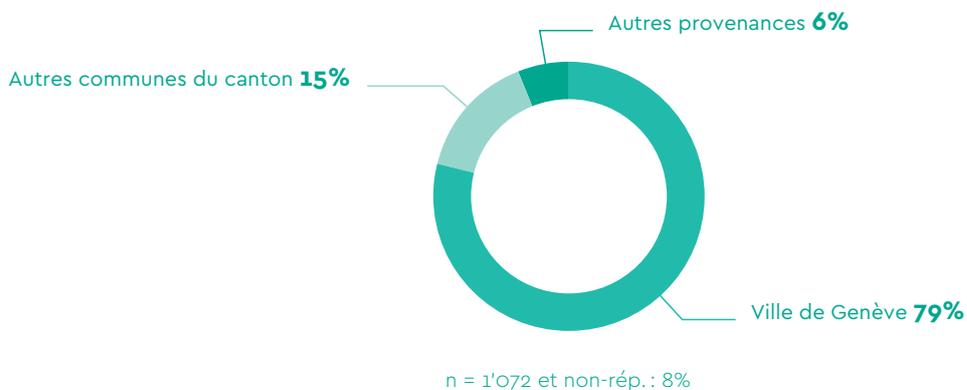
Les musées de la Ville de Genève s'engagent activement pour favoriser l'accès de leurs sites et de leurs prestations à des publics à besoins spécifiques ; on entend ici par exemple les personnes en situation de handicap ou encore celles qui nécessitent une médiation dans une langue distincte telles les personnes migrantes, etc.

**23%** sont âgés de moins de 20 ans et  
**3%** ont plus de 65 ans  
(non-rép. 13 %).

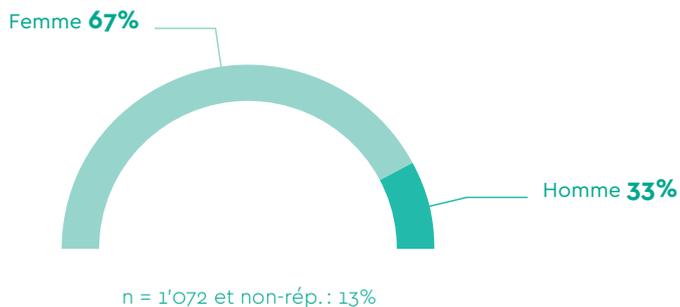
**79%** résident en Ville de Genève,  
**15%** dans les autres communes  
(non-rép. 23 %).

**67%** de femmes et  
**33%** d'hommes  
(non-rép. 8 %).

### Commune d'habitation



### Genre



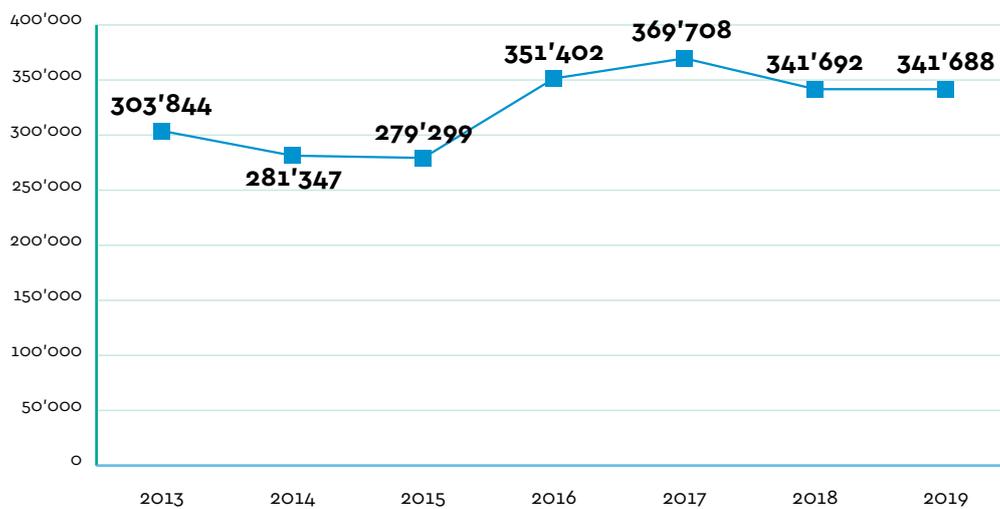
## Muséum-Genève

### Fréquentation

Le Muséum-Genève comprend deux sites : le Muséum d'histoire naturelle et le Musée d'histoire des sciences.

La fréquentation totale du Muséum-Genève s'élève à 341'688 visites en 2019, elle est stable par rapport à l'an dernier (n= 341'692).

### Evolution de la fréquentation annuelle



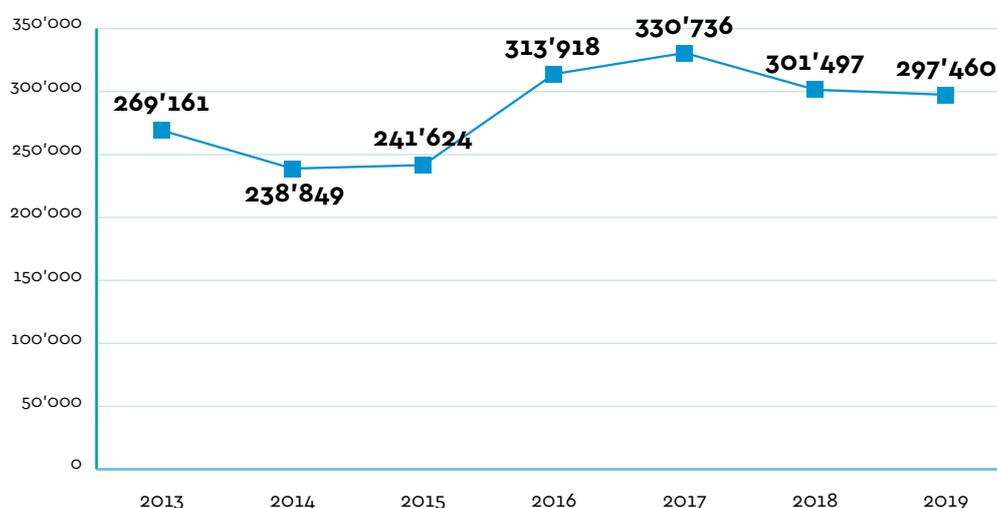
Muséum-Genève: Muséum d'histoire naturelle et Musée d'histoire des sciences

## Muséum d'histoire naturelle

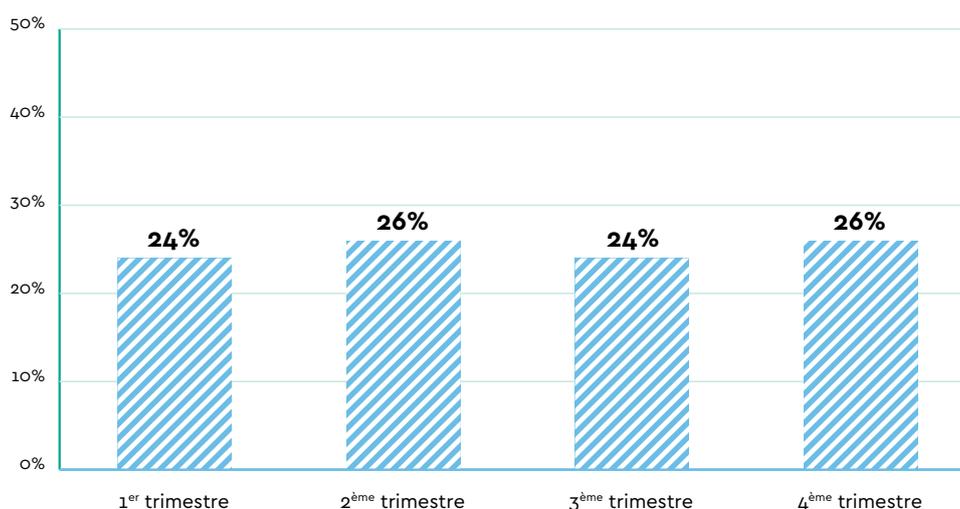
### Fréquentation

La fréquentation annuelle du site du Muséum d'histoire naturelle est de 297'460 visites en 2019<sup>12</sup>. L'affluence selon les trimestres de l'année est stable (de 24% à 26%). L'affluence mensuelle oscille entre 6% à 10% du total des visites annuelles, cela correspond en 2019 à une affluence d'environ 17'000 visites les mois les moins fréquentés à près de 29'000 visites les mois les plus fréquentés (août et octobre, suivi de avril). En 2019, le dimanche reste le jour le plus fréquenté, le musée accueillant plus d'un quart des visiteurs et visiteuses ce jour-là (27%). Le mercredi et le samedi sont ensuite les deux autres jours les plus fréquentés, à hauteur de 17% contre 12% à 14% le mardi, jeudi et vendredi.

### Evolution de la fréquentation annuelle



### Fréquentation par trimestre

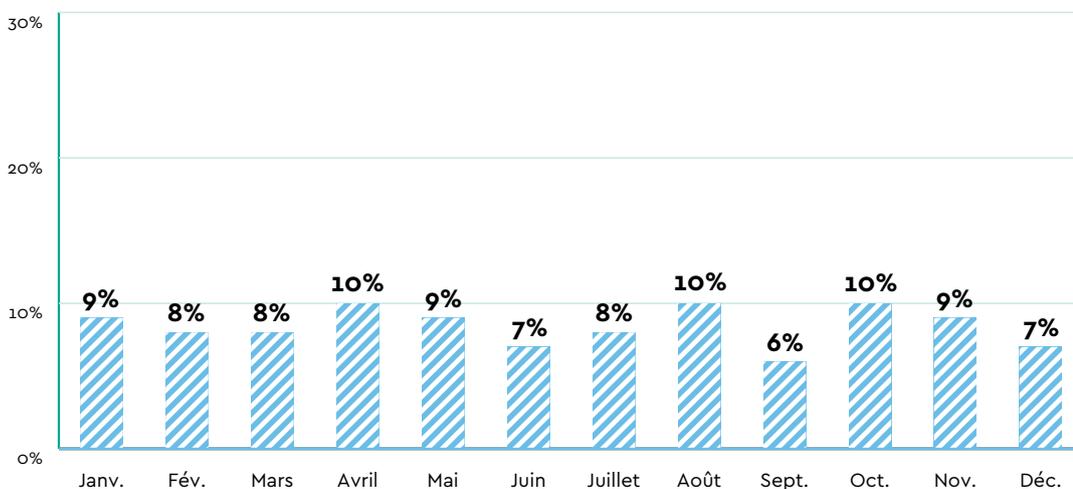


n = 286'134<sup>13</sup>

<sup>12</sup> L'affluence a été très élevée en 2016 et tout particulièrement en 2017, qui sont les années « anniversaire » des 50 ans de l'institution.

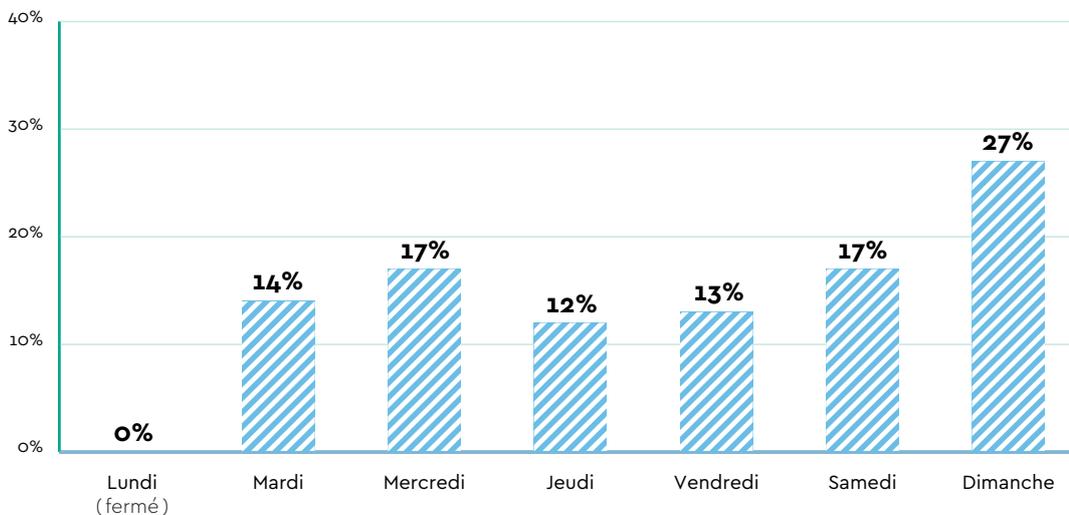
<sup>13</sup> n = 286'134 – Dans quelques musées, le nombre total de visites considéré pour les distributions de fréquentations trimestrielle, mensuelle ou hebdomadaire est différent de la fréquentation totale de l'institution (voir Fréquentation 2019). Cela provient du fait que certains événements ou activités (par exemple des activités qui se déroulent hors les murs ou qui ont lieu en dehors des heures d'ouverture usuelle) ne sont pour l'instant pas systématiquement intégrés dans la base de données, laquelle mesure le plus souvent la fréquentation « ordinaire » de l'institution.

### Fréquentation mensuelle



n = 286'134

### Fréquentation hebdomadaire

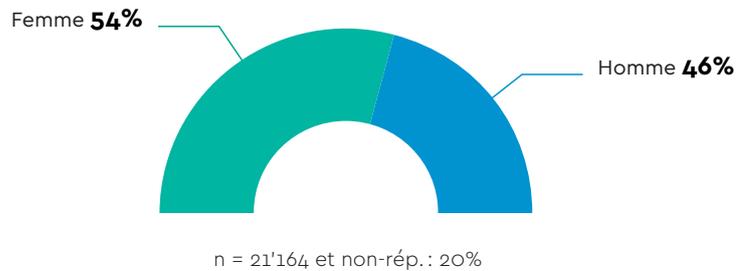


n = 286'134

## Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

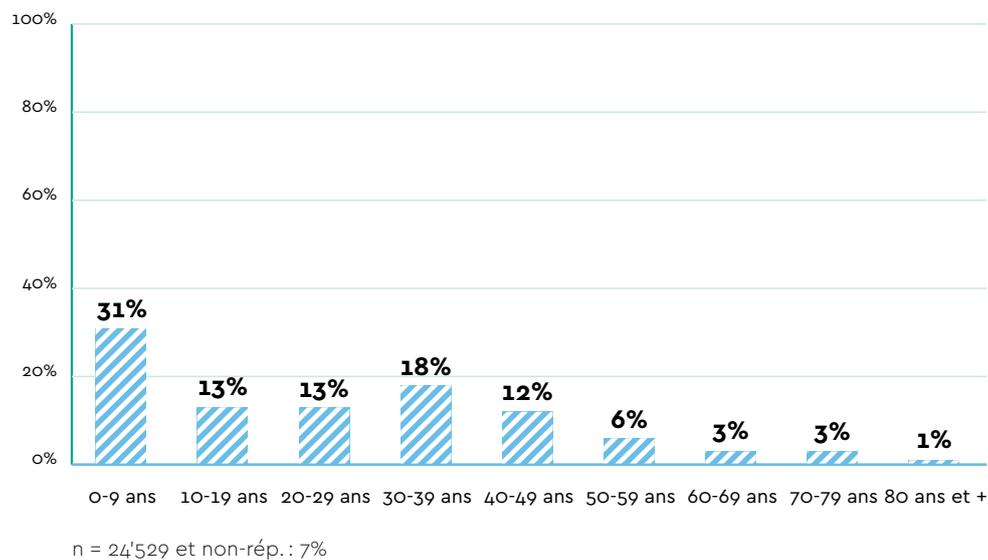
### Genre

Au Muséum d'histoire naturelle, la part du public féminin est de 54%, une proportion identique à celle observée en 2018.



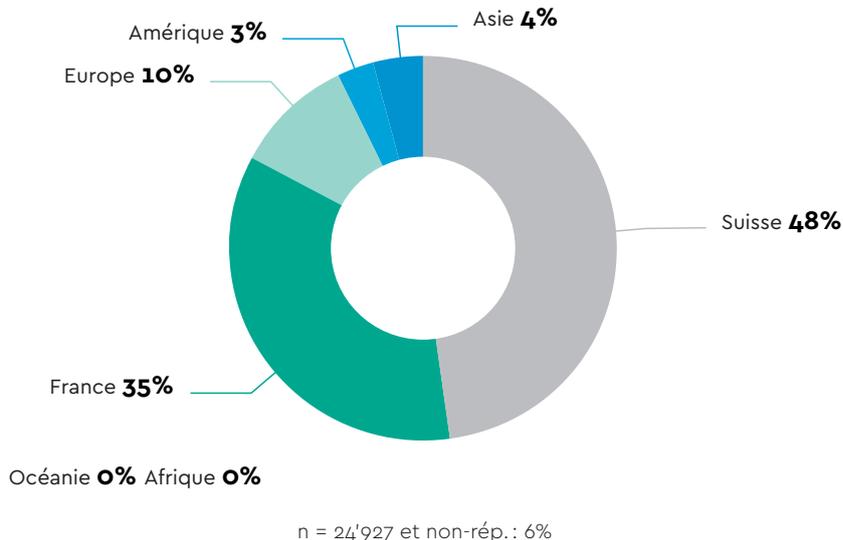
### Classes d'âge

La proportion de jeune public au sein de ce musée reste très élevée : 44% des visiteurs et visiteuses ont moins de 20 ans, dont 31% d'enfants de moins de 10 ans. Les seniors ne représentent en revanche que 7% du public.

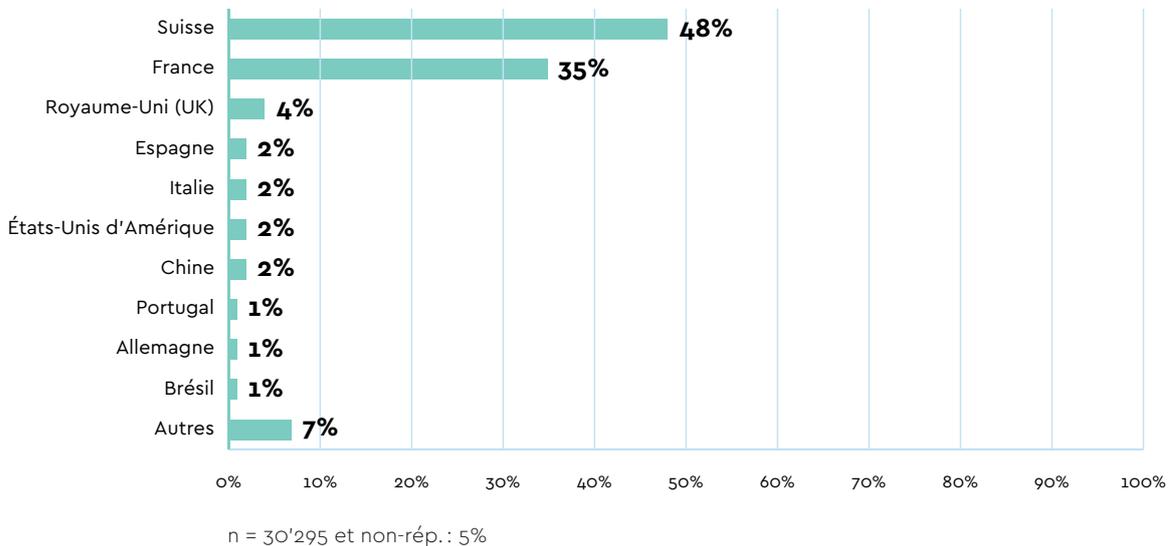


### Région du monde d'habitation

Près d'un-e visiteur-teuse sur deux habite en Suisse (48%) ; le public résidant en France représente la seconde provenance principale dans cette institution et s'élève à 35% ; ces tendances sont identiques à celles observées l'an dernier.

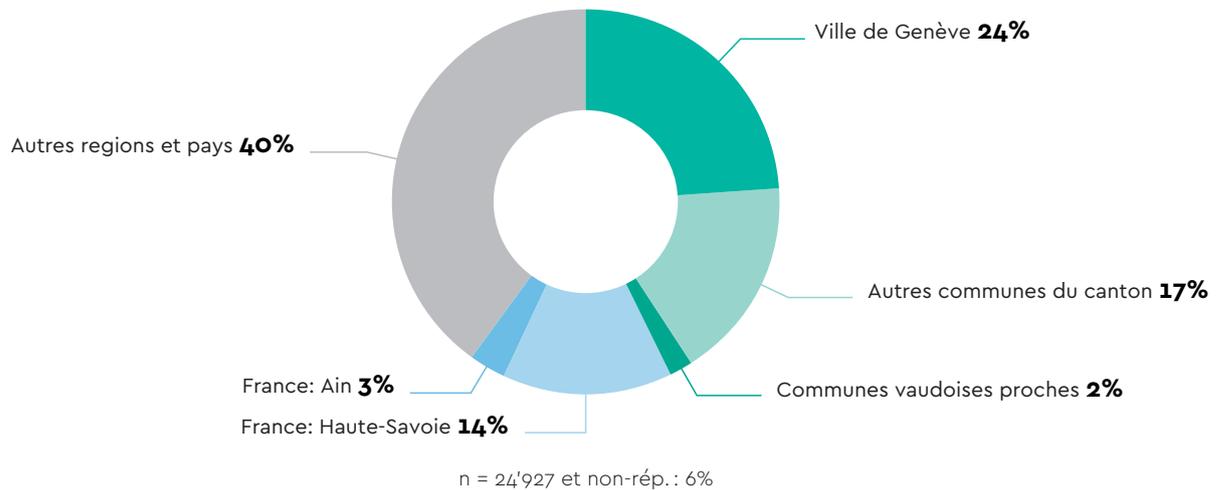


### Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



### Commune d'habitation

A l'échelle régionale, on compte 24% de résident-e-s en Ville de Genève contre 17% dans d'autres communes du canton. La part de visiteurs et visiteuses des régions voisines vaudoises et françaises s'élève à 19% en 2019 (contre 24% en 2018)



## Musée d'histoire des sciences

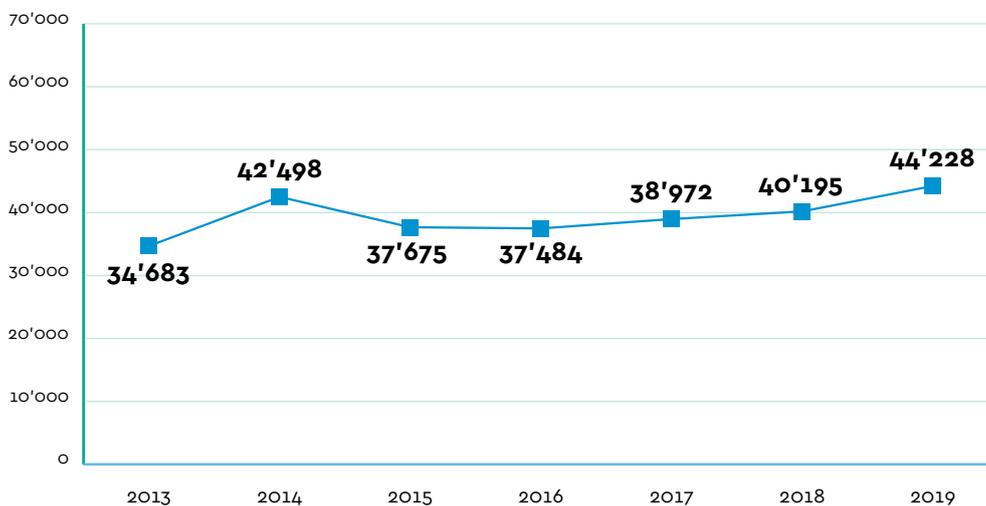
### Fréquentation

La fréquentation du Musée d'histoire des sciences en 2019 est de 44'228 visites.

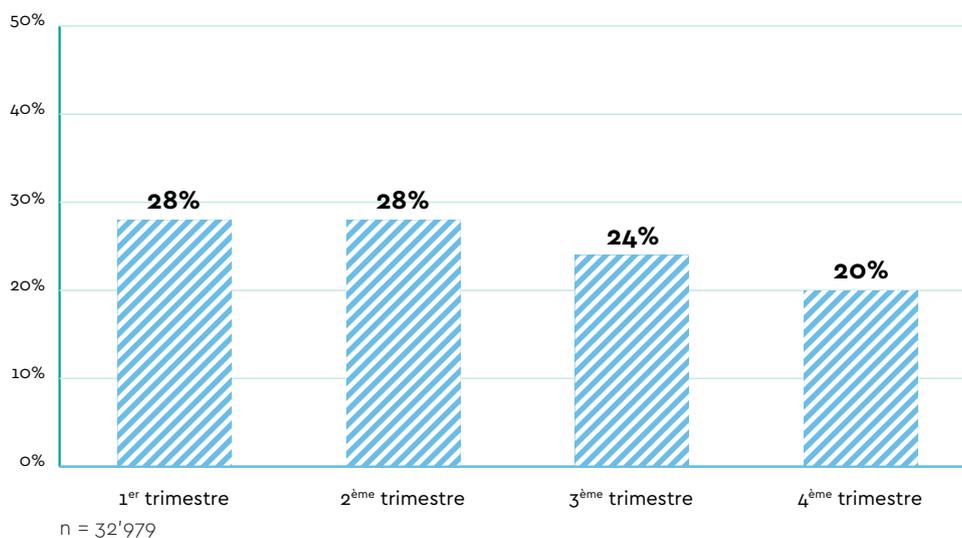
Elle varie selon les années, en fonction de l'organisation ou non de la Nuit de la science, qui a lieu tous les deux ans.<sup>14</sup> L'affluence a été relativement moins importante au dernier trimestre de l'année (20% contre 24% à 28% les trois premiers trimestres). Ce constat est corroboré par les taux de fréquentation mensuelle qui sont en novembre et décembre seulement de 5 à 6% de la fréquentation totale. Ainsi selon les mois, le musée enregistre de 1'700 à plus 3'300 visites au plus fort de sa fréquentation.

L'institution connaît sa fréquentation la plus importante le dimanche, jour qui accueille 24% du public hebdomadaire. Les autres jours de la semaine, les taux oscillent entre 14% et 16% de visites.

### Evolution de la fréquentation annuelle



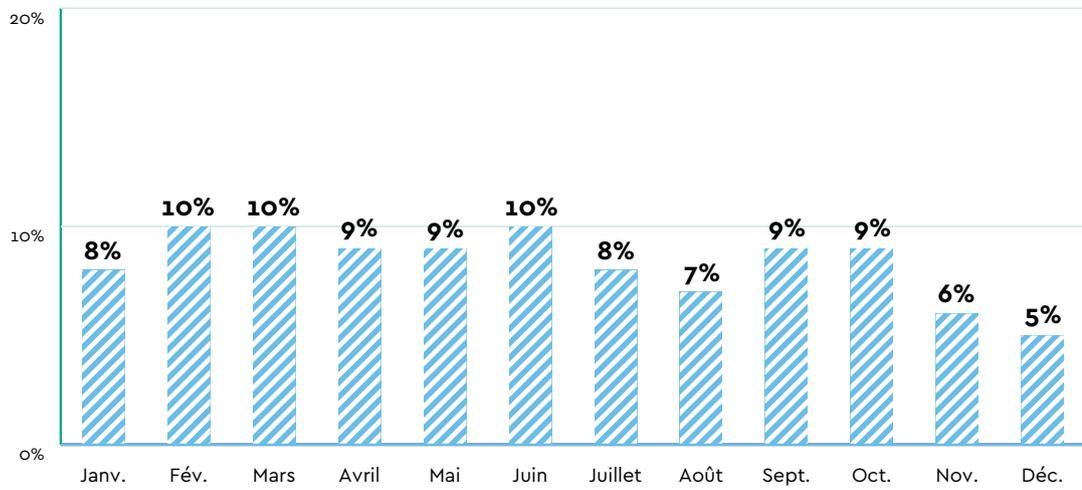
### Fréquentation par trimestre<sup>15</sup>



<sup>14</sup> La Nuit de la science se déroule les années paires.

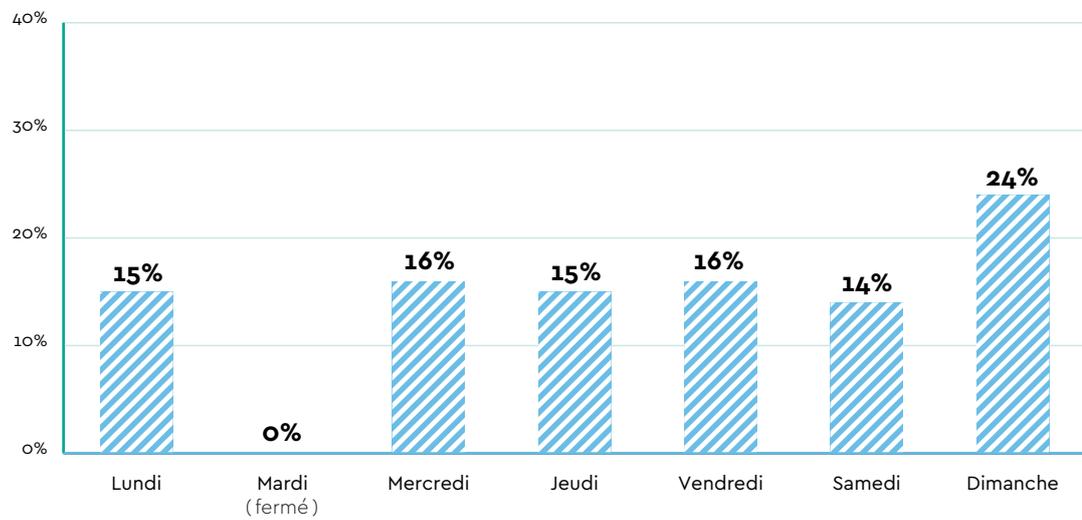
<sup>15</sup> n = 32'979 – Dans quelques musées, le nombre total de visites considéré pour les distributions de fréquentations par trimestre, mensuelle ou hebdomadaire est différent de la fréquentation totale de l'institution (voir Fréquentation 2019). Cela provient du fait que certains événements ou activités (par exemple des activités qui se déroulent hors les murs ou qui ont lieu en dehors des heures d'ouverture usuelle) ne sont pour l'instant pas systématiquement intégrés dans la base de données, laquelle mesure le plus souvent la fréquentation « ordinaire » de l'institution.

### Fréquentation mensuelle



n = 32'979

### Fréquentation hebdomadaire

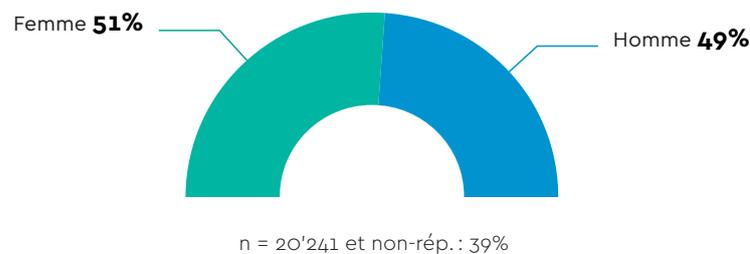


n = 32'979

## Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

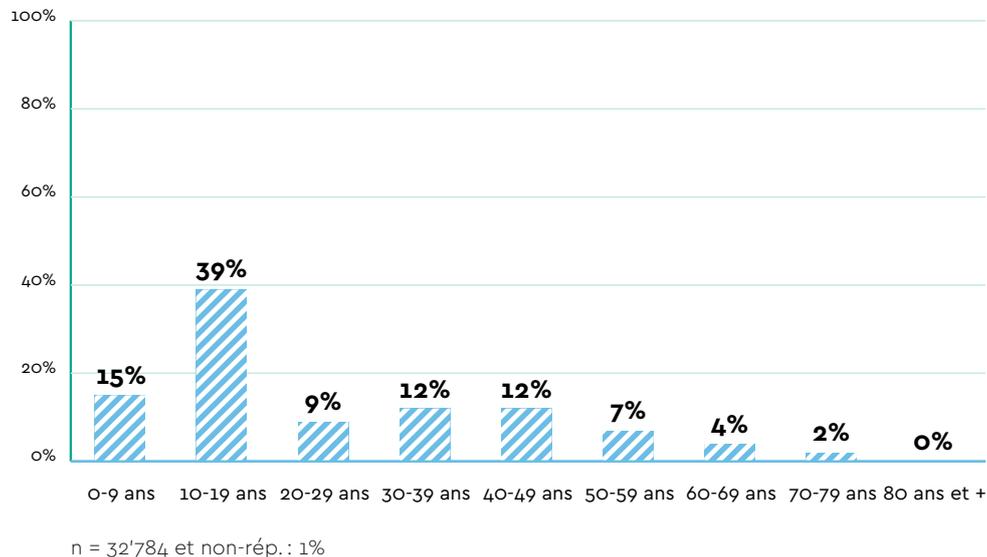
### Genre

Les publics féminins et masculins sont représentés à part quasiment égale au Musée d'histoire des sciences, soit respectivement 51% et 49%, et ce depuis le début des collectes de données<sup>16</sup>.



### Classes d'âge

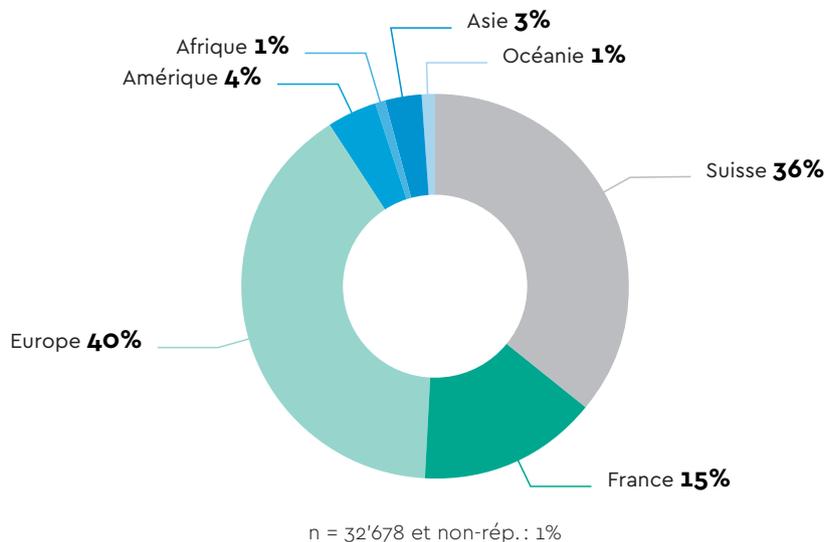
En 2019, la proportion de jeune public de moins de 20 ans au sein de ce musée demeure très élevée, elle représente plus d'une personne sur deux (54%) ; contrairement au site du Muséum d'histoire naturelle, ce ne sont pas les enfants de moins de 10 ans qui sont les plus nombreux mais la tranche d'âge des 10-19 ans (39%) ; en effet l'institution accueille très régulièrement des groupes de jeunes étudiant-e-s du Royaume-Uni visitant différentes institutions scientifiques de la région, dont le Musée d'histoire des sciences. Les seniors ne représentent en revanche que 6% du public.



<sup>16</sup> On note un taux de non-réponse élevé sur cette variable, 39%, il provient principalement des formulaires R-groupe, pour lequel la saisie du genre des enfants n'est pas disponible ici.

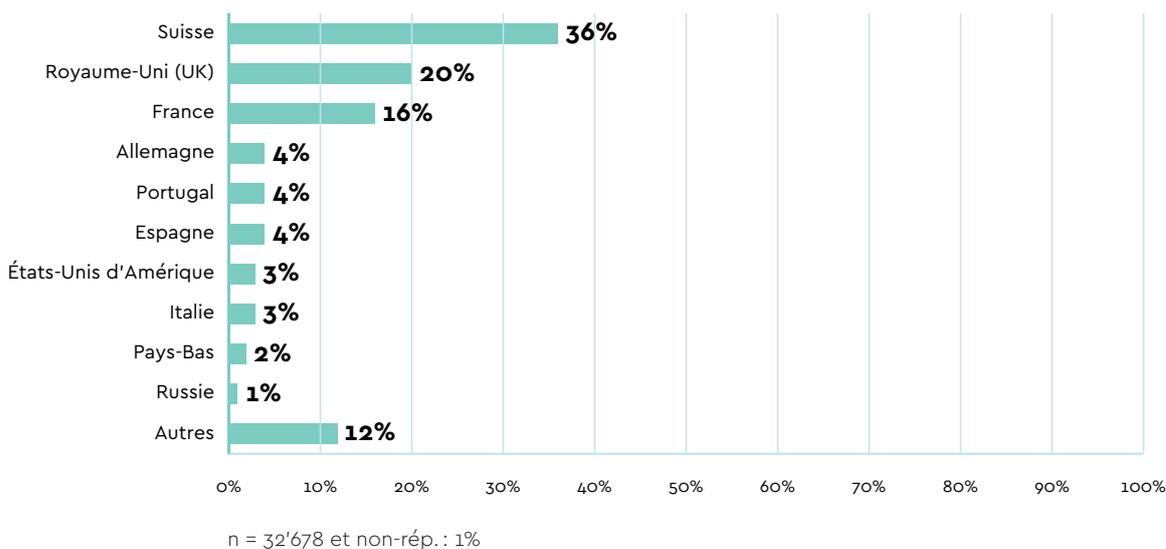
### Région du monde d'habitation

En 2019, on dénombre plus d'un tiers (36%) de résident-e-s suisses, c'est davantage qu'en 2018 où le taux était de 25%. 55% des visiteurs et visiteuses sont des résident-e-s européens, dont 15% sont domiciliés en France. La part du public en provenance des autres continents n'est que de 9%.



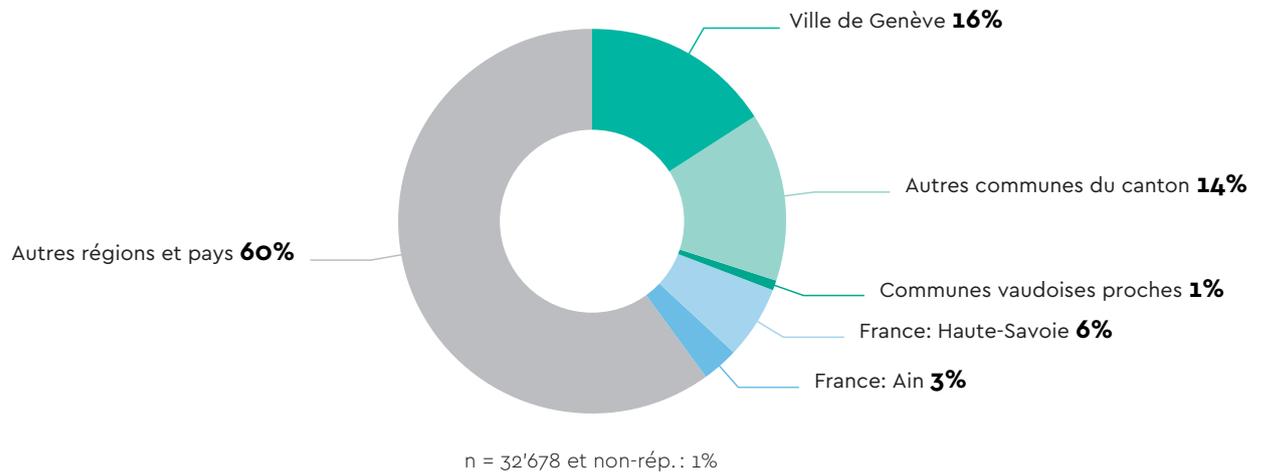
### Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

En 2019 au Musée d'histoire des sciences, la Suisse est, comme dans les autres institutions, le premier pays en termes de provenance du public (36%). Le Royaume-Uni reste le pays étranger le plus représenté (20%), ceci, comme mentionné plus haut, en raison des visites des jeunes étudiant-e-s effectuant un circuit de diverses institutions scientifiques en Romandie; en 2018, cette tendance était inversée, la part des visiteurs et visiteuses du Royaume-Uni (27%) devant de peu celle de Suisse (25%).



### Commune d'habitation

La part du public qui habite en Ville de Genève s'élève à 16% et celle résidant dans d'autres communes à 14%; si l'on ajoute les résident-e-s de la région (communes vaudoises proches et départements de l'Ain et Haute-Savoie), la part du public « régional », Genève inclus, est de 40% contre seulement 28% en 2018.



## Conservatoire et Jardin botaniques

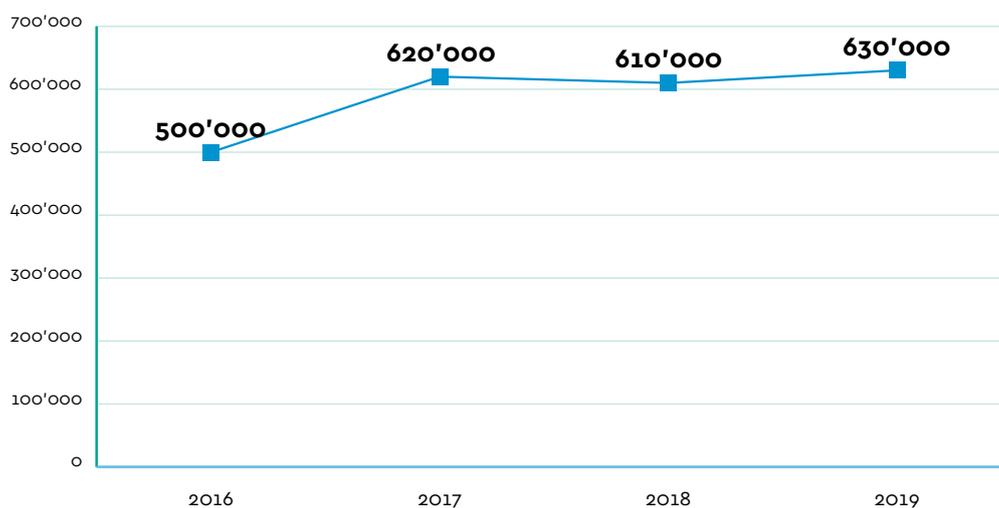
### Fréquentation

La fréquentation des Conservatoire et Jardin botaniques est de 630'000 visites en 2019<sup>17</sup>, soit 20'000 visites supplémentaires qu'en 2018.

Les données 2019 confirment que les 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> trimestres de l'année rencontrent la plus grande affluence, le site accueillant 31% des visiteurs durant chacune de ces périodes du printemps et de l'été, contre 22% le 1<sup>er</sup> trimestre et 16% le 4<sup>e</sup> trimestre. Cette tendance est corroborée par l'analyse de la fréquentation mensuelle: elle est la plus élevée durant les mois de mars à septembre, avec plus de 70'000 visites par mois.

Le dimanche demeure le jour de la semaine le plus fréquenté aux Conservatoire et Jardin botaniques (20% des visites hebdomadaires), comme c'est le cas dans les autres musées du DCS, suivi du samedi à hauteur de 16%, contre 12 à 13% du lundi au vendredi.

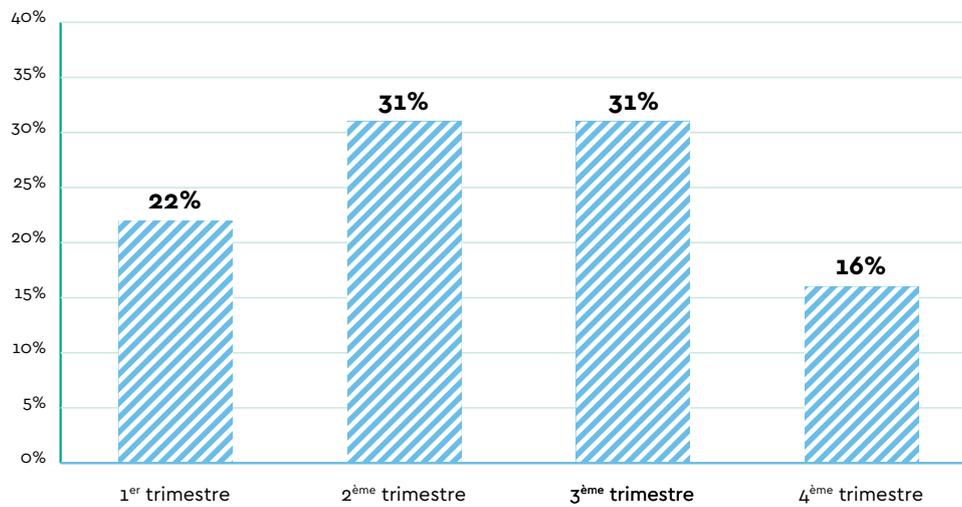
### Evolution de la fréquentation annuelle



2016 — chiffre estimé

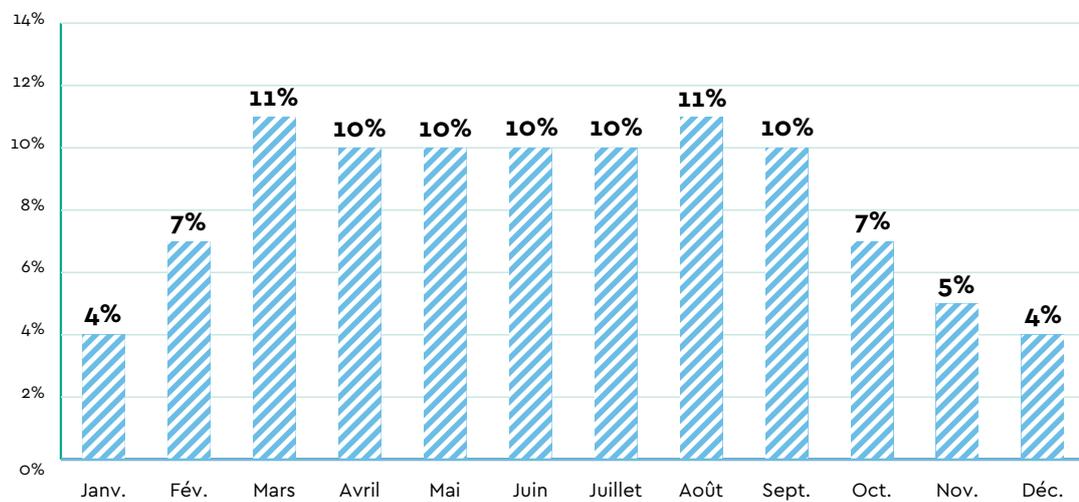
<sup>17</sup> Rappelons que des bornes de comptage ont été installées aux entrées du site en septembre 2016; auparavant la fréquentation annuelle était basée sur une estimation.

### Fréquentation par trimestre



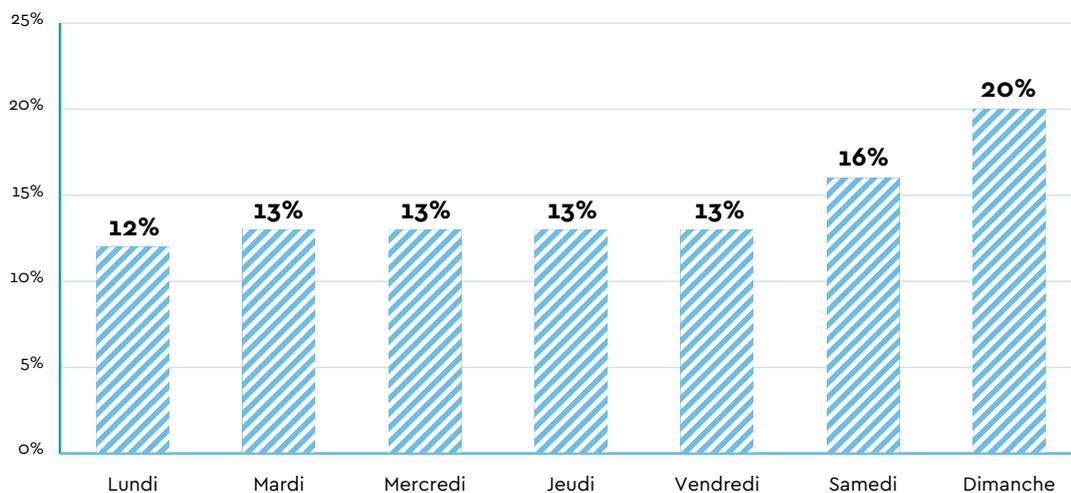
n = 630'000, correction faite des déplacements des collaborateur-trice-s / n= 707'000

### Fréquentation par mensuelle



n = 630'000, correction faite des déplacements des collaborateur-trice-s / n= 707'000

### Fréquentation hebdomadaire



n = 630'000, correction faite des déplacements des collaborateur-trice-s / n= 707'000

### Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

#### Genre

La part de public féminin s'élève à 57%, contre 43% d'hommes.

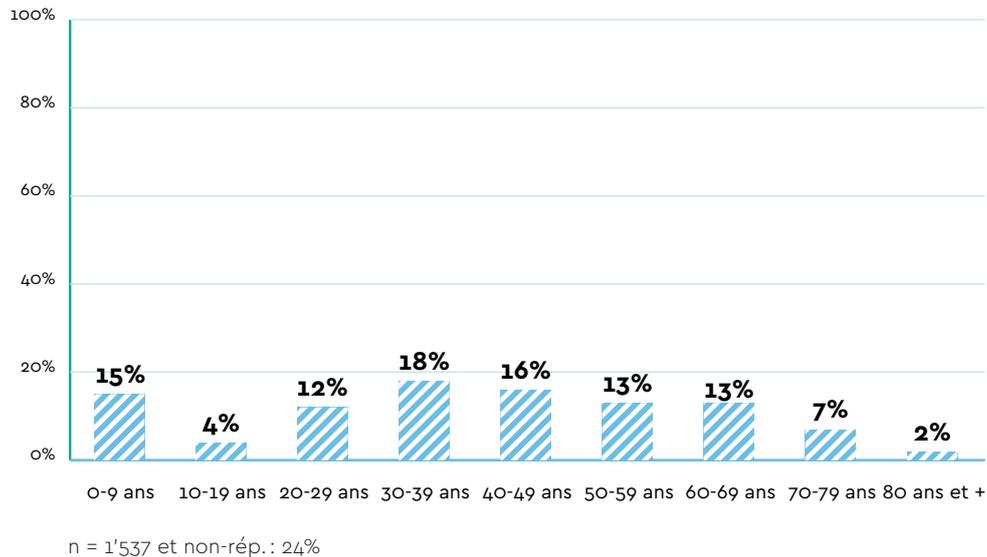


n = 1'805 et non-rép. : 11%

<sup>18</sup> Les analyses sur le profil de base des visiteurs et visiteuses portent uniquement sur les personnes interrogées (comme c'est le cas dans les autres musées).

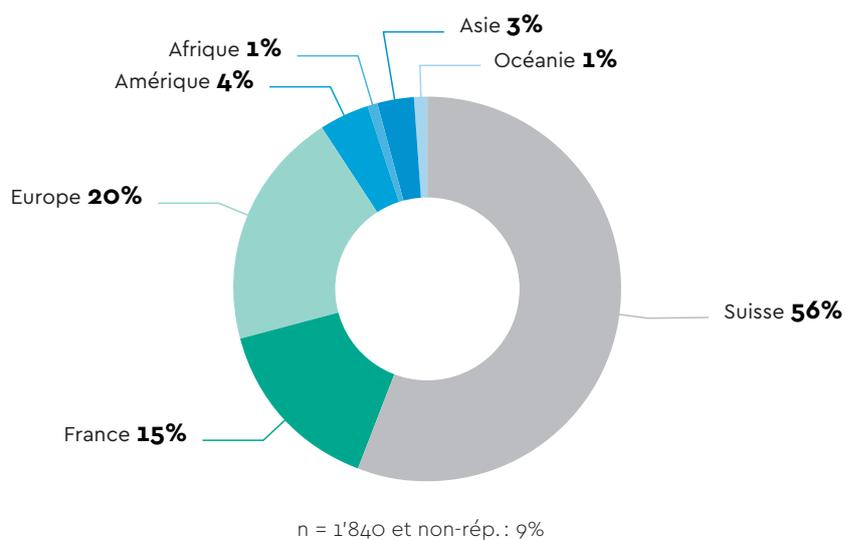
### Classes d'âge

La proportion de jeunes de moins de 20 ans aux Conservatoire et Jardin botaniques reste stable en 2019 et se monte à 19% (18% en 2018) tandis que celle des seniors de plus de 60 ans est de 22% (20% en 2018). Les adultes de 20 à 59 ans constituent 59% du public.

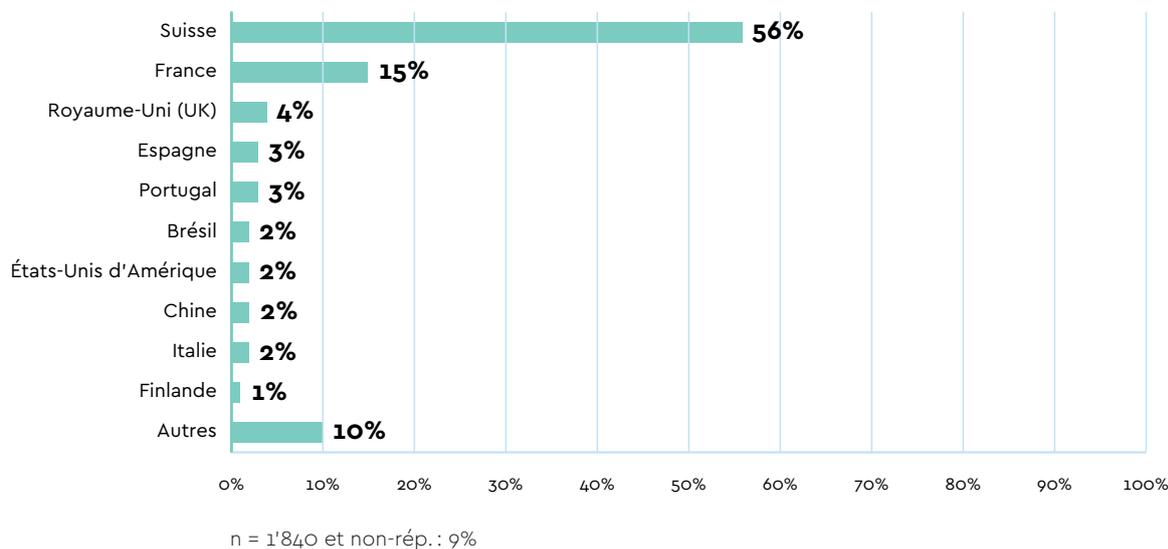


### Région du monde d'habitation

Le profil de provenance des visiteurs et visiteuses en 2019 est proche de celui de 2018: 56% du public réside en Suisse (58% en 2018) et par conséquent 44% est domicilié à l'étranger; parmi le public de l'étranger, 35% vient d'Europe, dont 15% de France; 8% des personnes résident hors d'Europe.

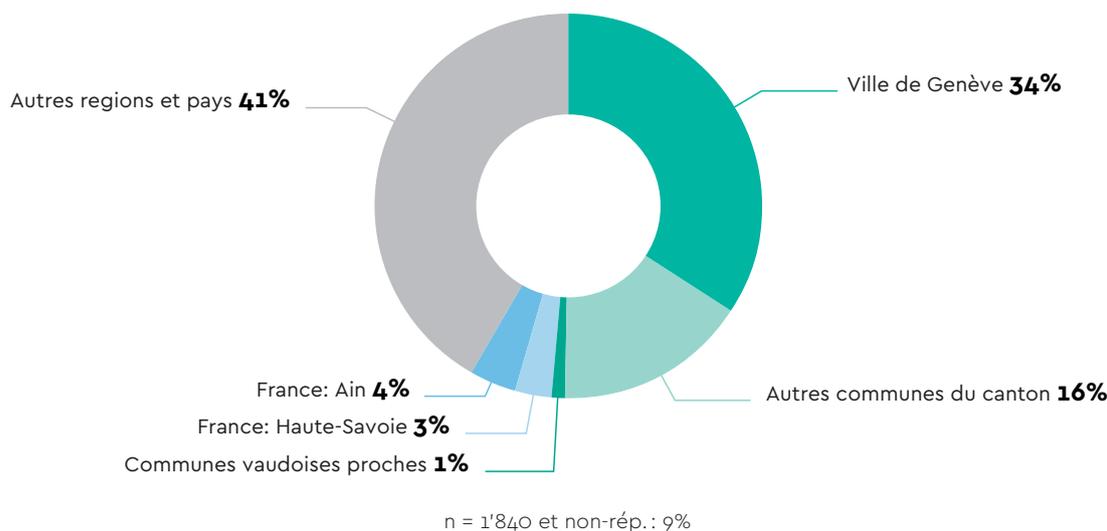


### Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



### Commune d'habitation

En 2019, comme les années précédentes, la moitié du public réside sur le territoire du canton de Genève (50%), dont les deux-tiers sur le territoire de la Ville (34%). 8% des visiteurs et visiteuses des Conservatoire et Jardin botaniques viennent de la région (France voisine et communes vaudoises proches).



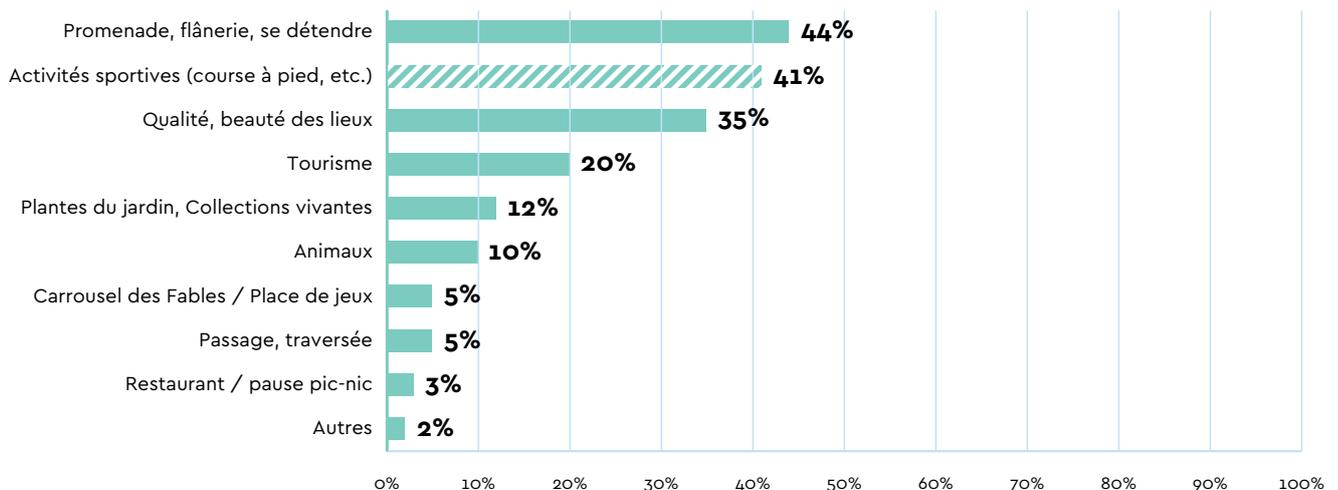
## En savoir plus sur le profil des visiteurs et visiteuses<sup>19</sup>

L'analyse sur les motifs principaux de visite inclut dans le premier tableau tous les personnes entrantes sur le site, dont les sportif-ve-s qui ne sont pas interrogé-e-s directement ; le deuxième tableau présente les données uniquement sur les personnes interrogées, sans les sportif-ve-s.

En 2019, la promenade, la flânerie et la détente sont les premières raisons de visite du lieu et sont citées par 44% du public, c'est plus qu'en 2018 (36%). Les activités sportives représentent 41% des motifs de visite (44% en 2018) et ainsi les sportif-ve-s continuent à représenter une part importante du public du site. La qualité et la beauté des lieux sont cités par 35% des personnes, soit bien davantage qu'en 2018 (21%); quant aux motifs touristiques, ils représentent 20% des réponses. Enfin 12% des personnes citent les plantes du jardin et collections vivantes et 8% les animaux du jardin comme motif premier de visite.

Si l'on écarte les sportif-ve-s de l'analyse<sup>20</sup> (second tableau), alors ce sont 72% répondant-e-s qui déclarent venir pour se promener, flâner, se détendre (contre 63% en 2018). La qualité et beauté des lieux sont des raisons de visites citées par plus de la moitié des personnes interrogées, soit 57% (contre 36% en 2018); les motifs de tourisme sont quant à eux cités par 33% du public, les plantes du jardin et les collections vivantes par 19% et les animaux par 16% du public. Enfin 7% des personnes disent traverser uniquement le jardin pour se rendre d'un lieu à un autre<sup>21</sup>.

## Raison(s) principale(s) de la visite aujourd'hui – avec les sportif-ve-s non interrogé-e-s



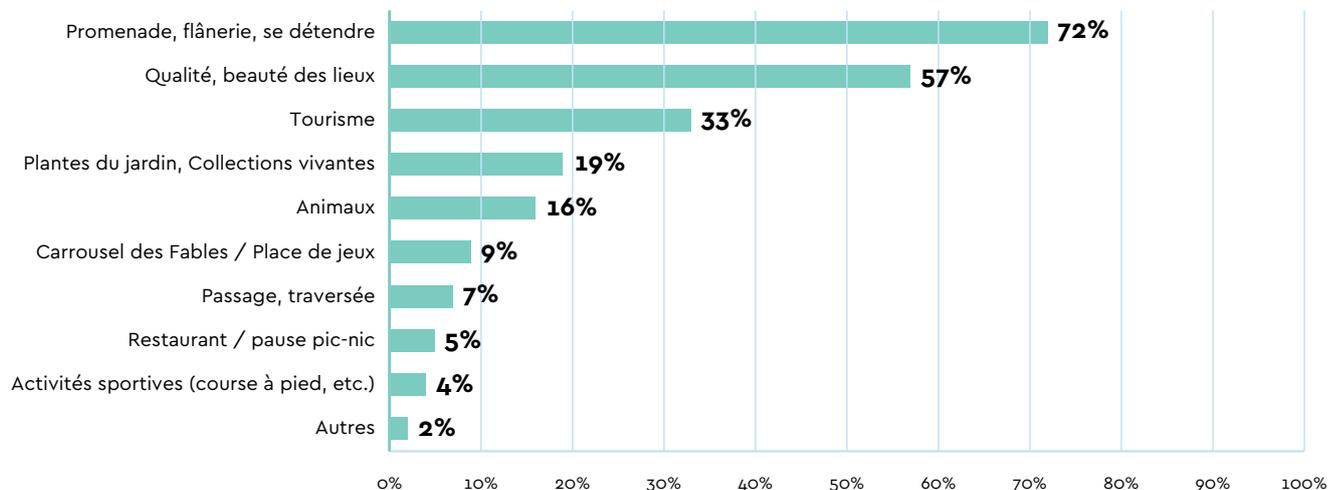
n = 2'696 répondant-e-s,  
plusieurs réponses possibles et non-rép.: 19%

<sup>19</sup> Les Conservatoire et Jardin botaniques disposent d'un questionnaire «R+», à savoir que deux questions ont été ajoutées à l'enquête sur le profil de base du visiteur ou visiteuse (genre, âge, lieu de résidence). La première question porte sur le motif de visite du lieu et la seconde sur le code postal du lieu de travail.

<sup>20</sup> Comme les répondant-e-s ont la possibilité de donner plusieurs réponses, 4% d'entre eux (autres que coureurs à pied qui ne sont pas interrogés) mentionnent venir également pour pratiquer des activités sportives sur le site (probablement du tai-chi, de la marche active, etc.).

<sup>21</sup> Les expositions ne sont pas citées par les répondant-es-s. On peut supposer que cela est dû au fait que les personnes sont interrogées à l'entrée du site et ne viennent pas expressément pour ce motif, même si au final elles parcourent néanmoins une exposition au cours de leur promenade sur le site. Il conviendrait d'explorer cette hypothèse avec des entretiens approfondis.

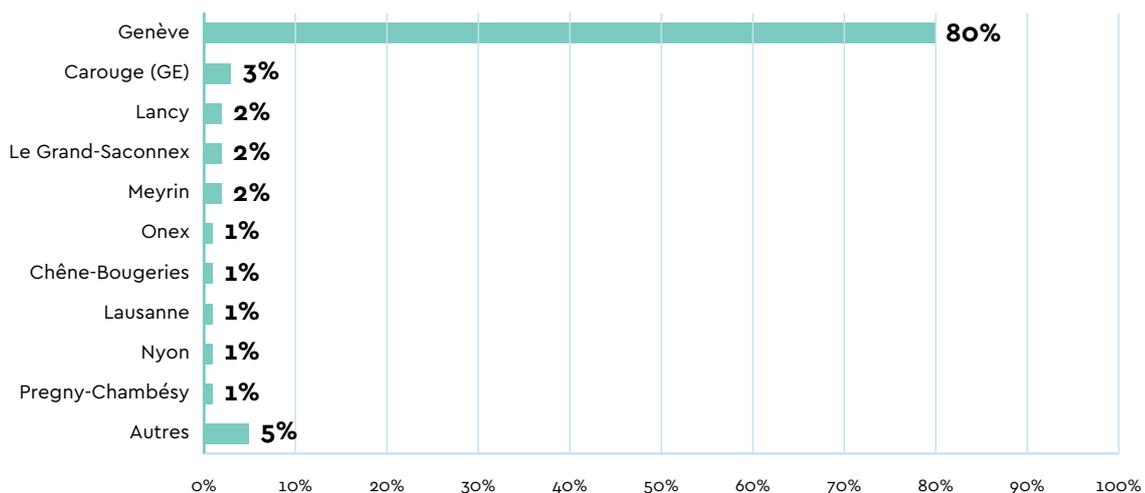
### Raison(s) principale(s) de la visite aujourd'hui – sans les sportif-ve-s non interrogé-e-s



n = 1'648 répondant-e-s,  
plusieurs réponses possibles et non-rép. : 18%

### Lieu de travail (selon la commune) parmi les résident-e-s Canton de Genève

L'analyse du code postal de la commune de travail des visiteurs et visiteuses<sup>22</sup> montre que la grande majorité (80%) travaillent sur la commune de la Ville de Genève (67% en 2018). Le taux de non-réponses à cette question est important puisque d'une part les personnes doivent être actives professionnellement et que d'autre part le code postal du lieu de travail n'est demandé qu'aux répondant-e-s de Suisse et de France voisine.

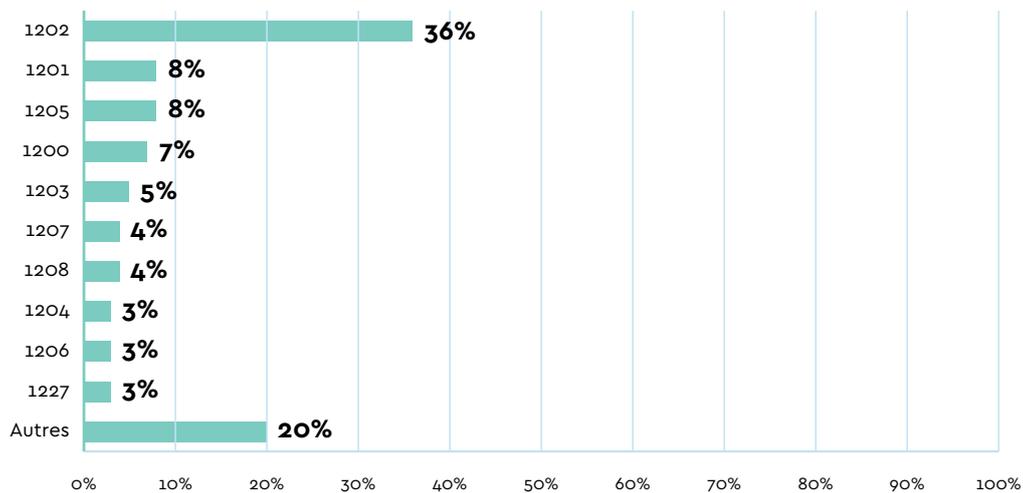


n = 709 et non-rép. : 65%

<sup>22</sup> L'idée initiale étant de déterminer dans quelle mesure le public qui visite le jardin travaille ou non à proximité.

### Lieu de travail (selon le code postal) parmi les résident-e-s Canton de Genève

Si on considère le code postal à proprement parlé, qui donne une information plus détaillée que la commune, on observe que plus d'un tiers des répondant-e-s (36%) déclarent travailler dans le secteur du jardin (secteur « 1202 » Sécheron-Pâquis); les second secteurs les plus cités (8%) sont le secteur « 1201 » Pâquis – gare, qui est aussi un quartier proche du jardin, et le secteur « 1205 » Plainpalais.



n = 786 et non-rép. : 39%



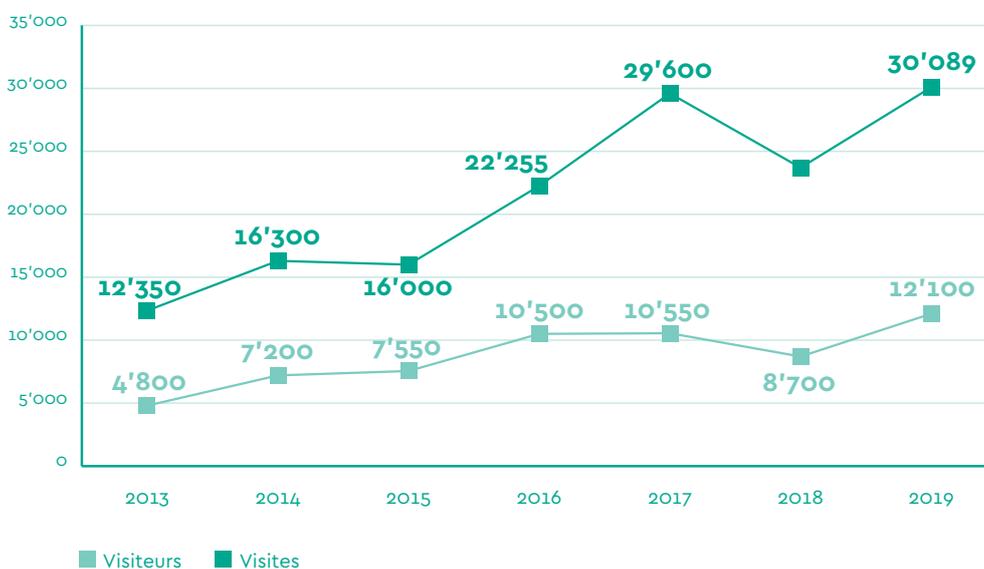
## Focus

### Fréquentation de la Nuit des musées 2013-2019

La Nuit des musées est organisée à Genève depuis 2013; elle s'articule chaque année autour d'une thématique différente.

7<sup>e</sup> édition en 2019, **30** institutions partenaires<sup>A</sup>

**12'000** participant-e-s selon et **30'000** visites à la Nuit des musées 2019, soit la plus forte participation depuis 2013.



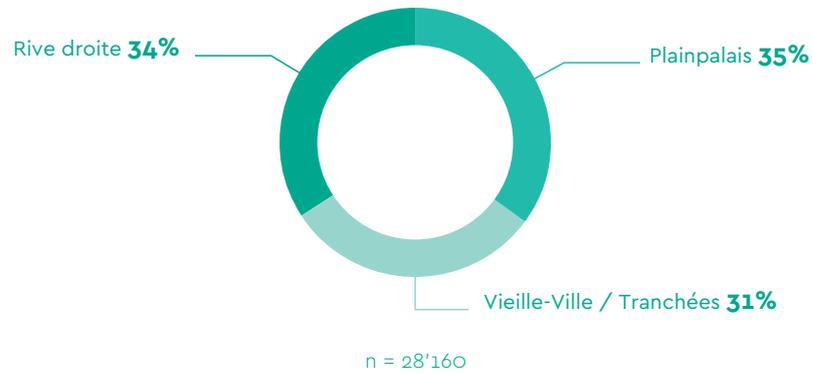
**1/4** des visiteurs et visiteuses sont des jeunes de **moins de 18 ans**



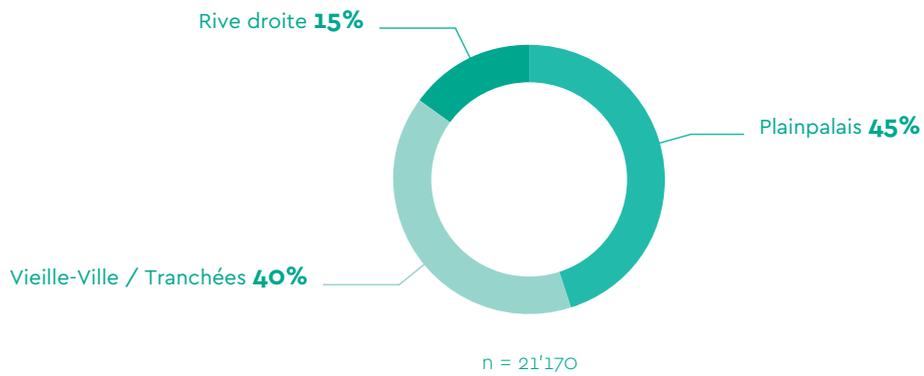
<sup>A</sup> Institutions muséales publiques et privées.

Les participant-e-s ont exploré à part égale les trois quartiers de la Nuit des musées, à savoir Plainpalais, la Vieille Ville-Tranchées et la Rive droite.

## 2019



## 2018



## Annexe musées

### Méthodologie

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

Avant toute étude sur le profil même du public, une phase préalable consiste à disposer de données de fréquentation fiables dans les institutions. Il s'agit d'une part de développer des outils modernes et adaptés aux contraintes organisationnelles ou liées à l'espace de chacun des sites et d'autre part d'implanter des règles uniformisées de comptage du public.

### Les mesures de fréquentation

Au fil des ans, les outils de mesure de la fréquentation se perfectionnent. Disposant d'un comptage manuel pendant de nombreuses années, les musées se dotent maintenant au fur et à mesure de moyens de comptage « électroniques », de type bornes ou compteurs par exemple. Les systèmes choisis doivent être adaptés aux particularités architecturales ou d'aménagement de chaque lieu. Outre les procédés techniques, il convient aussi d'harmoniser, entre institutions, les éléments pris en considération dans les décomptes de fréquentation.

### Le profil du public

La phase centrale du 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>23</sup> :

- **Un questionnaire socio-démographique restreint - noté R** (R-individuel, R-famille ou R-groupe)
- **Un questionnaire complet - noté C**<sup>24</sup>

### Le design d'enquête

Depuis 2013, un design d'enquête systématique R<sup>25</sup> a été mis en place dans les musées suivants : Musée Ariana, Musée d'art et d'histoire, Maison Tavel, Musée Rath, Muséum d'histoire naturelle, Musée d'histoire des sciences. Progressivement de nouvelles institutions intègrent le projet. Le Musée d'ethnographie de Genève est entré dans le processus de collecte de données lors de sa réouverture au mois de novembre 2014. En 2017, les Conservatoire et Jardin botaniques, musée de plein air, ont rejoint le projet, et fin 2018, le Cabinet d'arts graphiques a débuté une collecte sur le profil de son public<sup>26</sup>.

**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'ils entrent dans le musée.

Il comporte trois questions :

- **Le genre** de la ou du répondant-e (à l'avenir, il s'agira de consigner le genre auquel la personne s'identifie.)
- **L'année de naissance** de la ou du répondant-e
- **Le lieu de résidence** de la ou du répondant-e

<sup>23</sup> 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 une plateforme web dédiée.

<sup>24</sup> Après plusieurs années consécutives de collecte dans les institutions et de résultats stables, le questionnaire complet C n'a pas été mis en œuvre à partir de 2017. Il s'agira de le faire évoluer selon les besoins et questionnements des musées à l'avenir.

<sup>25</sup> Afin de mettre en place 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.

<sup>26</sup> Actuellement les espaces d'exposition de la Bibliothèque de Genève (Espace Ami-Lullin et Musée Voltaire) ne font pas partie du programme.

Afin de faciliter la saisie par le personnel d'accueil, un questionnaire R-famille a été développé en 2016, il permet de saisir une seule fois le lieu de résidence pour tous les individus d'une famille habitant ensemble et de renseigner ensuite uniquement le genre et l'année de naissance des membres de la famille.

Pour les groupes constitués, d'au minimum cinq personnes, un questionnaire R-groupe permet de saisir les trois questions (ou « variables ») pour plusieurs individus dans un même formulaire R. Ce formulaire simplifié consiste en trois questions identiques au R-individuel mais les âges sont agrégés par catégories, et le genre des enfants n'est pas distingué.

En 2017, un **questionnaire dit R+** a été développé et testé aux Conservatoire et Jardin botaniques dès le mois de juin. Aux trois questions de base (genre, année de naissance, lieu de résidence) s'ajoute deux questions supplémentaires, choisies en partenariat avec l'institution.

### Les modalités de collecte

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. Ce sont les collectes en **mode « recensement »**.

Dans certaines institutions, le personnel d'accueil n'arrive pas à interroger toutes les personnes qui entrent, ce en raison de divers facteurs : configuration architecturale des lieux, visiteurs et visiteuses qui entrent et sortent sans s'adresser à l'accueil car l'entrée à l'institution est gratuite, pics de fréquentation des visiteurs et visiteuses dans les grandes institutions.

Une nouvelle modalité de collecte de données R, collecte en **mode « échantillonnage »**, a été mise en place et testée en avril 2016 au Muséum d'histoire naturelle afin de disposer également, les jours de haute affluence, de données fiables et exhaustives et non partielles. Ces jours de haute affluence sont identifiés comme étant principalement les mercredis, samedis et dimanches, ainsi que les jours fériés. La collecte a lieu dorénavant selon un sondage par échantillon du nombre de jours de collecte, sur un nombre de jours limités dans l'année mais qui inclut la totalité des visiteurs et visiteuses entrants ce jour-là. Les jours de collecte sont répartis entre jours de basse et haute affluences et selon les variations saisonnières et hebdomadaires. Ce modèle simplifié, qui compte 52 jours de collecte au lieu de 313 jours par an, allège le travail des équipes et est facile à mettre en œuvre en fonction d'une planification annuelle. Les jours de haute affluence, l'équipe du Muséum d'histoire naturelle est renforcée par des ressources extérieures d'enquêteurs et enquêtrices formé-e-s. Cette expérience s'est poursuivie en 2017 et en 2018. En 2018, la collecte de données en mode « échantillonnage » a été instaurée au Musée d'ethnographie de Genève et au Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland.

En 2017, dès le mois de juin, une collecte en mode « échantillonnage » a été adaptée au cas du musée en plein air des Conservatoire et Jardin botaniques, lequel ne dispose pas de personnel d'accueil à l'instar des autres musées ; le site comporte par ailleurs quatre entrées principales. Il s'agit également d'une collecte hebdomadaire, répartie tout au long de l'année : ainsi les jours de collecte sont distribués entre jours de basse et haute affluences et selon les variations saisonnières et hebdomadaires. La collecte a lieu sur une tranche-horaire de trois heures consécutives, chaque heure l'enquêteur ou l'enquêtrice externe se déplace à une autre entrée du site. Les heures de collecte ainsi que les entrées sont également échantillonnées selon un planning de collecte annuel, validé statistiquement.

Un grand nombre de personnes ont été interrogées dans les musées du DCS en 2019, soit plus de **275'000** visiteurs et visiteuses, ce qui constitue une taille d'échantillon suffisante pour exploiter les données.

Le tableau récapitulatif montre que le taux de collecte fluctue selon les musées, ce pour plusieurs raisons. Premièrement, comme on l'a vu plus haut, en regard de la taille du musée. Deuxièmement, dans leurs décomptes de fréquentation, plusieurs institutions incluent leurs événements et manifestations, pour lesquels un protocole de récolte de données R n'est actuellement pas encore instauré ; cela a pour incidence de diminuer le pourcentage du taux de collecte R, c'est par exemple le cas au Musée Ariana, et dans les autres musées, lors d'un événement comme la Nuit des musées ou les Journées européennes des métiers d'art.

## Nombre de répondant-e-s, modalités et taux de collecte R, marge d'erreur par site

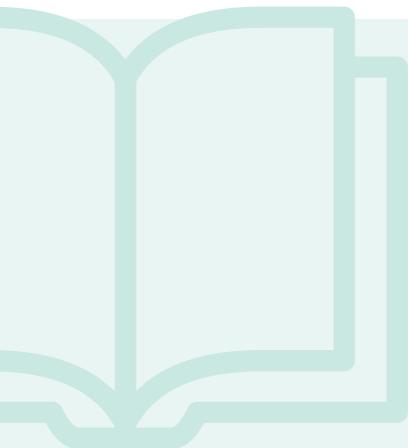
	Nombre de répondant-e-s	Taux de collecte R	Marge d'erreur (niveau de confiance 95%)
<b>Modalités de collecte R « recensement »</b>			
Cabinet d'arts graphiques	2'768 <sup>27</sup>	88%	+/- 0,7 à 1,1%
Musée Ariana	31'960	48%	+/- 0,2%
Maison Tavel	87'991	89%	+/- 0,1%
Musée Rath	15'733 <sup>28</sup>	93 %	+/- 0,3%
Musée d'histoire des sciences	33'000	100%	+/- 0 %
<b>Modalités de collecte R « échantillonnage » (hebdomadaire)</b>			
Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland	18'574	13 %	+/- 0,7%
Musée d'ethnographie Genève	57'828	30 %	+/- 0,4%
Muséum d'histoire naturelle	26'446	9 %	+/- 0,5%
Conservatoire et Jardin botaniques	21'41	0,5 %	+/- 1,8%
<b>Total</b>	<b>276'441</b>		

<sup>27</sup> 2 expositions temporaires en 2019: « Apprivoiser la lumière -Claude Lorrain et la perception du paysage, 22.3.19-16.06.19; « Paul Eliasberg - Paysages de l'âme », 1 .11.19-2.02.20.

<sup>28</sup> 1 exposition temporaire en 2019: « Silences », 14.6.19-27.10.19.

**Dans le présent rapport, les graphiques ne totalisent pas toujours 100%, en raison de l'arrondi des pourcentages dans la base de données.**

# BIBLIOTHÈQUES



## 81 Quelques statistiques annuelles

Bibliothèques municipales

Bibliothèque de Genève

Réseau des bibliothèques de la Ville

## Quelques statistiques annuelles

### Bibliothèques municipales

#### Nombre d'entrées par bibliothèque

##### Bibliothèque de la Cité

2019					Total			
Adultes	<b>83'094</b>	Jeunes	<b>96'025</b>	Espace musique	<b>49'273</b>	Multi-expositions	<b>17'422</b>	<b>245'814</b>
2018								
Adultes	81'024	Jeunes	90'480	Espace musique	47'137	Multi-expositions	16'916	235'557
2017								229'218
2016								238'766

##### Bibliothèque des Eaux-Vives

2019				Total
Adultes	<b>21'570</b>	Jeunes	<b>17'575</b>	<b>39'145</b>
2018				
Adultes	24'214	Jeunes	10'471	34'685

##### Bibliothèque de la Jonction

2019				Total
Adultes	<b>27'292</b>	Jeunes	<b>21'905</b>	<b>49'197</b>
2018				
Adultes	26'789	Jeunes	19'053	45'842

##### Bibliothèque des Pâquis

2019				Total
Adultes	<b>22'207</b>	Jeunes	<b>16'089</b>	<b>38'296</b>
2018				
Adultes	24'962	Jeunes	19'471	44'433

##### Bibliothèque de Saint-Jean

2019				Total
Adultes	<b>16'271</b>	Jeunes	<b>29'042</b>	<b>45'313</b>
2018				
Adultes	19'296	Jeunes	26'594	45'890

**Bibliothèque de la Servette**

2019				Total
Adultes	<b>64'867</b>	Jeunes	<b>33'340</b>	<b>98'207</b>
2018				
Adultes	66'867	Jeunes	30'288	97'155

**Nombre de nouvelles inscriptions – Réseau des BM**

2014	2015	2016	2017	2018	2019
5'644	5'861	6'183	6'237	6'061	<b>6'463</b>

**Nombre d'usagers actifs – Réseau des BM**

2014	2015	2016	2017	2018	2019
36'506	38'361	36'979	37'049	36'379	<b>37'362</b>

**Volume des collections – Réseau des BM**

2014	2015	2016	2017	2018	2019
729'419	697'680	683'480	663'149	634'535	<b>627'119</b>

**Nombre de prêts – Réseau des BM**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Total</b>	1'584'727	1'550'990	1'710'428	1'663'551	1'592'025	<b>1'667'795</b>
<b>dont :</b>						
Collections adultes	599'882	619'950	680'084	713'228	834'583*	<b>842'968</b>
Collections jeunesse	595'124	632'019	682'500	672'285	750'541*	<b>817'126</b>
Collections musicales	97'160	81'189	88'117	72'693	68'644	<b>67'443</b>
Bibliobus <sup>A</sup>	82'930	-	81'078	72'028	80'989	<b>89'092</b>
Prolongation en ligne	209'631	217'832	259'727	275'547	294'876	<b>338'443</b>

<sup>A</sup> Distingué entre jeunes et adultes dès 2015.

\* Nouveau mode de calcul – chiffres modifiés par rapport à l'édition 2018 « Connaissance des publics ».



## Les bibliothèques municipales en ligne

### Nombre de titres téléchargés Press Reader<sup>B</sup> – Réseau des BM

	2016	2017	2018	2019
	99'237	127'547	179'671	<b>207'438</b>

### Nombre de livres numériques téléchargés sur e-bibliomedia<sup>C</sup> – Réseau des BM

	2017	2018	2019
	2'640 <sup>D</sup>	9'209	<b>10'022</b>

### Nombre de pistes écoutées 1DTouch<sup>E</sup> – Réseau des BM

	2017	2018	2019
	2'213 <sup>F</sup>	5'216	<b>4'077</b>

### Heures de formation en ligne<sup>G</sup> – Réseau des BM

	2017 <sup>H</sup>	2018	2019
Orthodidacte	195	176	—*
Toutapprendre	510	1'353	<b>3'398</b>
Vodéclic	48	115	<b>100</b>



## La médiation culturelle dans les bibliothèques municipales

### Actions de médiation par types d'activités – Réseau des BM

	2017			2018			2019
	Nbre d'activités	Nbre de participant-e-s	Nbre d'activités	Nbre de participant-e-s	Nbre d'activités	Nbre de participant-e-s	
Action culturelle <sup>I</sup>	198	6'562	183	6'763	<b>231</b>	<b>5'562</b>	
Action culturelle : exposition Cité	4	17'260	3	16'916	<b>3</b>	<b>17'422</b>	
Médiation directe <sup>J</sup>	828	13'933	700	10'524	<b>736</b>	<b>11'116</b>	
Animation socioculturelle <sup>K</sup>	329	1'821	97	778	<b>73</b>	<b>588</b>	
Hors-murs	66	4'468	57	3'889	<b>17</b>	<b>352</b>	
Formation des usagers	0	0	72	111	<b>56</b>	<b>89</b>	
<b>Total</b>	<b>1'425</b>	<b>44'044</b>	<b>1'112</b>	<b>38'981</b>	<b>1'113</b>	<b>17'707</b>	

<sup>B</sup> Kiosque numérique qui permet de télécharger des quotidiens et magazines suisses et étrangers (accessible depuis le réseau Wi-Fi des BM). | <sup>C</sup> Plateforme de prêt de livres numériques partagées entre plusieurs bibliothèques de Suisse romande. | <sup>D</sup> Mis à disposition en mai 2017. | <sup>E</sup> Site de streaming musical proposant de mettre en valeur les catalogues d'éditeur de disques indépendants. | <sup>F</sup> Mis à disposition en mai 2017. | <sup>G</sup> Tout apprendre est un site généraliste avec un accent sur les langues, la musique et le développement personnel. Orthodidacte propose un catalogue spécialisé dans l'orthographe française et Vodéclic des centaines de ressources en informatique et multimédia. | <sup>H</sup> Mis à disposition en mai 2017. | \* Statistique indisponible. | <sup>I</sup> Intervention d'un acteur culturel dans la bibliothèque en lien avec les collections, un thème annuel ou un sujet d'actualité, une manifestation culturelle. | <sup>J</sup> Activité proposée par les bibliothécaires ou un-e médiateur-trice. | <sup>K</sup> Activité dont les objectifs principaux visent le "vivre ensemble" et l'intégration: écrivain public, groupe d'expression française, pause-philo, goûters et collations, ateliers de bricolage.

\* Statistique indisponible

## Bibliothèque de Genève

Les chiffres ci-après comprennent les 4 sites de la Bibliothèque de Genève : Bastions, Centre d'iconographie, Musée Voltaire, La musicale.

### Nombre total de visites

2014	2015	2016	2017	2018	2019
182'242	176'989	179'976	indisponible*	indisponible*	<b>190'446</b>

### Nombre d'usagers actifs

2014	2015	2016	2017	2018	2019
7'212	9'250	7'692	7'018	6'512	<b>5'242</b>

### Volume des collections (offre totale)

2014	2015	2016	2017	2018	2019
7'093'747	7'243'427	7'284'906	6'937'453	7'024'019	<b>7'259'006</b>

### Nombre de prêts

2014	2015	2016	2017	2018	2019
128'445	134'286	119'066	120'062	93'771	<b>117'793</b>

En 2018, le site Bastions a fermé les matins de février à décembre pour raison de déménagement.

### Nombre de titres disponibles en ligne

	2016	2017	2018	2019
Offre journaux et périodiques électroniques	95'483	94'977	91'673	<b>109'239</b>
Offre e-books	621'657	635'925	662'858	<b>631'706</b>

\* Compteurs défectueux

## Réseau des bibliothèques de la Ville



### Focus

### InterroGE<sup>A</sup>

	2017	2018	2019
Nombre de visites sur le site	394'815	538'406	<b>403'156</b>
Nombre de questions posées	1'426	1'544	<b>1'307</b>
Nombre d'utilisateurs	982	1'225	<b>887</b>

<sup>A</sup> Service de renseignements à distance

# SPORT



**87 Coup d'œil sur les données 2019**

Fréquentation

**90 Les données 2019 par centre sportif**

Centre sportif des Vernets

Centre sportif de Varembeé

**110 Annexe centres sportifs**

Méthodologie

## Coup d'œil sur les données 2019

### Fréquentation

En 2019, la fréquentation des installations sportives des Vernets et de Varembe est de 701'726 entrées. On dénombre environ 280'000 à près de 320'000 entrées selon les piscines (Vernets n = 317'531 et Varembe n = 283'475) et 100'000 entrées à la patinoire des Vernets (n = 100'720), ouverte au grand public durant 6 mois d'octobre à mars (et aux clubs le reste de l'année).

#### Fréquentation (entrées) par installation sportive

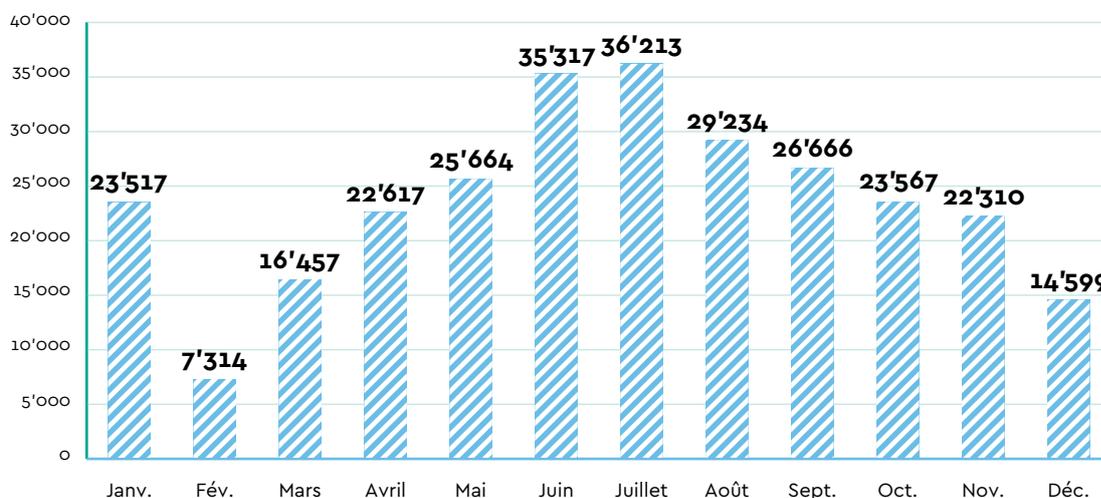
<b>Patinoire des Vernets</b>	<b>100'720</b>
<b>Piscine des Vernets</b>	<b>317'531</b>
<b>Total Vernets</b>	<b>418'251</b>
<b>Piscine de Varembe</b>	<b>283'475</b>
<b>Total</b>	<b>701'726</b>

Selon les mois de l'année, la fréquentation de la piscine de Varembe peut varier du simple au double ; le mois le plus fréquenté est le mois de juillet (n = 36'213) et le moins fréquenté est décembre (n = 14'599) – sans tenir compte du mois de février fermé partiellement pour l'entretien des équipements.

La fréquentation de la piscine des Vernets fluctue entre 26'000 et 34'000 entrées par mois en 2019, excepté cette année au mois d'août (n= 15'538) et comme à Varembe au mois de décembre qui est un peu moins fréquenté (n=22'608) – sans tenir compte du mois de septembre fermé partiellement pour l'entretien des équipements.

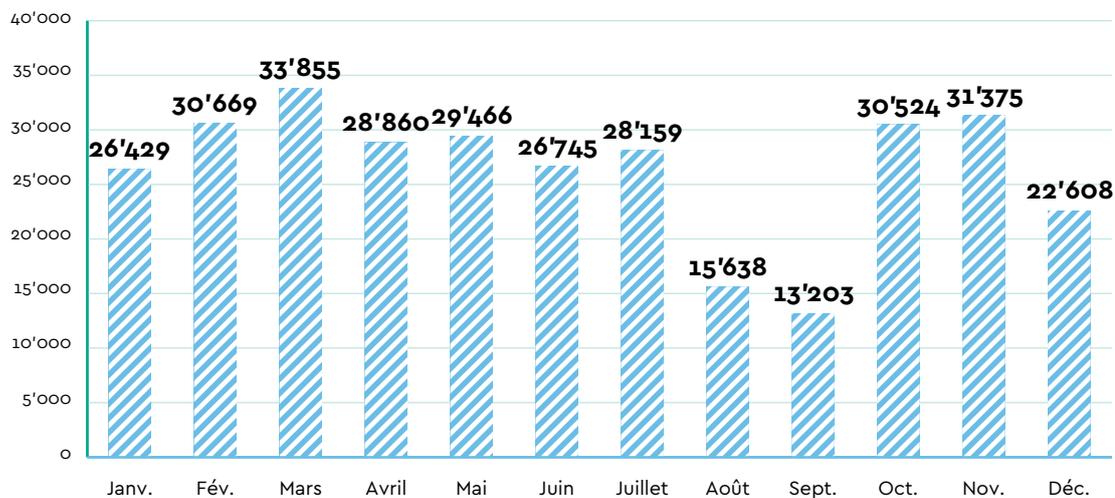
Quant à la patinoire des Vernets, durant les mois d'ouverture au grand public d'octobre à mars, la fréquentation varie d'environ 10'000 entrées en mars à près de 21'000 entrées en janvier.

#### Fréquentation mensuelle – Piscine de Varembe



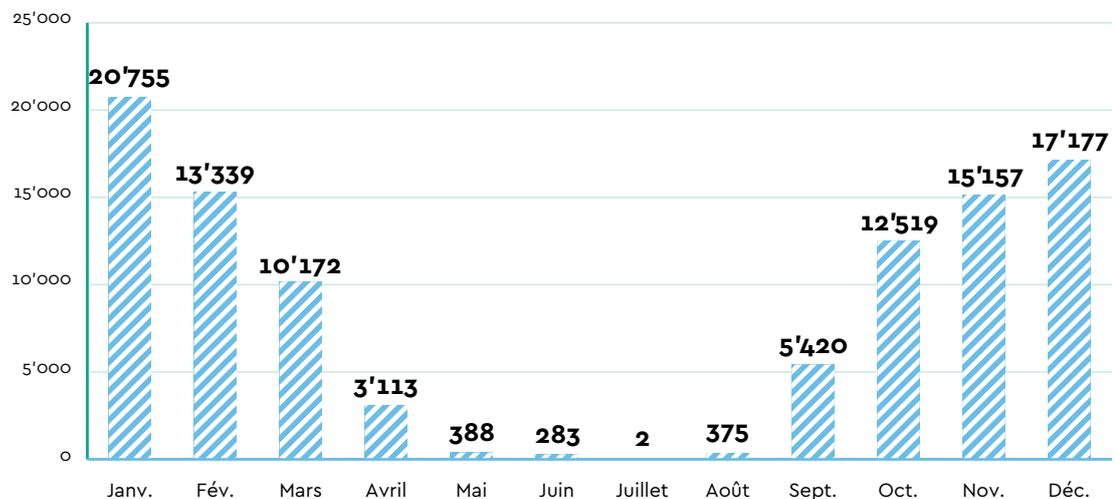
La piscine de Varembe ferme chaque année une partie du mois de février.

### Fréquentation mensuelle – Piscine des Vernets



La piscine des Vernets ferme chaque année une partie du mois de septembre.

### Fréquentation mensuelle – Patinoire des Vernets



La patinoire des Vernets est ouverte spécifiquement pour les entraînements des clubs également d'avril à sept

Les tendances observées depuis 2017 demeurent, à savoir que les personnes détentrices d'un abonnement mensuel fréquentent proportionnellement le plus la piscine, soit une moyenne de 13 à 14 passages entre Vernets et Varembe, contre 30 à 33 passages pour les personnes détentrices d'un abonnement annuel.

#### Nombre moyen de passages par abonnement – par installation sportive (piscines)<sup>29</sup>

Type d'abonnement	Piscine des Vernets	Piscine de Varembe
Adulte – 1 mois	<b>14 passages</b>	<b>13 passages</b>
Adulte – 3 mois	<b>15 passages</b>	<b>12 passages</b>
Adulte – 6 mois	<b>17 passages</b>	<b>28 passages</b>
Adulte – 12 mois	<b>34 passages</b>	<b>33 passages</b>
Tarif réduit – 1 mois	<b>12 passages</b>	<b>12 passages</b>
Tarif réduit – 3 mois	<b>13 passages</b>	<b>11 passages</b>
Tarif réduit – 6 mois	<b>17 passages</b>	<b>20 passages</b>
Tarif réduit – 12 mois	<b>30 passages</b>	<b>33 passages</b>

Le tarif réduit comprend les entrées AVS, moins de 25 ans, collaborateurs-trices Ville de Genève.

<sup>29</sup> Les courbes horaires de fréquentation sont indisponibles en 2019.

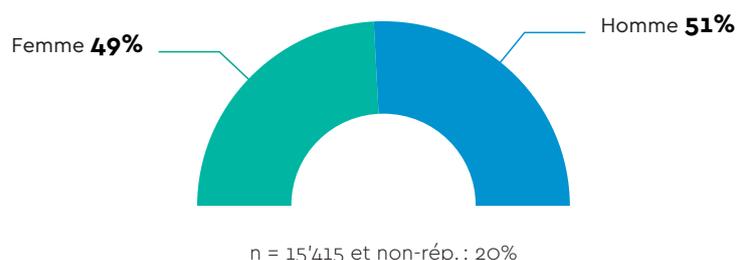
## Les données 2019 par centre sportif <sup>29</sup>

### Centre sportif des Vernets

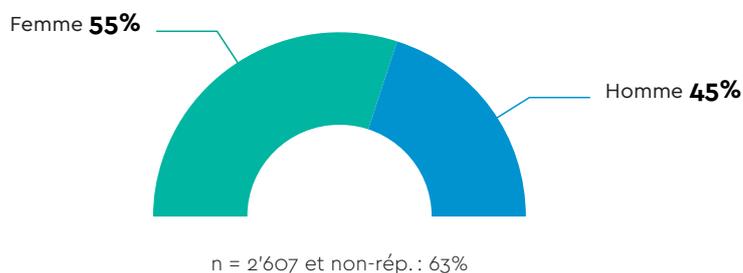
#### Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ?

Parmi le public de la piscine des Vernets, on dénombre une part quasiment égale de femmes et d'hommes (49% et 51%); il y a cependant davantage de femmes à la patinoire (55%)<sup>30</sup>.

#### Genre – piscine



#### Genre – patinoire

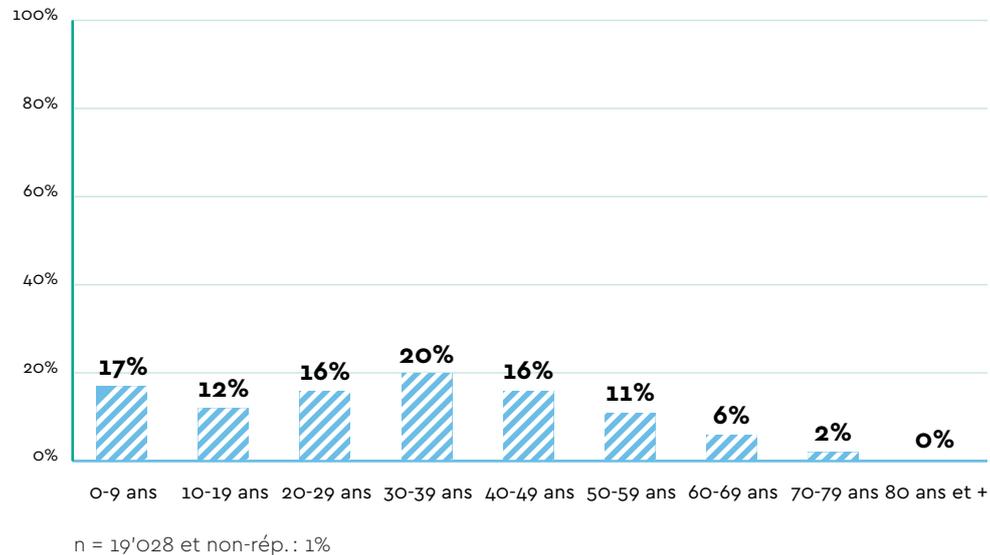


<sup>29</sup> Contrairement à 2018, le rapport annuel 2019 ne présente pas le profil général des usagers et usagères sur la base des données agrégées des deux centres sportifs; en effet on note cette année un taux de collecte à Varembe deux fois moindre à celui des Vernets, ce qui prêterait l'interprétation des résultats si les données étaient agrégées.

<sup>30</sup> Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 20% – piscine et 63% – patinoire; qui provient principalement des formulaires R-groupe, pour lequel le genre des enfants n'est pas renseigné.

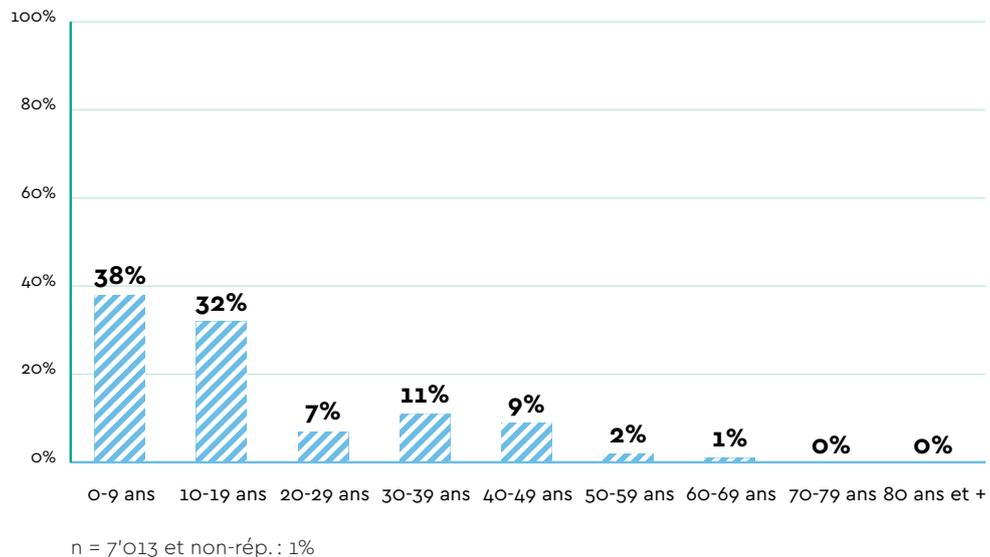
### Classes d'âge piscine

En 2019, le public de moins de 20 ans représente 29% des usagers et usagères, tandis que la part du public de 60 ans et plus est de 8% cette année.



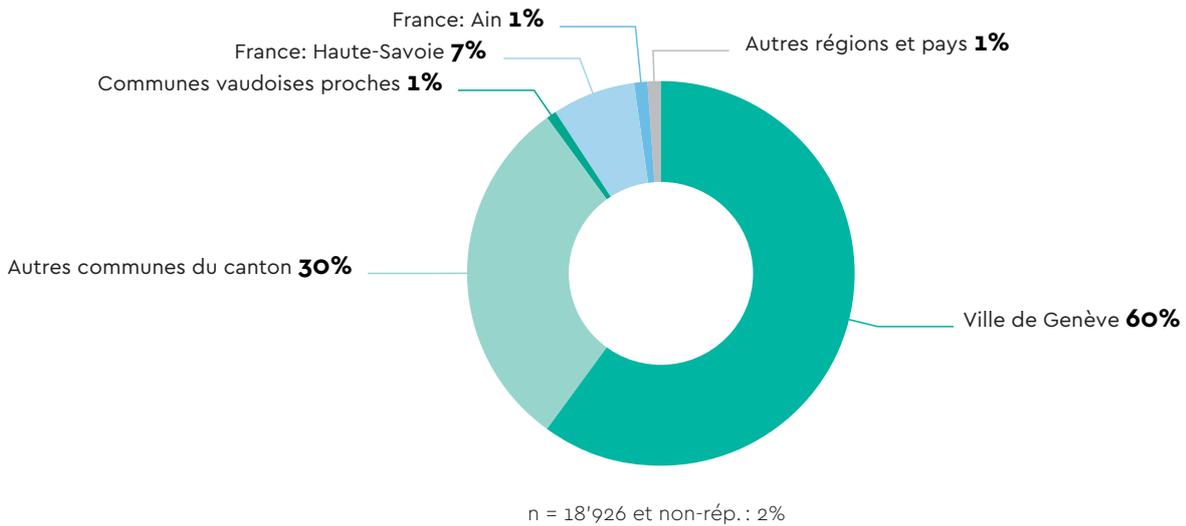
### Classes d'âge patinoire

A la patinoire, les jeunes de moins de 20 ans constituent près des trois-quarts du public (70%).

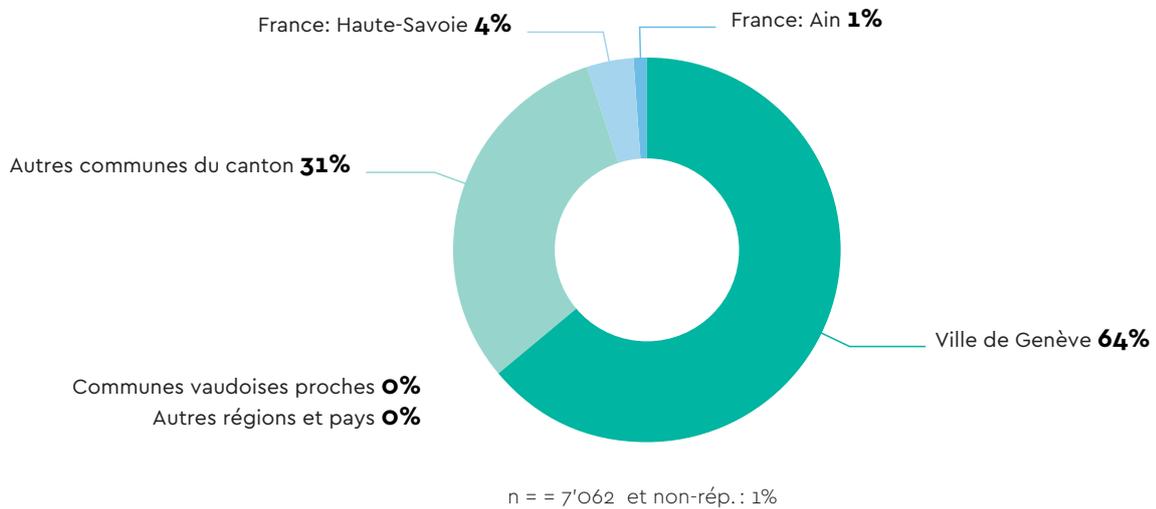


### Commune d'habitation – piscine

Plus de la moitié des usagers et usagères des Vernets, tant de la piscine que de la patinoire, résident sur la commune de la Ville de Genève (60% et 64%) et environ un tiers du public est domicilié dans les autres communes du canton (30% et 31%); la part des usagers et usagères de la région s'élève à 9% à la piscine et 5% à la patinoire.



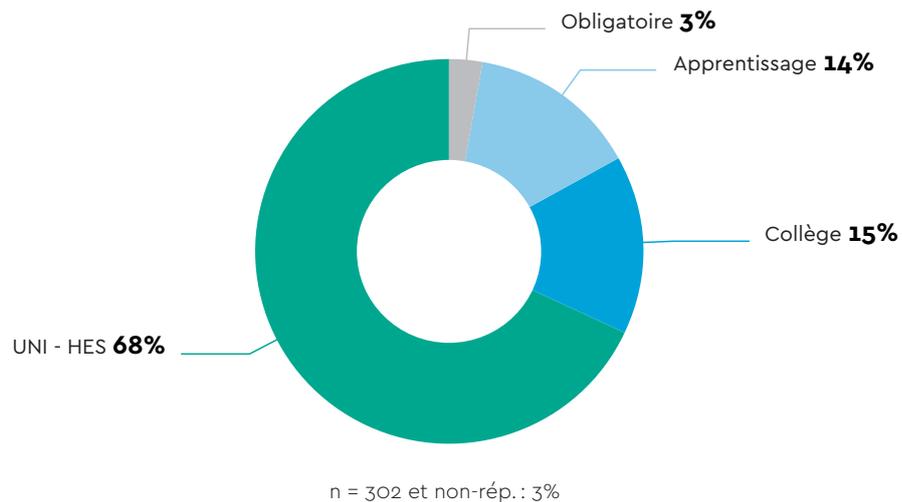
### Commune d'habitation – patinoire



## En savoir plus sur le profil de nos usagères et usagers

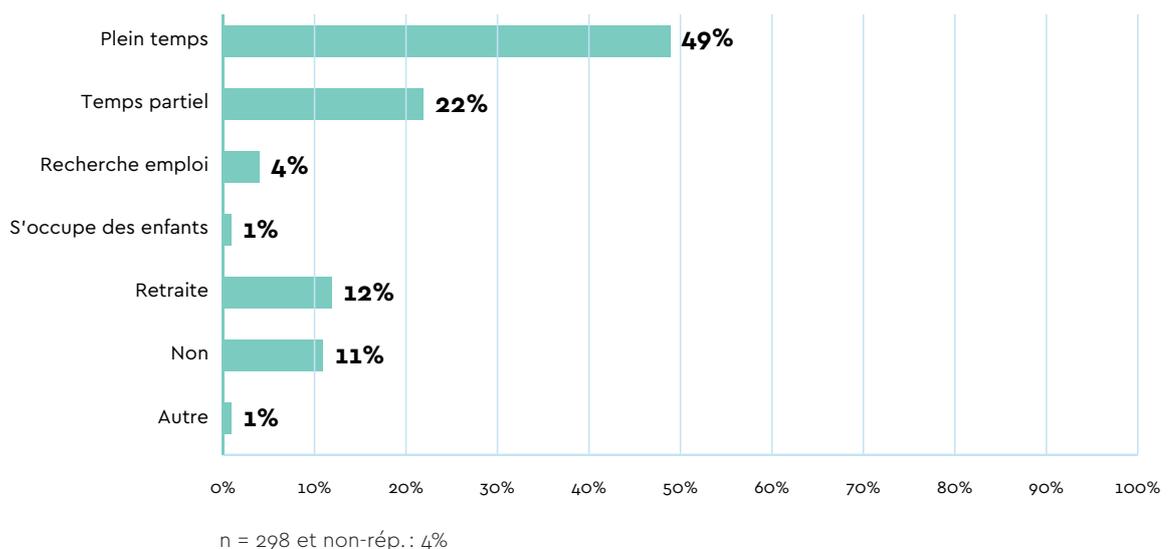
### Niveau d'études

En 2019 encore, le profil du public indique que les deux-tiers des usagers ou usagères (68%) ont achevé une formation du degré tertiaire – haute école spécialisée ou université, et près d'un tiers des personnes (19%) ont une formation de niveau secondaire (collège ou apprentissage); on ne compte que 3% de personnes avec une formation obligatoire.



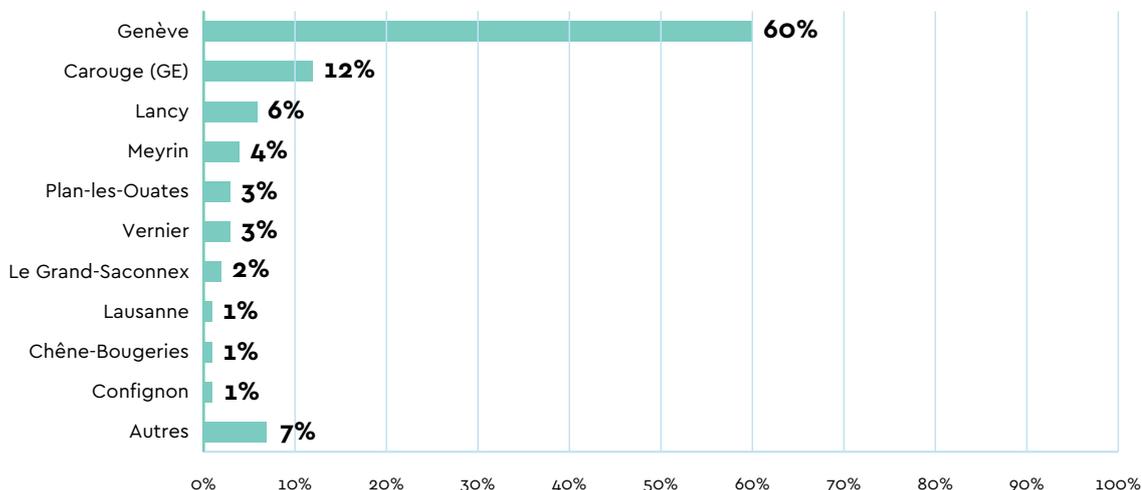
### Exerce une activité professionnelle

Près de sept usagers et usagères sur dix sont actifs professionnellement (71%), dont la majeure partie à temps plein (49%). Le tiers restant de déclare pas d'activité professionnelle (à la retraite, en recherche d'emploi ou autre situation).



### Commune de travail ou d'études

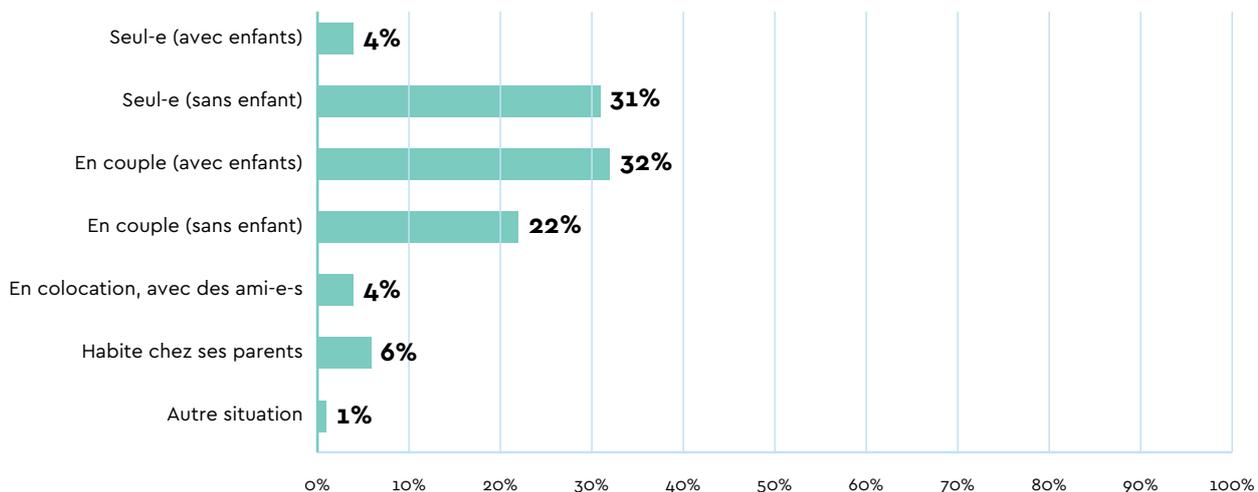
Comme observé en 2017 et 2018, les deux communes principales dans lesquelles les usagers et usagères exercent leur activité professionnelle (ou font leurs études) sont la Ville de Genève principalement (60%), suivi de Carouge (12%).



n = 212 et non-rép.: 32%

### Situation familiale

En 2019, les couples avec enfant(s) et les personnes seules sans enfant représentent les deux situations familiales majoritaires des répondant-e-s (32% et 31%).

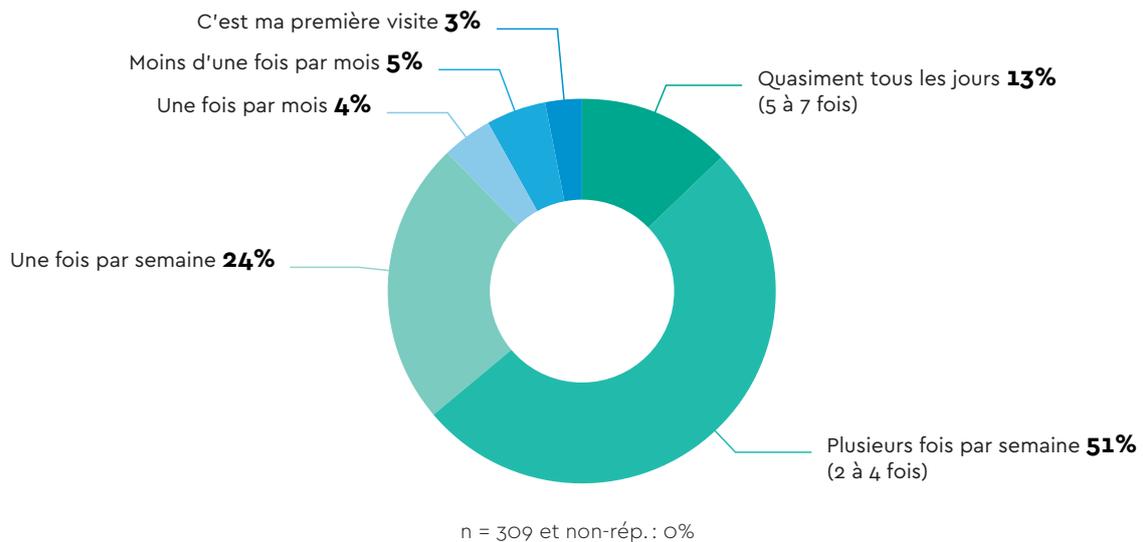


n = 301 et non-rép.: 3%

## Les modalités de fréquentation du centre sportif

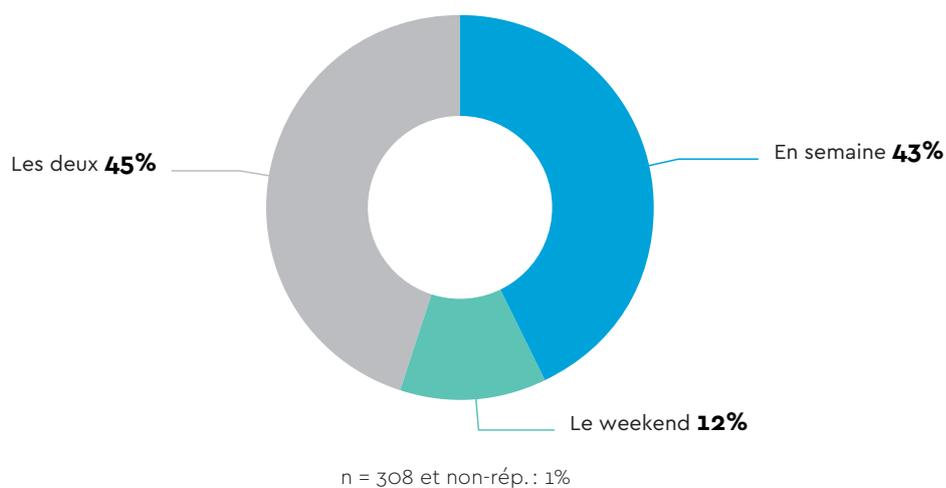
### Fréquence de visite du centre sportif

Près de neuf usagers ou usagères sur dix fréquentent les Vernets au moins une fois par semaine (88%). Celles et ceux qui déclarent venir soit tous les jours ou presque, soit plusieurs fois par semaine, représentent 64% du public. Pour 3% des répondant-e-s il s'agit de la première visite au centre sportif.



### Fréquentation en semaine et/ou le weekend

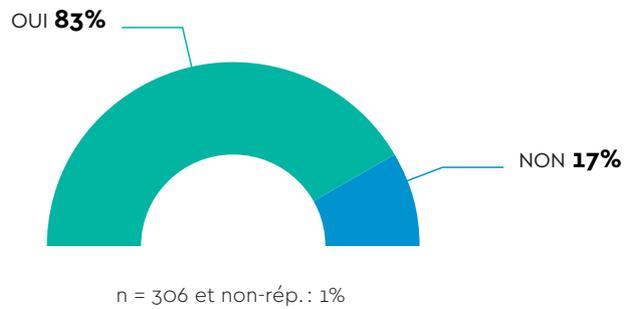
45% des répondant-e-s déclarent venir la semaine ainsi que le week-end ; 43% ne viennent qu'en semaine et 12% uniquement le week-end.



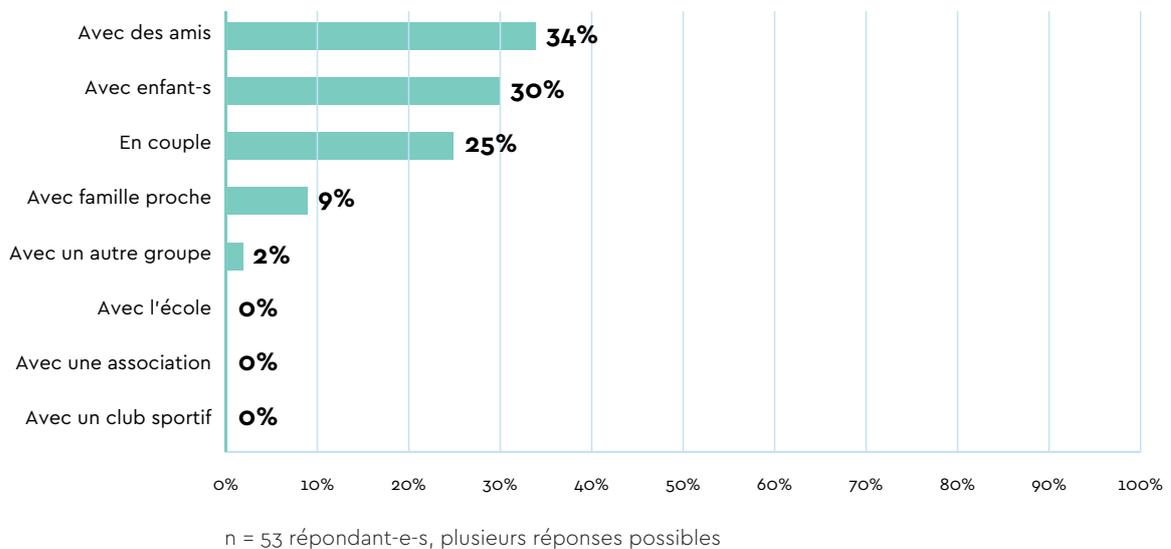
### Est venu-e seul-e ?

Plus de huit personnes sur dix viennent seules au centre sportif des Vernets (83%).

Quant aux personnes qui déclarent venir accompagnées, elles le sont principalement de leur(s) amis en 2019 (34%) ou de leur(s) enfant(s) (30%)<sup>31</sup>.



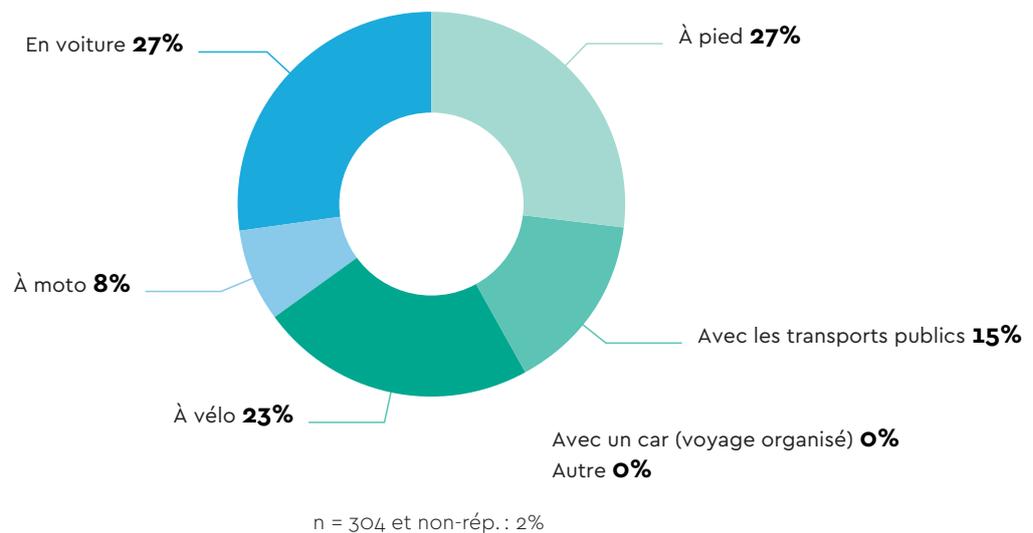
### Accompagnement



<sup>31</sup> Le nombre de répondant-e-s à la batterie de questions est petit, n = 53.

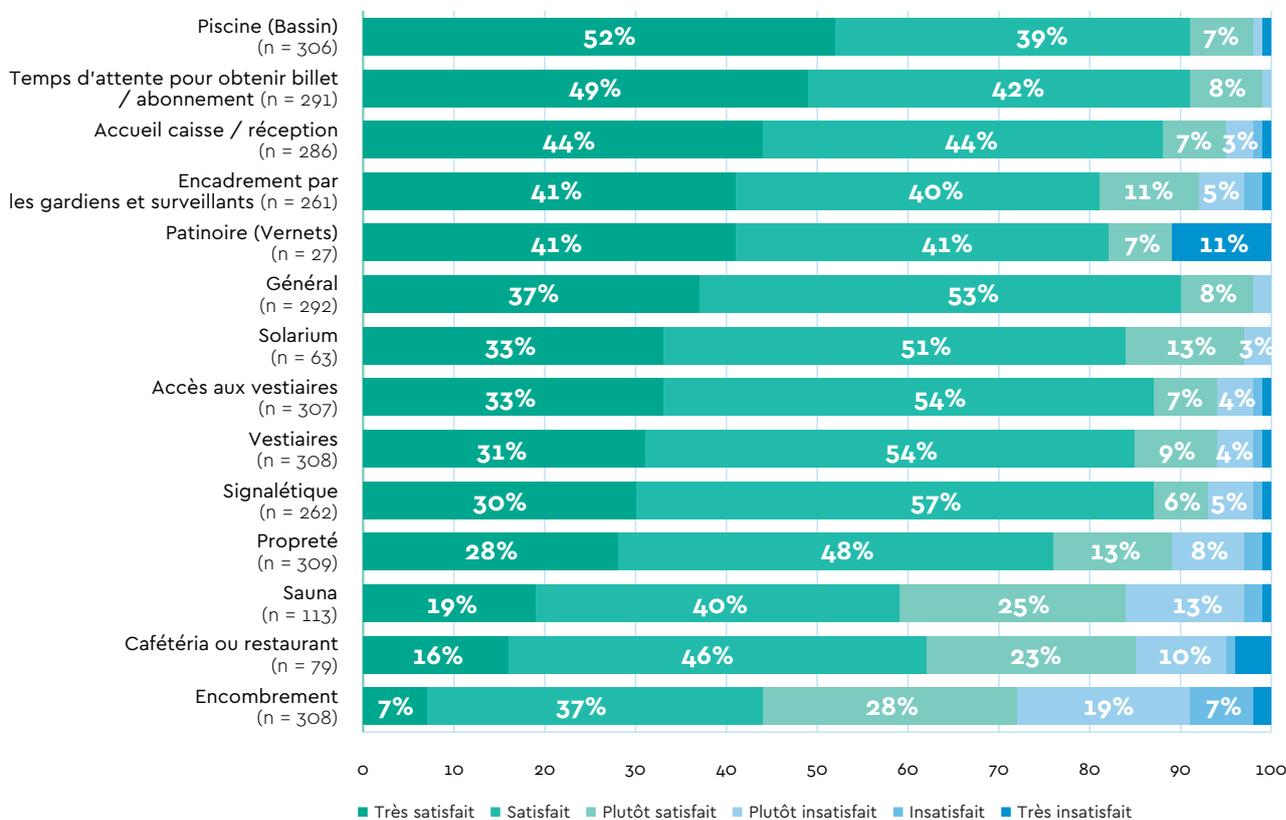
### Moyen de transport

En 2019, les usagers et usagères se rendent au centre sportif des Vernets principalement à pied (27%) ou en voiture (27%); la part de celles et ceux qui viennent à vélo s'élève à 23% et en transports publics à 15%.



## La satisfaction des usagers et usagères

En 2019, le centre sportif des Vernets, considéré dans son ensemble, demeure toujours évalué très positivement par les répondant-e-s : 98% se déclarent «plutôt satisfait» à «très satisfait» du centre d'une manière générale. Les taux de satisfaction («plutôt satisfait» à «très satisfait») concernant les prestations sont aussi élevés et varient de 83% à 99% (sauf pour l'encombrement des lignes), soit : pour les infrastructures: temps d'attente pour les billets – 99%, bassin – 98%, vestiaires – 94%; leur accès: accès aux vestiaires – 94%, signalétique – 93%; le personnel du centre sportif: accueil-réception – 95%, encadrement par les gardien-ne-s – 92%. L'encombrement des lignes de la piscine demeure l'aspect évalué le plus négativement, 19% des usagers et usagères déclarent en être plutôt insatisfaits et 9% insatisfaits à très insatisfaits. Quant à l'espace de restauration, 10% du public déclare être «plutôt insatisfait» et 5% «insatisfait à très insatisfait». 13% du public déclare être «plutôt insatisfait» et 3% «insatisfait à très insatisfait» du sauna et respectivement 8% et 3% de la propreté.

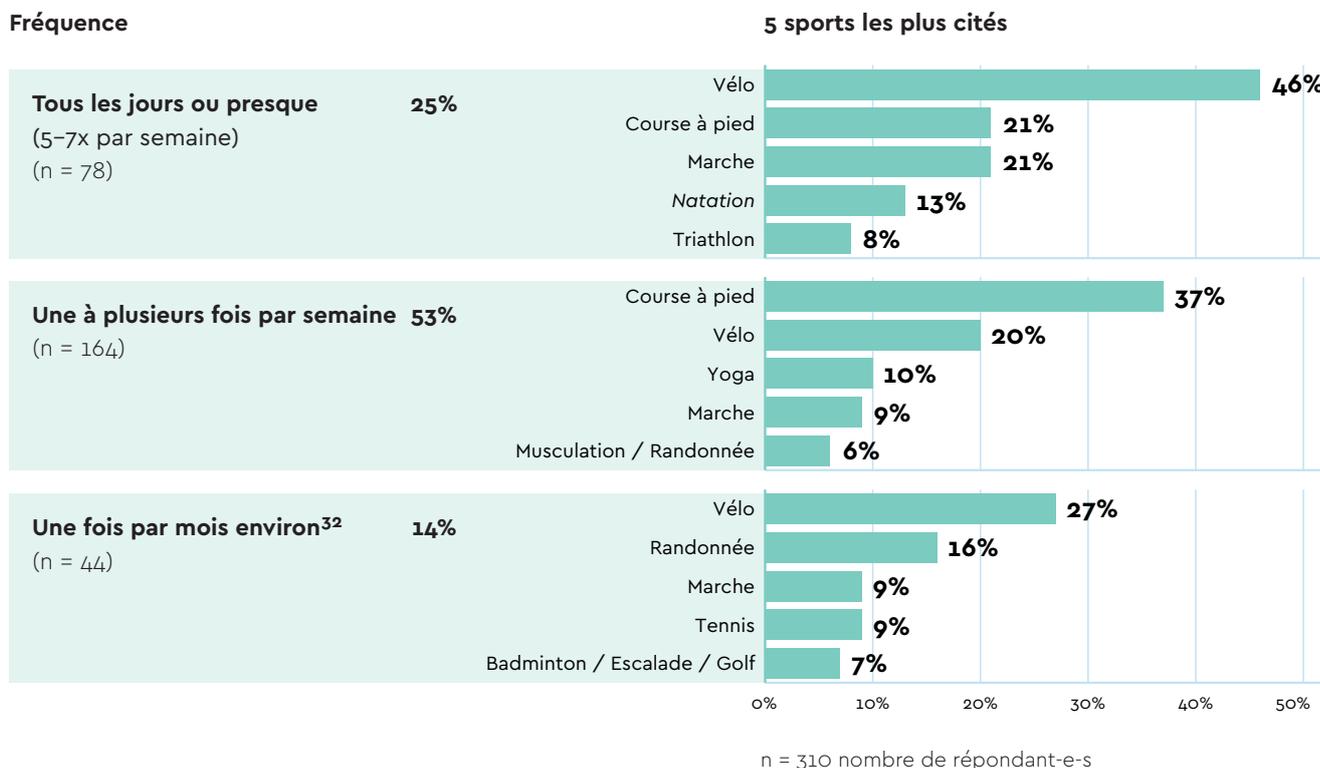


n >= 25

## Les pratiques sportives des usagers et usagères

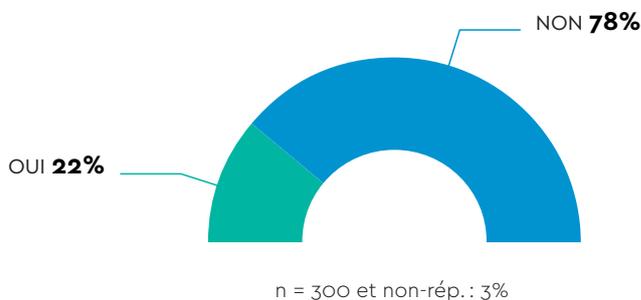
### Sports pratiqués

Les sports les plus couramment pratiqués, après la natation, sont le vélo et la course à pied, que cela soit à un rythme quotidien ou hebdomadaire, suivi de la marche ou randonnée.



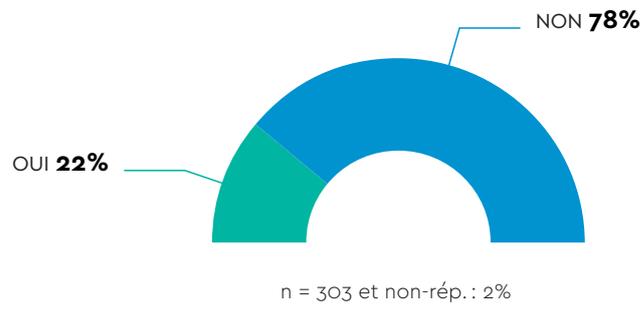
### Appartenance à un club de sport

22% des usagers et usagères sont membres d'un club sportif et une proportion identique participe à des compétitions sportives. 15% des répondant-e-s déclarent fréquenter également un centre de fitness.

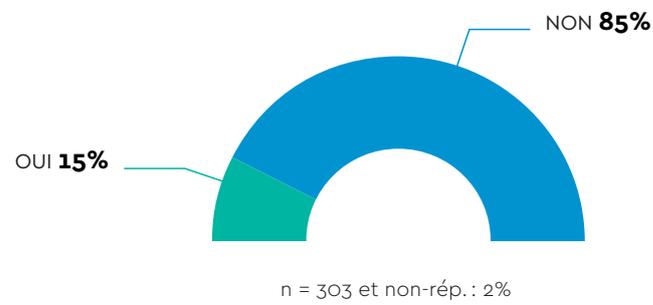


<sup>32</sup> Le nombre de répondant-e-s est petit, n = 302

### Participe à des compétitions sportives



### Fréquente un fitness

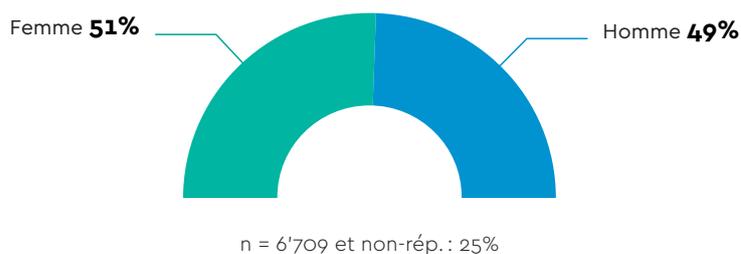


## Centre sportif de Varembe

### Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2019 ? <sup>33</sup>

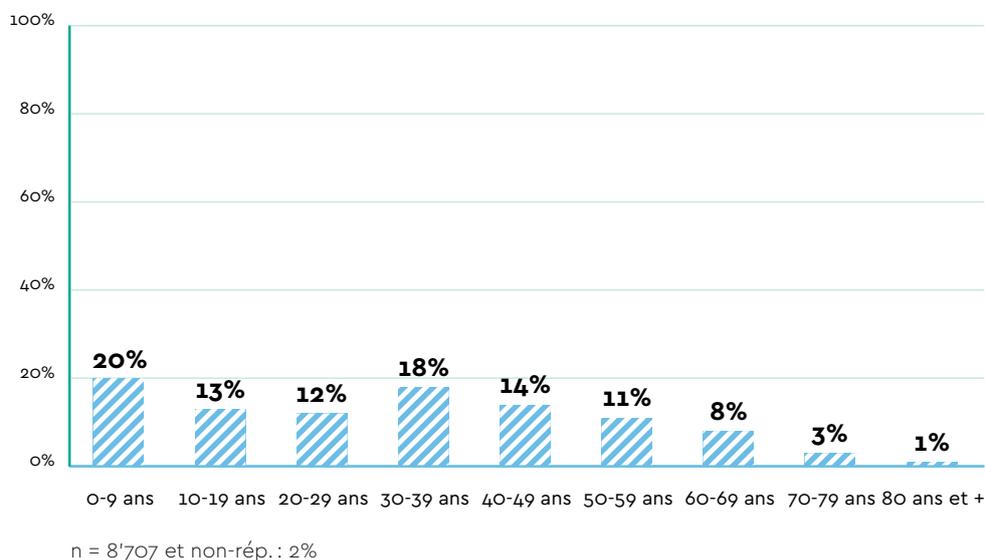
#### Genre

On dénombre à la piscine de Varembe une part égale de femmes et d'hommes (51% et 49%), ainsi que constaté à la piscine des Vernets.



#### Classes d'âge

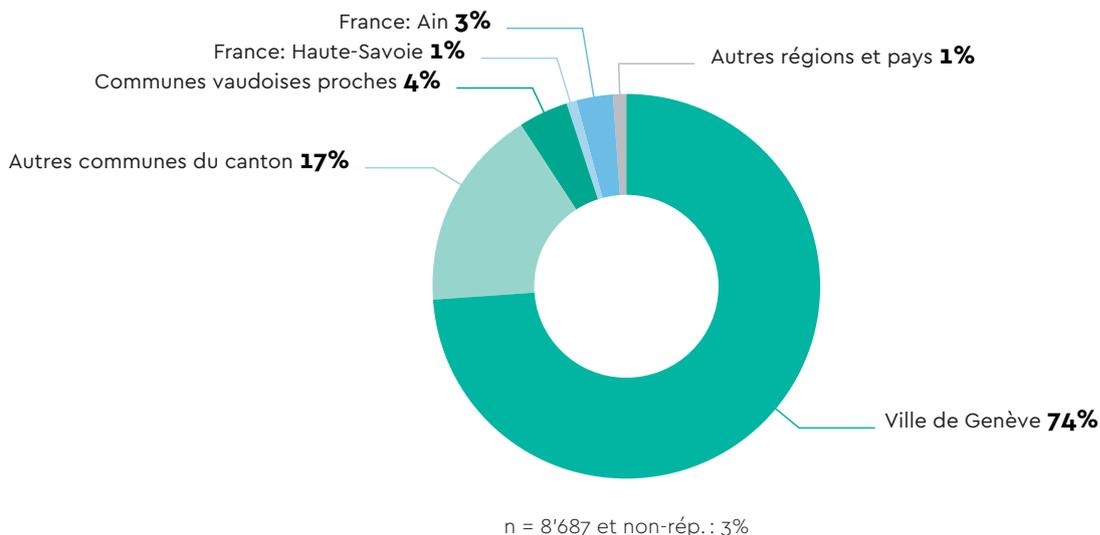
La proportion de jeune public reste importante : comme en 2018, 33% des personnes qui fréquentent la piscine ont moins de 20 ans. En 2019, les 60 ans et plus représentent 12% des usagers et usagères (contre 8% en 2018).



<sup>33</sup> En 2019, le taux de collecte de données à Varembe est inférieur, il n'est que de 3% (contre 5% en 2018), par conséquent l'échantillon sur lequel se basent les résultats présentés ici est plus petit.

### Commune d'habitation

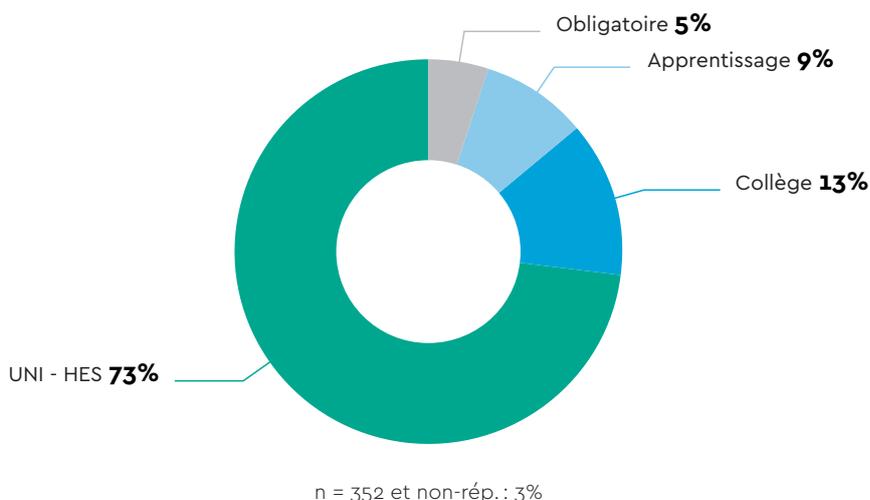
Les usagères et usagers de la piscine de Varembeé résident majoritairement en Ville de Genève, c'est le cas pour trois-quarts d'entre eux (74%) ; aux Vernets ce taux est de 60% seulement. Les résident-e-s d'autres communes du canton sont 17% à fréquenter le site de Varembeé et les habitant-e-s de la région 8%.



### En savoir plus sur le profil de nos usagères et usagers

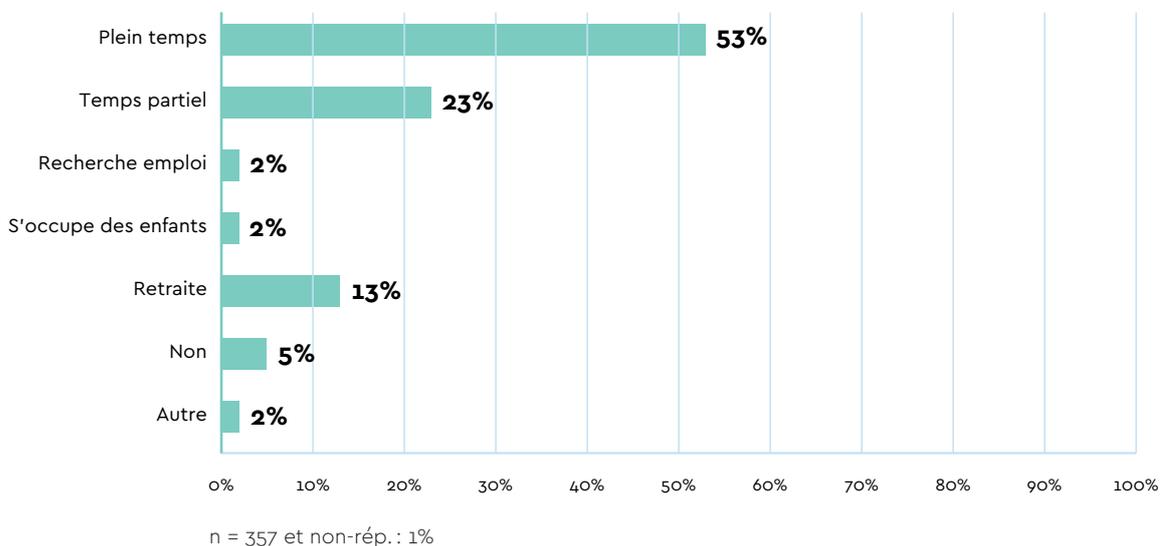
#### Niveau d'études

En 2019, près des trois-quarts (73%) du public adulte de la piscine de Varembeé a terminé une formation de degré tertiaire (haute école spécialisée ou université) ; 21% ont une formation de niveau secondaire (collège ou apprentissage) et 5% ont une formation de niveau obligatoire.



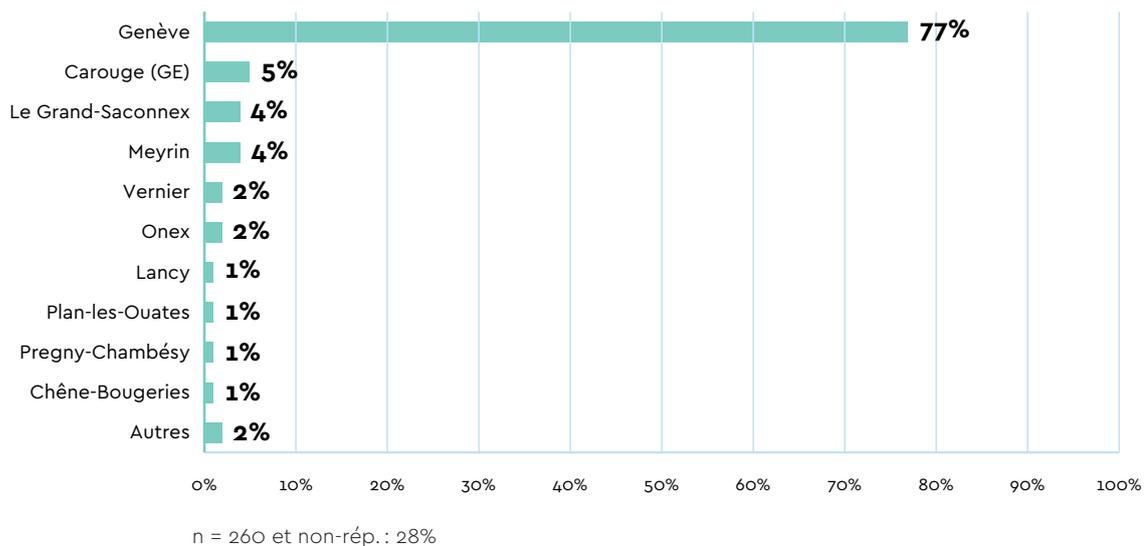
### Exerce une activité professionnelle

Les trois-quarts (76%) du public sont actifs professionnellement, dont la majorité à plein temps (53%), le quart restant déclare ne pas exercer d'activité professionnelle, pour divers motifs, dont la retraite (13%).



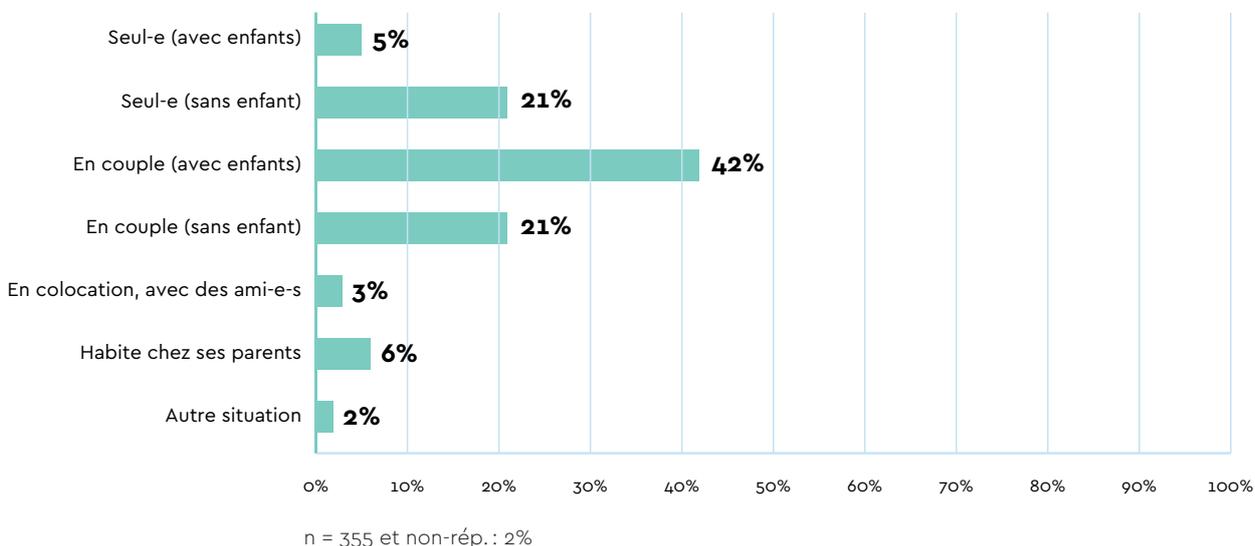
### Commune de travail ou d'études

77% des usagers et usagères de la piscine de Varembeé qui ont une activité professionnelle (ou font des études) l'exercent sur la commune de la Ville de Genève. 5% travaillent (ou étudient) à Carouge et 4% au Grand-Saconnex ou à Meyrin.



### Situation familiale

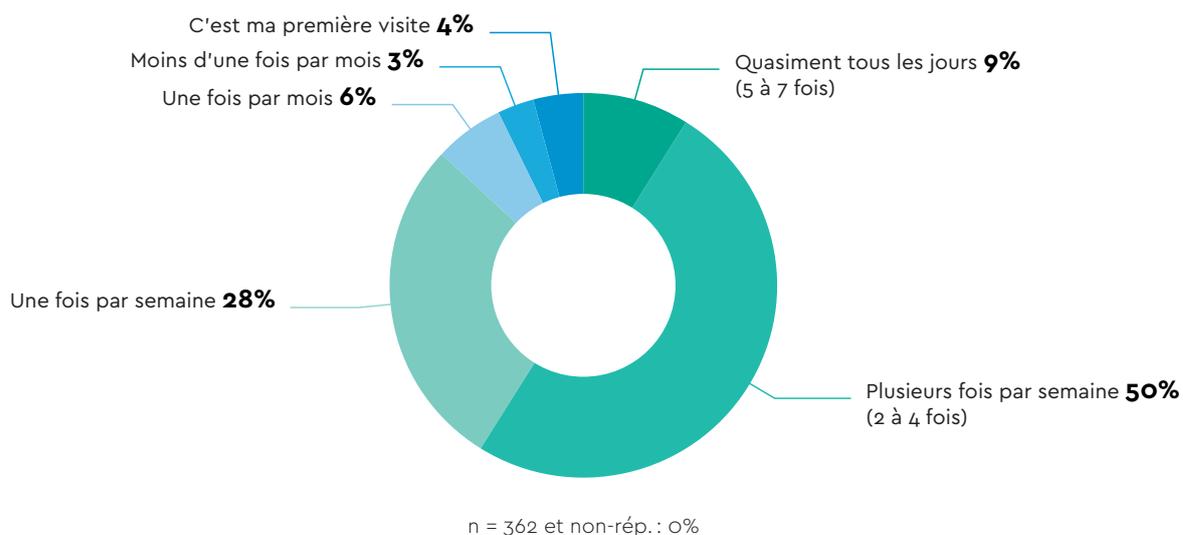
Les usagers et usagères de Varembé sont majoritairement en couple avec enfant(s), soit 42% du public ; les couples sans enfant et les personnes seules constituent respectivement 21% du public.



### Les modalités de fréquentation du centre sportif

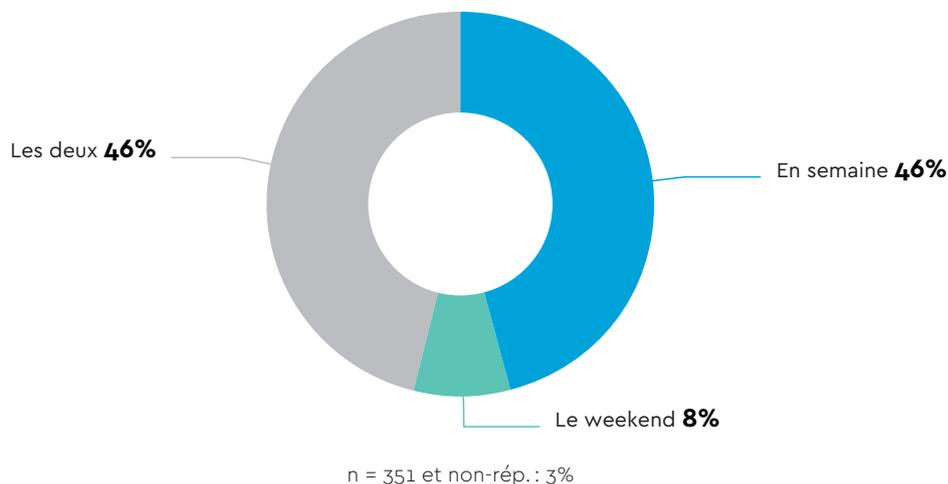
#### Fréquence de visite du centre sportif

Comme observé à la piscine des Vernets, près de neuf usagers ou usagères sur dix (87%) se rendent à la piscine de Varembé au moins une fois par semaine. Le taux de personnes qui viennent tous les jours ou presque ou plusieurs fois par semaine s'élève à 59 % en 2019. 4% des personnes déclarent venir pour la première fois sur le site.



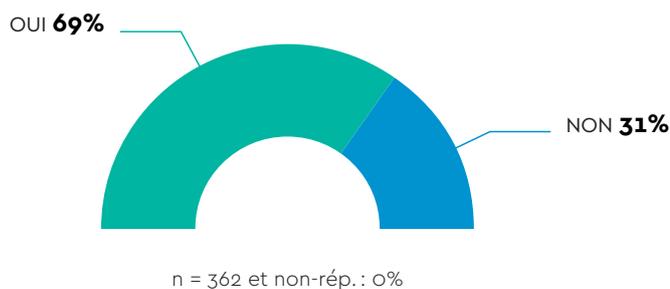
### Fréquentation en semaine et/ou le weekend

Près d'une personne sur deux vient à Varembeé indistinctement en semaine ou le week-end (46%), la même proportion ne fréquente la piscine que la semaine (46%), seuls 8% déclarent venir uniquement le week-end.



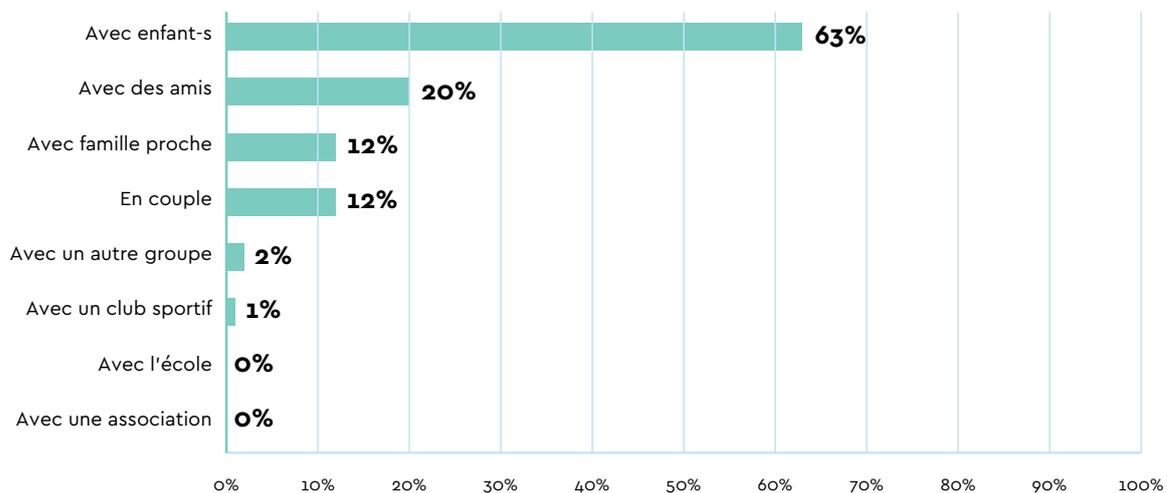
### Est venu-e seul-e ?

En 2019 encore, les usagers et usagères de Varembeé viennent majoritairement seul-e au centre sportif (69%) contre 31% qui déclarent venir accompagnés. Aux Vernets la part des usagers et usagères qui fréquentent seul le centre sportif est plus importante et se monte à 83%.



## Accompagnement

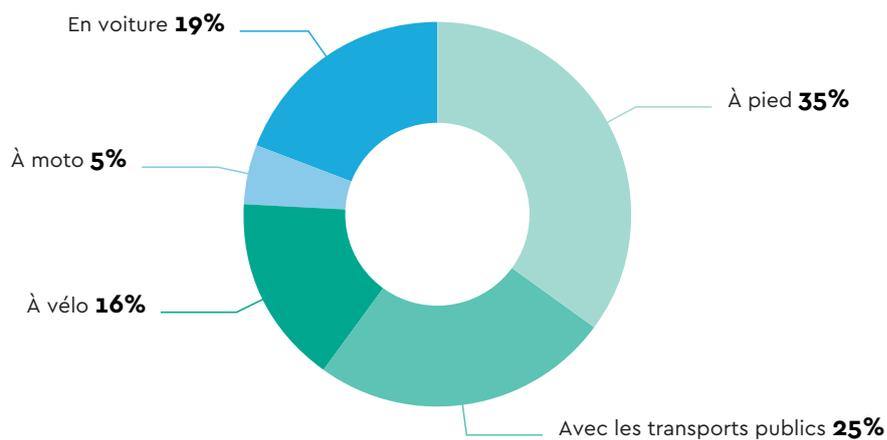
Celles et ceux qui viennent accompagné-e-s le sont principalement de leur(s) enfant(s), à hauteur de 63% (cette part est beaucoup plus élevée qu'en 2018 – 44%); cette proportion est nettement inférieure aux Vernets où le taux est de 30% seulement<sup>34</sup>.



n = 112 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles

## Moyen de transport

En 2019 les usagers et usagères de Varembeé continuent de venir principalement à pied (35%) et en transports publics (25%); la part des répondant-e-s qui viennent en voiture se monte à 19% et en vélo à 16%; les choix de moyen de transport diffèrent de ceux du public des Vernets.

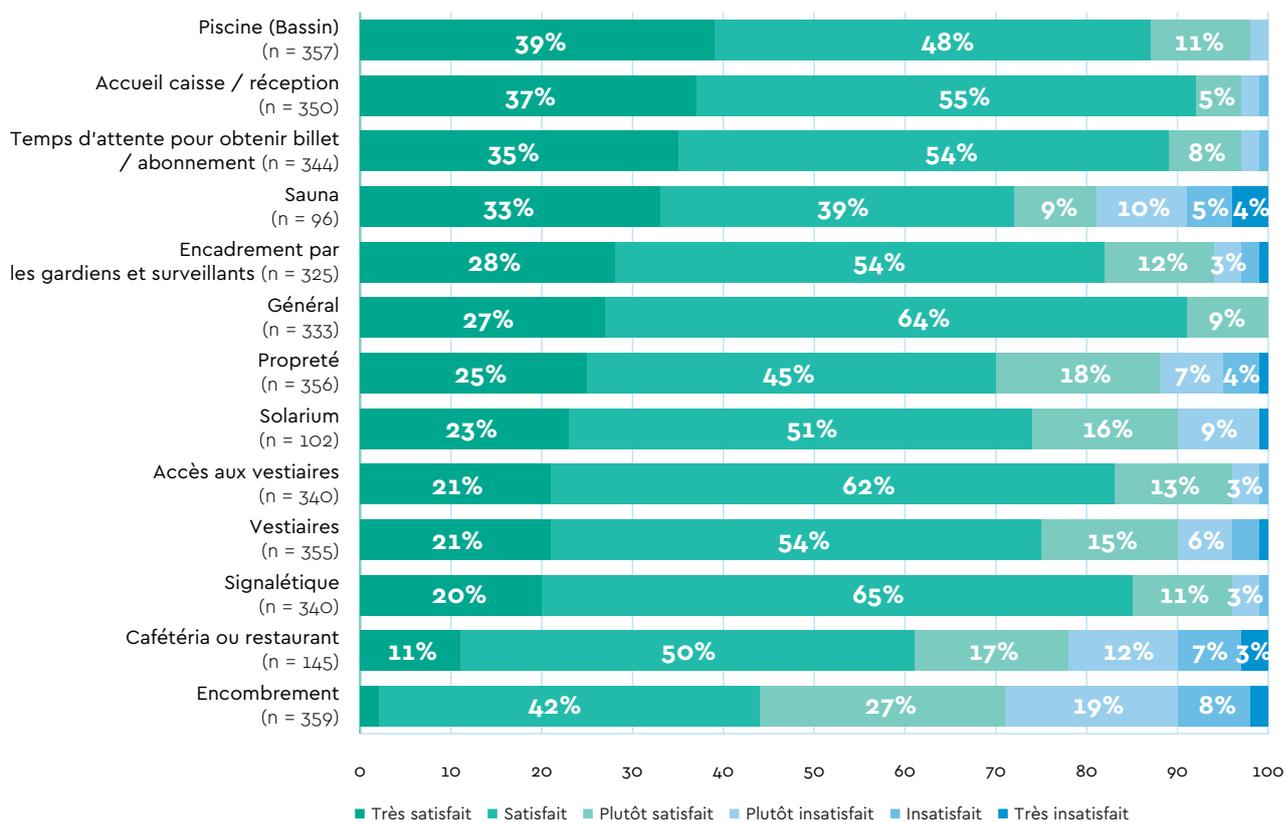


n = 360 et non-rép.: 1%

<sup>34</sup> Le nombre de répondant-e-s à la batterie de questions est petit, n = 112.

## La satisfaction des usagers et usagères

Les usagers et usagères de Varembeé sont également satisfait-e-s du centre sportif : dans son ensemble, celui-ci est évalué positivement par la totalité du public (100% «plutôt satisfait» à «très satisfait»), comme on l'a observé en 2017 et 2018 (98%). Une majeure partie des prestations proposées satisfont aussi largement les usagers et usagères : on constate que le public déclare être «plutôt satisfait» à «très satisfait» des infrastructures (bassin – 98%, temps d'attente pour les billets – 97%, vestiaires – 96%, solarium – 90%), de leur accès (signalétique – 96%, accès aux vestiaires – 96%) ou du personnel du centre sportif (accueil-réception – 97%, encadrement par les gardien-ne-s – 94%). Les points d'amélioration demeurent en 2019 avant tout l'encombrement des bassins, suivi de la cafétéria-restaurant du centre. Sur le premier point relatif à l'affluence dans la piscine, 19% des usagers et usagères disent être «plutôt insatisfait» et 10 % «insatisfait» à «très insatisfait»; quant à l'espace de restauration, ils sont 12% à être «plutôt insatisfait» et 10% «insatisfait» à «très insatisfait». Enfin, 19% du public déclare ne pas être pleinement satisfait du sauna («pas du tout satisfait» à «plutôt insatisfait»).

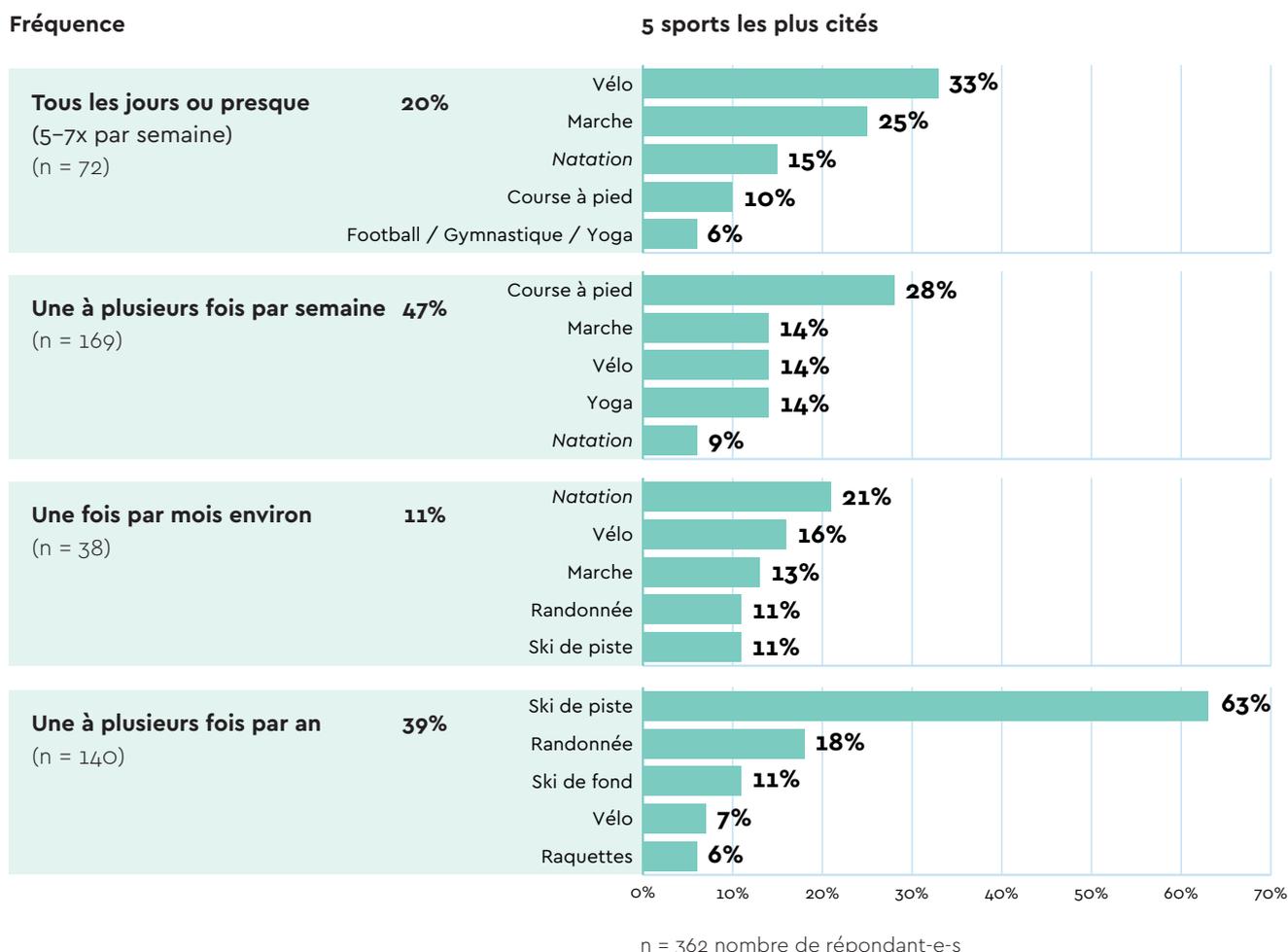


n > = 25

## Les pratiques sportives des usagers et usagères

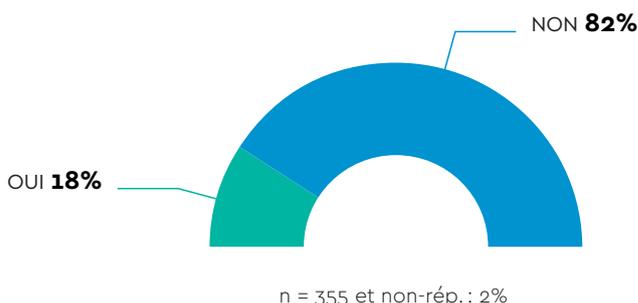
### Sports pratiqués

A une fréquence variable, les répondant-e-s du centre sportif de Varembe déclarent pratiquer également d'autres sports : après la natation sont principalement cités le vélo, la marche et la course à pied, comme c'est le cas aussi aux Vernets ; le yoga ou la randonnée sont également mentionnés, ainsi que le ski en saison.

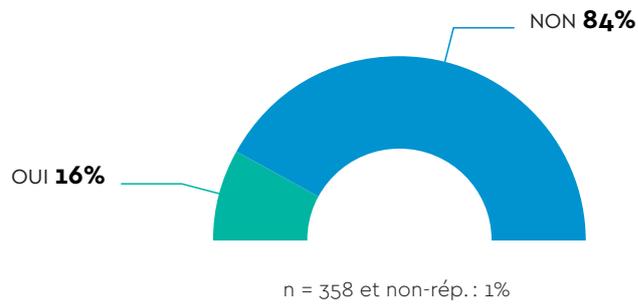


### Appartenance à un club de sport

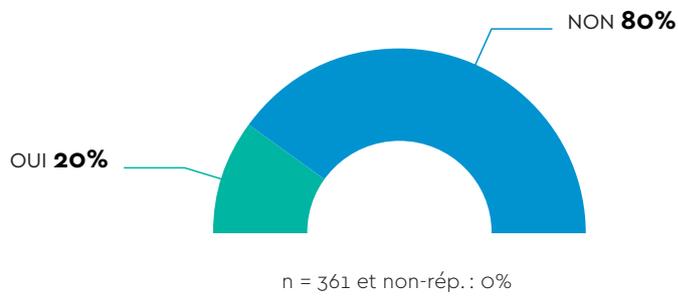
18% des usagers et usagères de Varembe sont membres d'un club sportif ; 16% des personnes déclarent participer à des compétitions sportives et 20% fréquenter également un centre de fitness.



### Participe à des compétitions sportives



### Fréquente un fitness



## Annexe centres sportifs

### Méthodologie

Actuellement le programme « Connaissance des publics » dans le domaine du sport porte sur les deux centres sportifs des Vernets et de Varembeé, et plus particulièrement sur leurs infrastructures de piscines et patinoire.

#### Les mesures de fréquentation

Les deux centres sportifs considérés ici sont dotés depuis de nombreuses années de systèmes de tourniquets aux entrées des piscines et patinoire, ceci permet d'obtenir aisément des décomptes de fréquentation fiables du nombre d'usagers et usagères par jour.

#### Le profil du public

Parallèlement au domaine des musées, la phase centrale du protocole d'enquête dans le domaine sportif cherche d'une part à identifier certaines caractéristiques de base de la population-mère des usagers et usagères et d'autre part à documenter un certain nombre d'autres aspects de leur profil ou usages.

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

- **Un questionnaire socio-démographique restreint – noté R** (R-individuel, R-famille ou R-groupe)
- **Un questionnaire complet – noté C**

#### Le design d'enquête

Depuis 2015, un design d'enquête systématique a été mis en place dans certaines installations sportives à l'instar de ce qui est fait dans les musées, soit sur le site des Vernets (piscine et patinoire) et sur le site de Varembeé (piscine).

**Le questionnaire R** est administré en face-à-face par le personnel de caisse; les usagers et usagères sont interrogé-e-s lorsqu'ils et elles achètent une entrée ou un abonnement (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

Afin de faciliter la saisie par le personnel d'accueil, un questionnaire R-famille a été développé en 2016, il permet de saisir une seule fois le lieu de résidence pour tous les individus d'une famille habitant ensemble et de renseigner ensuite uniquement le genre et l'année de naissance des membres de la famille.

Pour les groupes constitués, d'au minimum cinq personnes, un questionnaire R-groupe permet de saisir les trois questions (ou « variables ») pour plusieurs individus dans un même formulaire R. Ce formulaire simplifié consiste en trois questions identiques au R-individuel mais les âges sont agrégés par catégories, et le genre des enfants n'est pas distingué.

En octobre 2016, pendant un trimestre, les enquêtes C ont été réalisées aux Vernets et à Varembeé; la collecte de données s'est poursuivie en 2017, 2018 et 2019.

**Le questionnaire C** est administré par des enquêteurs et enquêtrices professionnelles; les usagers et usagères sont interrogé-e-s à la sortie du centre sportif.

<sup>A</sup> 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 une plateforme web dédiée.

Il comporte plus de 30 questions :

- Informations de base sur le contexte de l'entretien (renseigné par l'enquêteur ou l'enquêtrice)
- Acte de visite : raison de la visite, fréquence, satisfaction
- Modalités de la visite : moyen de transport, accompagnement
- Pratiques sportives
- Lieu de résidence et de travail
- Langues et nationalités
- Formation
- Activité(s) professionnelle(s)
- Structure du ménage
- Année de naissance
- Remarques éventuelles

Informations de base et autres champs renseignés par l'enquêteur ou l'enquêtrice – genre, raisons du refus, météo, degré de coopérativité, situation de handicap.

### Les modalités de collecte

Dans les deux centres sportifs des Vernets et de Varembe, près de 36'000 personnes ont été interrogées (n = 35'787) en 2019<sup>B</sup> sur les trois questions de base du **questionnaire R** : genre, année de naissance, lieu de résidence.

Dans les analyses, les usagers détenteurs d'un abonnement<sup>C</sup> restent sous-estimés par rapport aux usagers individuels, les premiers n'étant considérés qu'une fois dans les statistiques au moment de l'achat.

### Nombre de répondant-e-s (R) par site

<b>Patinoire des Vernets</b>	<b>7'113</b>
<b>Piscine des Vernets</b>	<b>19'295</b>
<b>Total Vernets</b>	<b>26'877*</b>
<b>Piscine de Varembe</b>	<b>8'910</b>
<b>Total</b>	<b>35'787</b>

\* dont n = 469 « piscine/patinoire » non précisé

En 2019, 672 personnes ont répondu au **questionnaire C** : questionnaire complet sur les 2 sites des Vernets et Varembe.

2'449 personnes ont été sollicitées pour répondre au questionnaire, ce qui porte le taux global de refus à 73%, soit près de trois personnes sur quatre (idem 2018). Parmi les principaux motifs de refus évoqués, le manque de temps est le premier cité, par près d'une personne sur deux ; plusieurs personnes déclarent ne pas aimer répondre aux enquêtes (9%) ou avoir déjà répondu à l'enquête (7%).

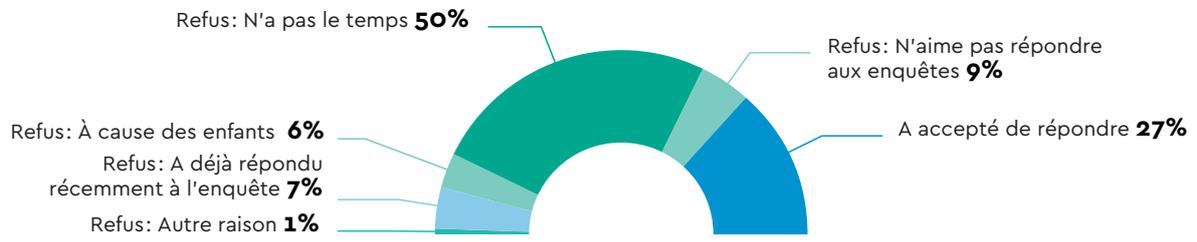
### Nombre de répondant-e-s (C) par site

<b>Vernets</b>	<b>310</b>
<b>Varembe</b>	<b>362</b>
<b>Total</b>	<b>672</b>

<sup>B</sup> C'est beaucoup moins qu'en 2016 (n = 62'995), car en 2017 et 2018, durant certaines périodes ou semaines, les collectes ont été irrégulières.

<sup>C</sup> Les abonnements des piscines et des patinoires sont proposés pour des périodes d'un mois, de trois mois, de six mois et d'une année. Le mois s'entend à 30 jours. Il existe aussi des cartes de dix entrées.

### Raisons du refus de répondre





## Impressum

### VILLE DE GENÈVE, DÉPARTEMENT DE LA CULTURE ET DU SPORT UNITÉ DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS

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).

#### Correspondant-e-s de projet par institution

Jorge Perez, Emmanuel Junod (Bibliothèque de Genève), Florent Dufaux (Bibliothèques municipales), Yamama Naciri (Conservatoire et jardin botaniques), Hélène De Ryckel (Musée Ariana), Jean-Charles Berra, Isabelle Burkhalter (Musée d'art et d'histoire – site Charles Galland; Maison Tavel; Musée Rath; Cabinet d'arts graphiques), Mauricio Estrada Muñoz, Karen Tieche (Musée d'ethnographie), Nicolas Dumoulin, Hervé Groscairet (Muséum d'histoire naturelle; Musée d'histoire des sciences), Erwann Jegousse (Service des sports).

#### Personnes en charge des collectes R

**Conservatoire et jardin botaniques:** Caroline Deniel (EnQuêtes).

**Musée Ariana:** Afrim Avdullahi, Jasmina Brankov, Anibal Fernandes, Delfina Gundar, Abdi Hersi, Antonio Poma, Katarzyna Lesinska Reutter, Julien Roguet, Claude Rouge, Maryann Wangui Githaiga.

**Musée d'art et d'histoire – site Charles Galland, Maison Tavel, Musée Rath, Cabinet d'arts graphiques:** Thierry Becker, Kadri Bekteshi, Didier Bonvin, Arnault Bouffard, Bruno Dos Santos, Claudio Calegari, Marco Camos, Etienne Egri, Stéphane Equey, Pedro Galera Perez, Nadia Caron, Nuno Gameiro, Paulo Mendes Da Cruz, Roger Hammouche, José-Luis Herrero Garcia, Christophe Hertig, Patricia Hugo, Miriam Patricia Larrazabal-Lanz, Katrin Longo, Philippe Martin, Miguel Martinez, Daniel Meyer, Dennies Pasquier, François Perez, Rosario San Juan, Svetlana Stanic, Anabela Teixeira, Claudia Vittet, Claude Weingart.

**Musée d'ethnographie:** Michel Ahamba Monga, Alice Escorel Boudreau, Adrien Heiniger, Clémence Héricault, Cyntia Pochon, Drilon Salijaj, Nathanaëlle Tissières.

**Muséum d'histoire naturelle:** Redhouane Benguernane, Jean-Emmanuel Cebah, Javier Fornerod, Mehmet Ilkhan, Eric Rigoulet, Hafida Rizzo, Brigitte Jaccoud, Pierre-Alain Ricotti, Laurent Meyer, Abdelhamid Nouar, Christelle Kunz. Caroline Deniel, Sara Cordero Nicole, Gwendoline Bauquis, Robin Junod, Marcos Garcia Moleon (EnQuêtes).

**Musée d'histoire des sciences:** Eliane Bombeli, Patrick Musy, Patrick Steinmann, Alexandre Voltchkoff, Mehmet Ilkhan, Marc Baggi.

**Service des sports:** Maria Ben-Abdallah, Emilia Fulvi, Geneviève Mendes-Amman, Eva Nahmias, Sandra Neyroud, Olivier Thiong-Toye.

#### Personnes en charge des collectes C

Caroline Deniel, Sara Cordero Nicole (EnQuêtes)

**Graphisme:** mostra-design.com

**Impression:** Ville de Genève

**Tirage:** 100 ex.

Genève, septembre 2020

© Unité Développement des Publics, Direction Département de la culture et de la transition numérique

Photo couverture : Nicolas Rigueti





**#PartageonsNosPassions**  
[www.geneve.ch/connaissance-publics](http://www.geneve.ch/connaissance-publics)