©Bibliothèque de Genève / Mathias Thomann

CONNAISSANCE DES PUBLICS

Connaissance des publics: 2013 — 2017

5 ans d'enquêtes

En bref

#PartageonsNosPassions
www.ville-geneve.ch/connaissance-publics

VILLE DE GENÈVE

Contexte et enjeux

Les publics sous la loupe

Des outils d'orientation stratégique

Une pluralité à comprendre

« On ne peut pas parler de ce que l'on ne connaît pas. Et encore moins prendre des décisions pertinentes. C'est pour cela que nous avons besoin, pour piloter de manière efficace et efficiente notre politique culturelle, de disposer de données chiffrées sur lesquelles appuyer notre politique des publics. »

Sami Kanaan,
Maire de Genève chargé du Département de la culture et du sport

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

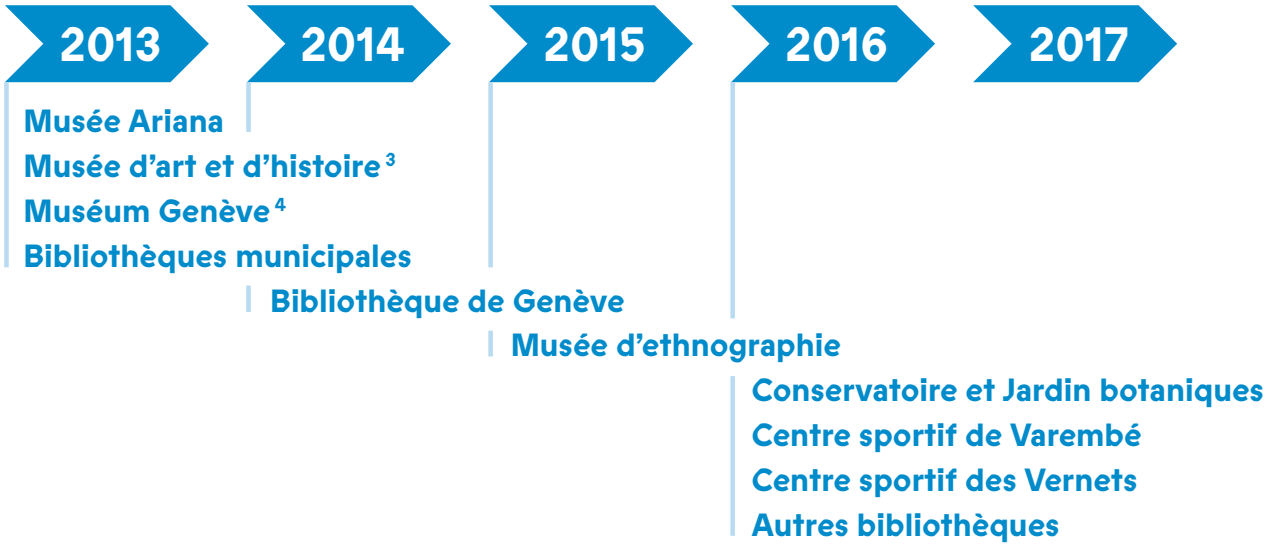
Depuis 2013 de façon systématique, un protocole d'enquête a été adressé dans un premier temps aux publics usagers de la culture, dans les domaines des musées et des bibliothèques. Par la suite, le dispositif a été élargi au domaine sportif.

3 domaines observés[1] :

Les publics des musées
de la Ville de Genève[2]

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.

[1] 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.
[2] Des modules d'enquêtes test ont été administrés dans quelques institutions pilotes à partir de 2009.
[3] Site Charles-Galland, Maison Tavel, Musée Rath.
[4] 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 [5].

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.

[5] 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'usager-gère 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'usager-gère.

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

Quelques chiffres-clés

Plus d'un million de personnes interrogées sur site en 5 ans

Nombre de répondant-e-s 2013 – 2017	Questionnaire R	Questionnaire C
Musées	Plus de 1'285'000	Plus de 12'000
Centres sportifs	Plus de 157'000	Plus de 1'900 (dès 2015)

	Fréquentation	Profil	Satisfaction
Musées	**1,4 million** de visites en 2017	**56%** des personnes qui visitent un de nos musées y entrent pour la première fois	Plus de **90%** du public satisfait des expositions
Bibliothèques	Près de **45'000** emprunteurs et emprunteuses actives dans les bibliothèques en 2017	**2/3** du public adulte des bibliothèques municipales sont des femmes	**98%** des usagers et usagères des bibliothèques satisfaits ou très satisfaits
Centres sportifs	**740'000** entrées dans les centres sportifs de Varembé et des Vernets en 2017	**49%** des usagers et usagères des centres sportifs ont moins de 20 ans	**46%** des usagers et usagères réclament plus de possibilités pour nager.

Actions mises en œuvre

Mieux vous connaitre pour mieux vous servir

Mieux prévoir

« Le programme d'architecture pour l'extension du Muséum d'histoire naturelle tient compte des spécificités de son jeune public »

Jacques Ayer,
Directeur du Muséum-Genève

Mieux communiquer

« La communication a été rendue plus efficiente et adaptée en regard d'une meilleure connaissance de la provenance des publics »

Mauricio Estrada-Munoz,
Responsable de l'unité publics du Musée d'ethnographie de Genève

Mieux orienter

« Suite aux enquêtes réalisées auprès de notre public, nous mettrons en place une signalétique mieux adaptée et multilingue dans l'exposition de référence »

Hélène de Ryckel,
Responsable de la médiation culturelle du Musée Ariana

Mieux s'ouvrir aux publics

« Les Afterworks sont nés avec l'idée de rajeunir le public local de notre musée »

Isabelle Burkhalter,
Responsable de la médiation culturelle au Musée d'art et d'histoire

« *L'Espace numérique Le 4e* à la Bibliothèque de la Cité a été imaginé pour répondre aux attentes exprimées par les publics »

Véronique Pürro,
Directrice des bibliothèques municipales

Mieux accueillir

« La localisation du nouvel espace d'accueil pour le public a été repensé en fonction des flux mesurés des visiteurs »

Pierre-André Loizeau,
Directeur des Conservatoire et Jardin botaniques

« Les horaires d'ouverture ont été adaptés et élargis en fonction de l'affluence »

Erwann Jegousse,
Coordinateur projets au Service des sports

Rapports annuels 2013 — 2017 à télécharger sur :

www.ville-geneve.ch/connaissance-publics

CONNAISSANCE DES PUBLICS

Ville de Genève / Direction du Département de la culture et du sport / Route de Malagnou 19, 1208 Genève / Juin 2019