



@Nicolas Righetti



Connaissance des publics 2018

Rapport annuel

Genève,
ville de culture et de sport

www.ville-geneve.ch



Table des matières

Avant-propos	5
Connaissance des publics	6
Contexte et enjeux	6
Les données	7
MUSÉES	10
Coup d'œil sur les données 2018	11
Fréquentation	11
Rétrospective sur la fréquentation	11
Profil des visiteurs et visiteuses des musées municipaux	13
Les données 2018 par musée	18
Musée Ariana	18
Musée d'art et d'histoire	23
Musée d'art et d'histoire – site Charles Galland	24
Musée Rath	29
Maison Tavel	33
Cabinet d'arts graphiques	38
Musée d'ethnographie de Genève	42
Muséum-Genève	53
Muséum d'histoire naturelle	54
Musée d'histoire des sciences	59
Conservatoire et Jardin botaniques	64
Annexe musées	74
Méthodologie	74
BIBLIOTHÈQUES	78
Quelques statistiques annuelles	79
Bibliothèques municipales	79
Bibliothèque de Genève	82
Réseau des bibliothèques de la Ville	83
SPORT	84
Coup d'œil sur les données 2018	85
Fréquentation	85
Profil des usagers et usagères des centres sportifs des Vernets et de Varembé	88
Les données 2018 par centre sportif	90
Centre sportif des Vernets	90
Centre sportif de Varembé	101
Annexe centres sportifs	110
Méthodologie	110

Avant-propos

Qui sont-elles, d'où viennent-ils? Pourquoi et quand? L'an dernier, 290'000 personnes dans les musées de la Ville et 40'000 dans les centres sportifs des Vernets et de Varembe ont pris le temps de répondre aux quelques questions qui leur étaient posées par le personnel d'accueil afin de pouvoir dessiner le portrait des publics et – en creux – celui des non-publics.

Depuis 6 ans maintenant, la Ville de Genève s'est en effet dotée d'un plan d'action afin de mieux connaître celles et ceux qui profitent de ses musées, de ses bibliothèques et de certaines de ses installations sportives. Les connaître est en effet précieux pour une collectivité publique car cela permet d'ajuster l'offre, de mieux cibler celles et ceux à qui l'on s'adresse, de les accueillir dans les meilleures conditions possibles.

On constate ainsi dans ce Rapport annuel 2018 que les musées qui accueillent le plus de touristes – $\frac{3}{4}$ de leur public – sont le Musée Ariana, la Maison Tavel et le Musée d'histoire des sciences. On découvre également que les personnes qui fréquentent les centres sportifs des Vernets et de Varembe sont assidues puis que $\frac{2}{3}$ d'entre elles s'y rendent plusieurs fois par semaine. On apprend aussi que les activités de médiation sont nombreuses – plus de 1000 propositions par exemple dans le réseau des Bibliothèques municipales pour plus de 20'000 participant-e-s. Et que, si l'on considère les premières analyses menées sur les chiffres du MEG, celles et ceux qui prennent part le plus souvent à ces activités sont assez jeunes et vivent dans la région – en regard du public fréquentant les expositions.

Si l'on en croit Jules Renard, «le public, c'est le suffrage universel en art». Il est donc de notre devoir de faire en sorte que toutes et tous soient informé-e-s et puissent profiter des équipements et des événements qui leur sont proposés. Ces études et leurs analyses sont des outils indispensables pour y parvenir.

Bonne lecture!

Sami Kanaan

Conseiller administratif en charge de la culture et du sport

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^A :



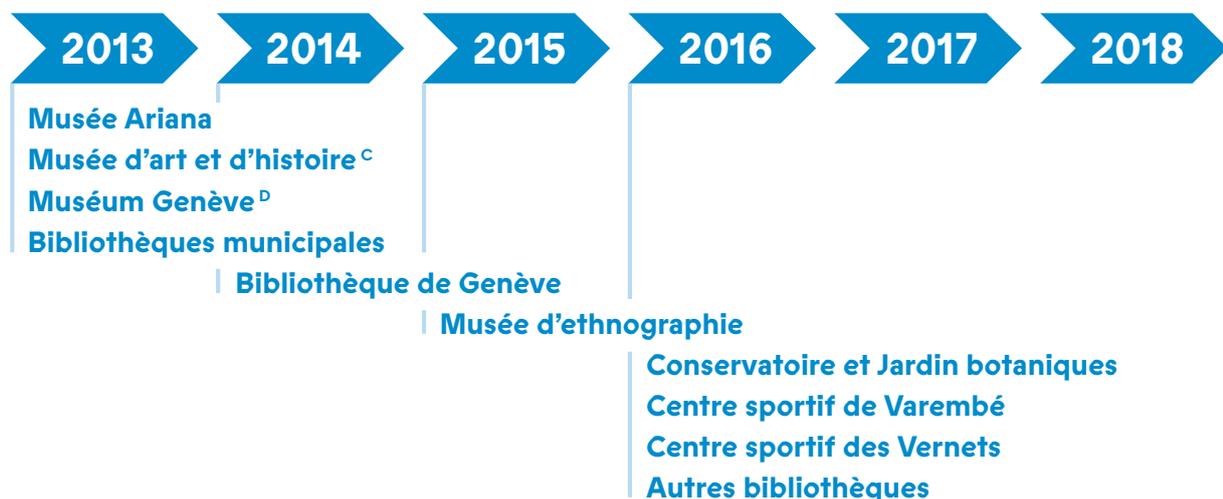
Les publics des musées
de la Ville de Genève^B



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.

^A 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.

^B Des modules d'enquêtes test ont été administrés dans quelques institutions pilotes à partir de 2009.

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

^D 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^E.

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.

^E 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

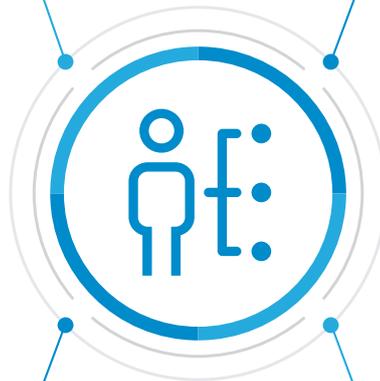
Les différents types de données, qu'elles soient quantitatives ou qualitatives, requièrent pour chacune des modes de collectes spécifiques, soit :

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

MUSÉES



11 Coup d'œil sur les données 2018

Fréquentation

Rétrospective sur la fréquentation

Profil des visiteurs et visiteuses
des musées municipaux

18 Les données 2018 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

Muséum-Genève

Muséum d'histoire naturelle

Musée d'histoire des sciences

Conservatoire et Jardin botaniques

74 Annexe musées

Méthodologie

Coup d'œil sur les données 2018

Fréquentation

La fréquentation des musées municipaux, hormis les Conservatoire et Jardin botaniques, est de 832'172 visites en 2018. Par rapport à 2017 (n=814'920), on relève une augmentation de 2.1% du nombre de visites. Si l'on ajoute les données des Conservatoire et Jardin botaniques (CJB)¹, qui s'élèvent à 610'000 visites en 2018, la fréquentation totale des musées municipaux atteint cette année 1'442'712 visites.

Fréquentation par institution – nombre de visites

Musée Ariana	57'843
Musée d'art et d'histoire (total)	261'258
site Charles-Galland	139'491
Musée Rath	29'733
Maison Tavel	86'798
Cabinet d'arts graphiques	5'236
Musée d'ethnographie Genève	167'910
Muséum – Genève (total)	341'692
Muséum d'histoire naturelle	301'497
Musée d'histoire des sciences	40'195
Musée Voltaire et Espace Ami-Lullin – Bibliothèque de Genève	4'009
Total	832'712
Conservatoire et Jardin Botaniques	610'000
Total	1'442'712

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

- Bibliothèque de Genève : inclut les visites de l'Espace Ami-Lullin (site Bastions) et du Musée Voltaire

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 (2013–2018) 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 2018 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.

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

^A sur 2 mois | ^B dont 10'000 Nuit de la science | ^C dont 10'000 Nuit de la science | ^D 4 sites | ^E 2 sites (sans Bibliothèque Musicale: n = 1400 et CIG n = 270)

^F 2 sites (sans Bibliothèque Musicale: n=665 et CIG n= 71) | ^G estimation | ^H estimation dont 4 mois et demi Eco-compteurs

¹ 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 musée².

Les analyses de cette rubrique incluent les musées suivants qui font partie du protocole de collecte R en 2018, soit 7 sites :

Musée Ariana

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

Musée Rath

Maison Tavel

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.

Le **Cabinet d'arts graphiques**, qui a débuté une collecte de données en cours d'année à la fin du mois d'octobre 2018, n'est pas inclus dans la présente analyse. Une page lui est consacrée dans les analyses par musée.

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 cette année les modalités de collecte de données différentes entre les institutions (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.

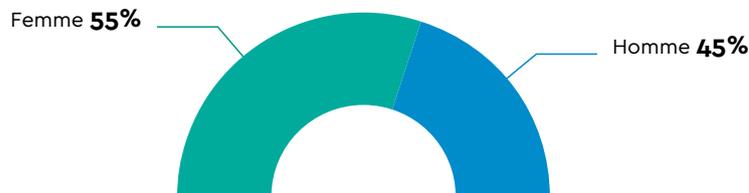
Précisons encore que le programme « Connaissance des publics » s'adapte et cherche à se perfectionner d'année en année. Les données actuelles sont donc exposées dans l'état de nos connaissances et sont susceptibles d'évoluer l'an prochain³.

² On relève aussi des différences dans la qualité de collecte des données selon les institutions.

³ 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 ; pour d'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 doit être poursuivi.

Genre

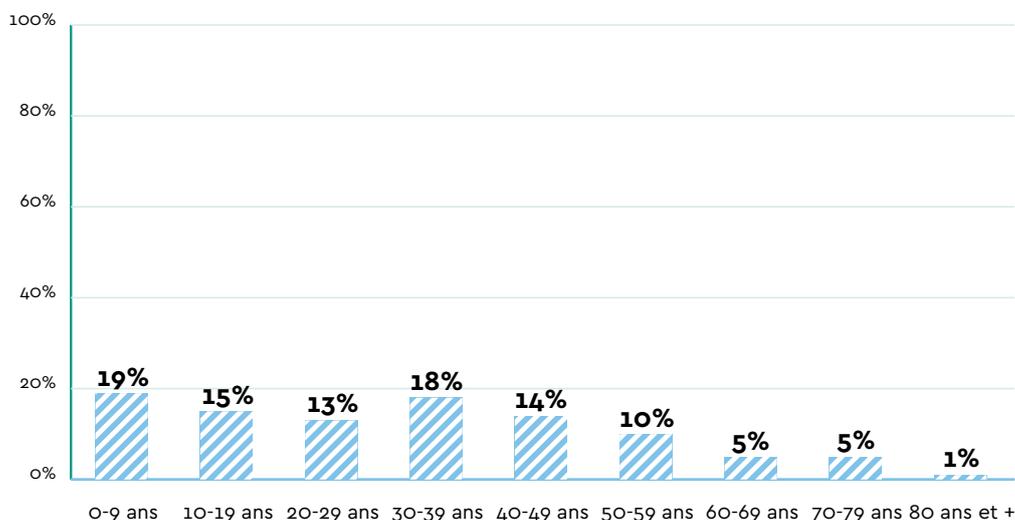
Au fil des ans, le public des musées, toutes institutions confondues, reste composé plus largement de femmes (55%) que d'hommes (45%)⁴.



n = 626'631 – données pondérées et non-rép. : 20%

Classes d'âge

Toutes les catégories d'âge sont représentées parmi les visiteurs et visiteuses des musées du DCS. La tranche d'âge des personnes dites actives, soit les 20-59 ans, représente le 55% du public, tandis que les jeunes (moins de 20 ans) constituent le plus du tiers des visiteurs et visiteuses (34%). Les seniors, de 60 ans et plus, sont présents dans les musées à hauteur de 11%. La distribution par âge varie toutefois selon les institutions, tel qu'on pourra le constater plus loin dans les analyses par musée.

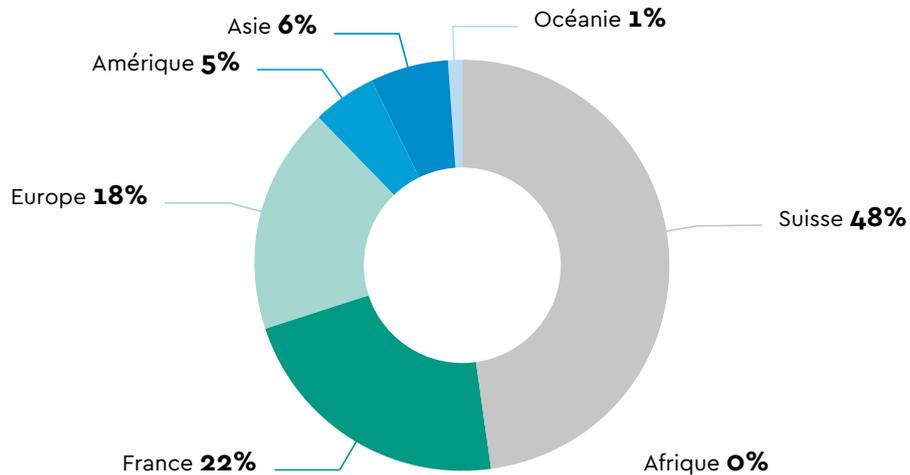


n = 661'967 – données pondérées et non-rép. : 15%

⁴ Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 20% (n= 156'260 – 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

En termes de provenance selon la région du monde, près de cinq visiteurs et visiteuses sur dix sont domiciliés en Suisse, quatre visiteurs et visiteuses sur dix le sont en Europe et près d'un visiteur et visiteuse sur dix résident sur les autres continents.



n = 662'631 – données pondérées et non-rép. : 15%



194 pays sont représentés parmi les visiteurs et visiteuses des musées



Focus

Les publics touristiques internationaux

Les 3 musées qui ont accueilli la plus grande part de public résidant à de l'étranger sont :



Musée Ariana **77%**

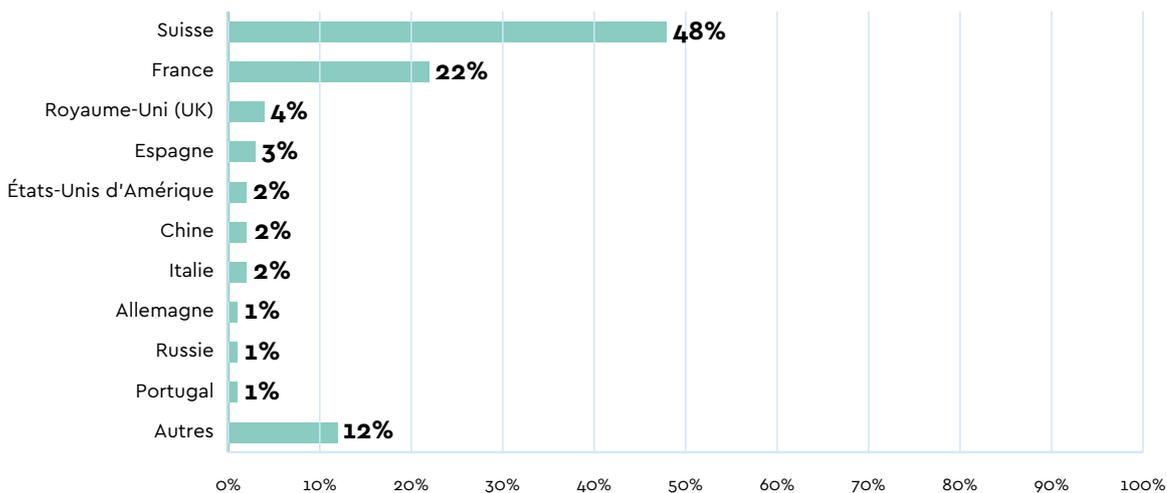
Musée d'histoire des sciences **75%**

Maison Tavel **75%**

Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

Si l'on considère le pays d'habitation, la provenance reste très stable d'une année à l'autre. 85% des visiteurs et visiteuses proviennent de dix pays seulement, lesquels sont les mêmes qu'en 2017.

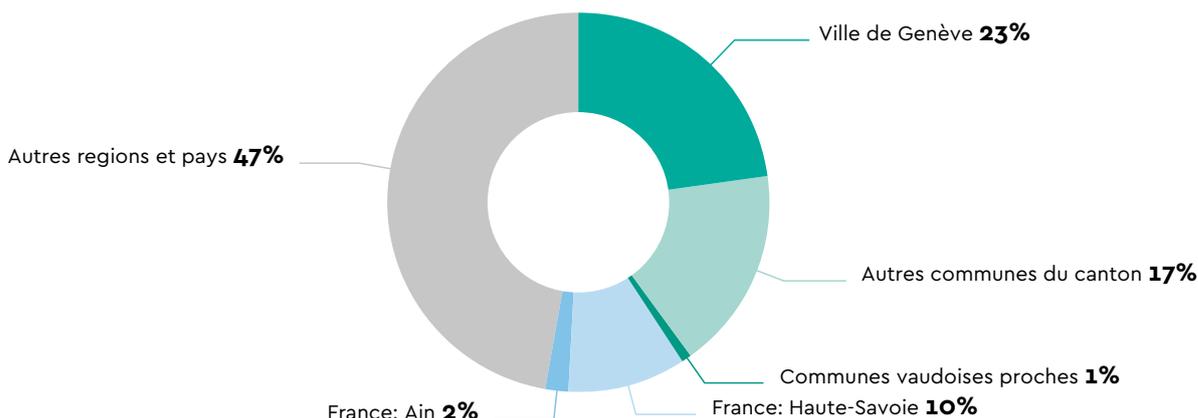
Ce chiffre ne doit pas sous-estimer la variété d'origine géographique des visiteurs et visiteuses qui reste très riche au sein des musées du DCS. En 2018, comme en 2017, tous musées confondus, on répertorie des visiteurs et visiteuses en provenance de pas moins de 194 pays.



n = 662'631 – données pondérées et non-rép.: 15%

Commune d'habitation

A l'échelle régionale, en 2018 la majorité du public reste domicilié en Ville de Genève, soit 23%, et 17% habitent dans les autres communes du canton. Les résident-e-s des communes vaudoises proches, et des départements de Haute-Savoie et de l'Ain composent le 13% des visiteurs et visiteuses.



n = 662'631 – données pondérées et non-rép.: 15%



1 visiteur ou visiteuse sur 2 réside dans l'agglomération du Grand Genève⁵

Les données 2018 confirment les tendances observées les années précédentes.

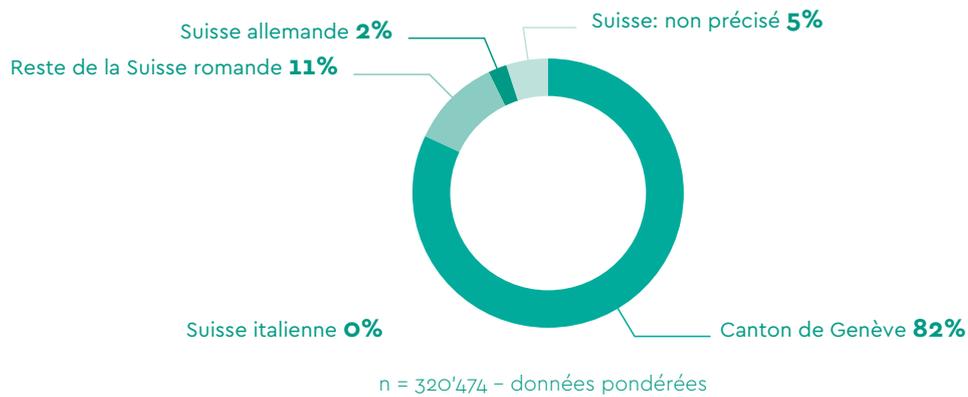
⁵ Entendu ici au sens des communes genevoises, des communes vaudoises proches et des départements transfrontaliers voisins Ain et Haute-Savoie.



Focus

Les publics de Suisse

La provenance du public domicilié en Suisse est la suivante : plus de huit personnes sur dix habitent le canton de Genève (82%) ; on dénombre 11% de public romand et 2% de public alémanique, la part du public de Suisse italienne est de moins de 1%^{A B}.



Au Musée Rath en 2018 – parmi les publics de Suisse :



18% visiteurs et visiteuses du reste de la Suisse romande
5% visiteurs et visiteuses de Suisse alémanique
1% visiteurs et visiteuses de Suisse italienne^C

^A On compte encore 5% de personnes domiciliées en Suisse pour lesquelles la région n'est pas précisée.

^B Rapporté à l'ensemble des visiteurs et visiteuses des musées municipaux (Suisse et reste du monde), en dehors des 40% qui résident dans le canton de Genève, on totalise 5% de personnes domiciliées ailleurs en Suisse romande et 1% en Suisse allemande ; le taux de personnes de Suisse italienne est de moins de 1%, et 2% dont la région de Suisse n'est pas précisée.

^C On compte encore 2% de personnes domiciliées en Suisse pour lesquelles la région n'est pas précisée.

Les données 2018 par musée

Musée Ariana

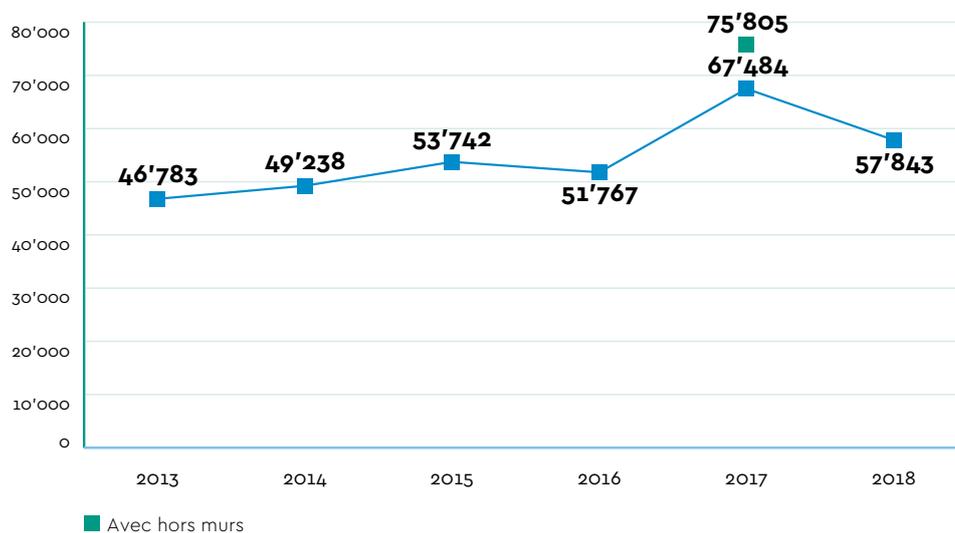
Fréquentation

La fréquentation du Musée Ariana s'élève à 57'843 visites en 2018. Cette année l'institution a célébré le 25^e anniversaire de sa réouverture. L'affluence connaît une hausse progressive au fil des ans, avec un pic de fréquentation en 2017.

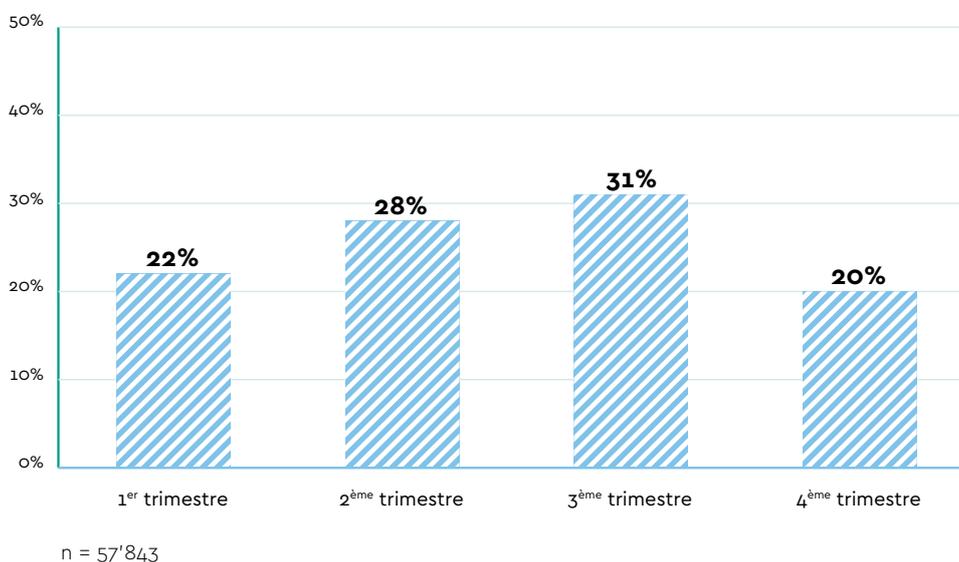
Les 2^e et 3^e trimestres de l'année ont été les plus fréquentés et le mois d'août a connu la plus grande affluence avec 12% des visites annuelles (n = 6'820 visites).

Les journées du samedi et du dimanche restent les plus fréquentées avec respectivement 19% et 23% des visites hebdomadaires.

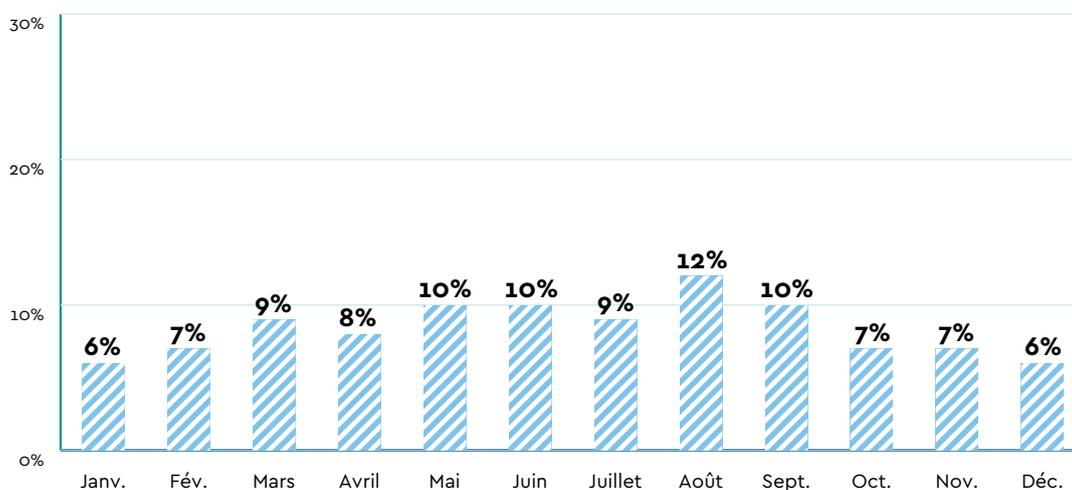
Evolution de la fréquentation annuelle



Fréquentation par trimestre

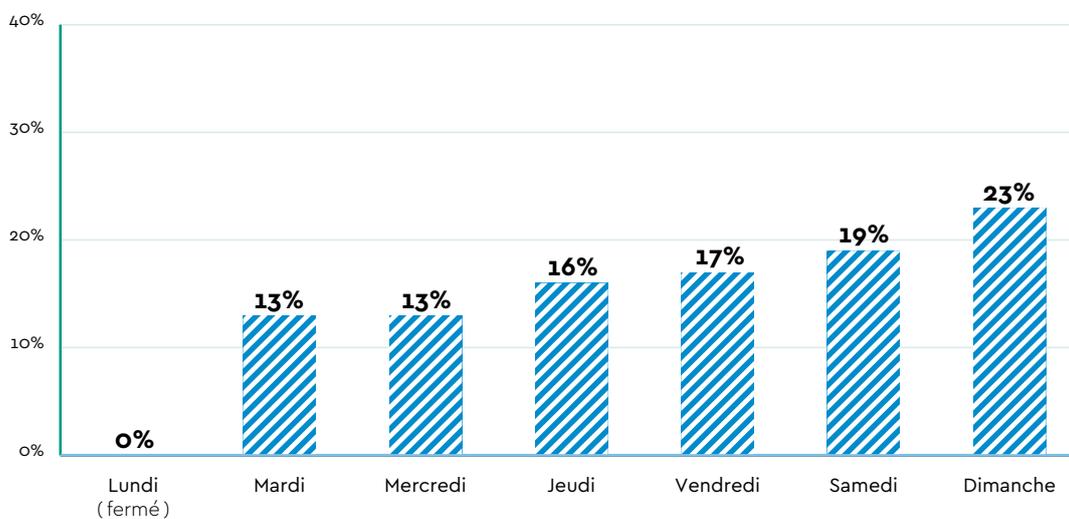


Fréquentation mensuelle



n = 57'843

Fréquentation hebdomadaire⁶



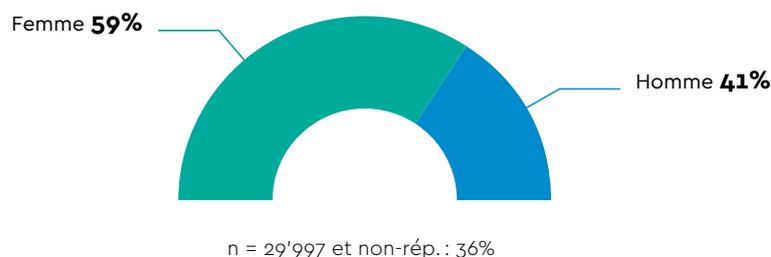
n = 57'843

⁶ 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 2018 ?

Genre

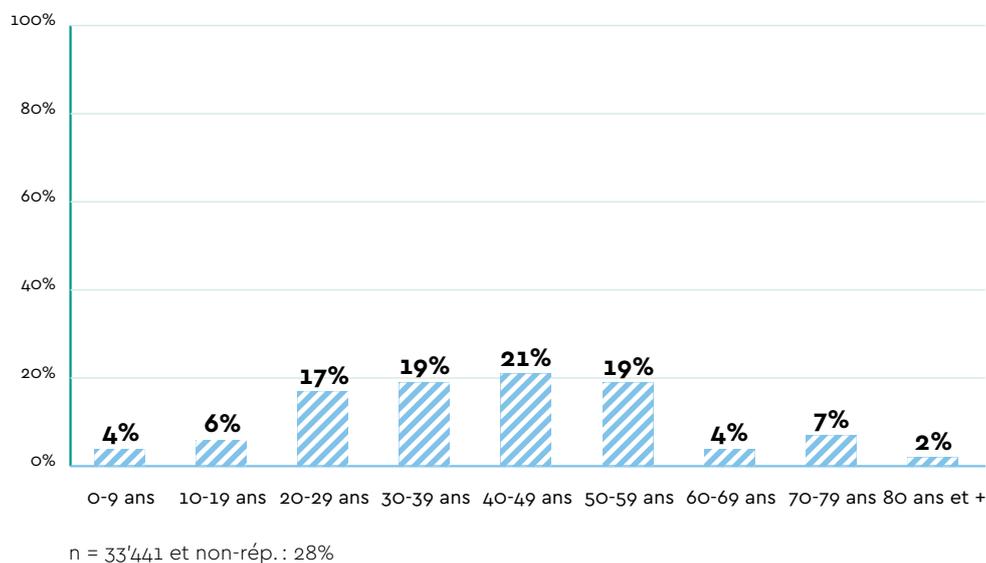
En 2018, le public reste composé plus largement de femmes, à hauteur de 59 % contre 41% d'hommes⁷.



Classes d'âge

Les données ci-dessous doivent être interprétées avec précaution, la moitié des visiteurs individuels n'ayant pas été questionnés sur leur année de naissance⁸.

Près de trois-quarts (76%) 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 10%. Comparativement à 2016⁹, la proportion de jeunes est légèrement inférieure (14% en 2016).



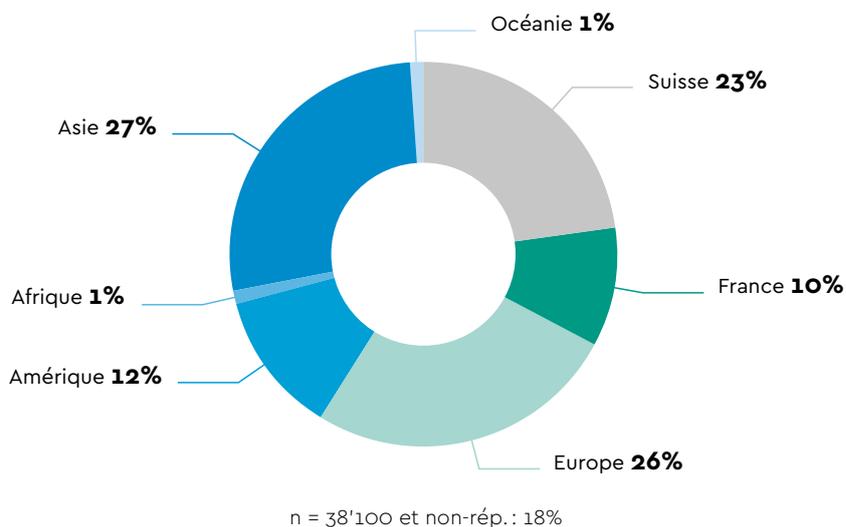
⁷ On note un taux de non-réponse élevé sur cette variable, 36%, il provient principalement des formulaires R-groupe, pour lequel la saisie du genre des enfants n'est pas disponible ici.

⁸ Dans certains musées, le personnel à l'accueil en charge des collectes de données éprouve parfois de la gêne à demander aux visiteurs et visiteuses entrants leur année de naissance.

⁹ Les données sur l'âge en 2017 ne concernent que les questionnaires R-groupe et de ce fait ne peuvent être comparés à celles de 2018.

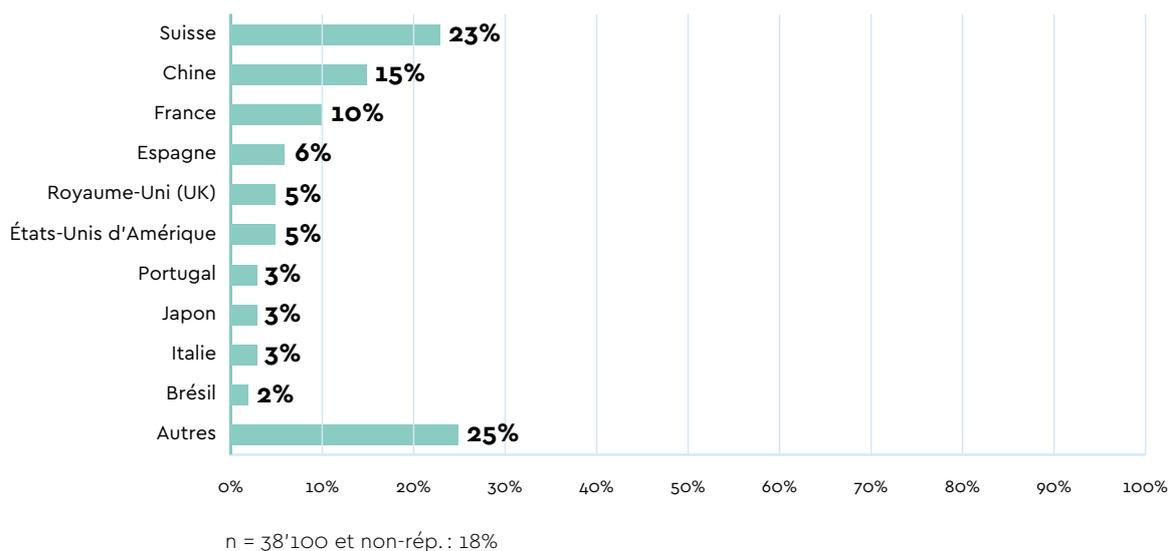
Région du monde d'habitation

Les visiteurs et visiteuses européens, inclus la France, restent les plus nombreux en 2018, soit 36%. Globalement, plus d'un quart du public réside en Asie (27%) et près d'un autre quart réside en Suisse (23% contre 27% en 2017); la proportion de visiteurs et visiteuses en provenance d'Asie demeure très élevée en 2018.



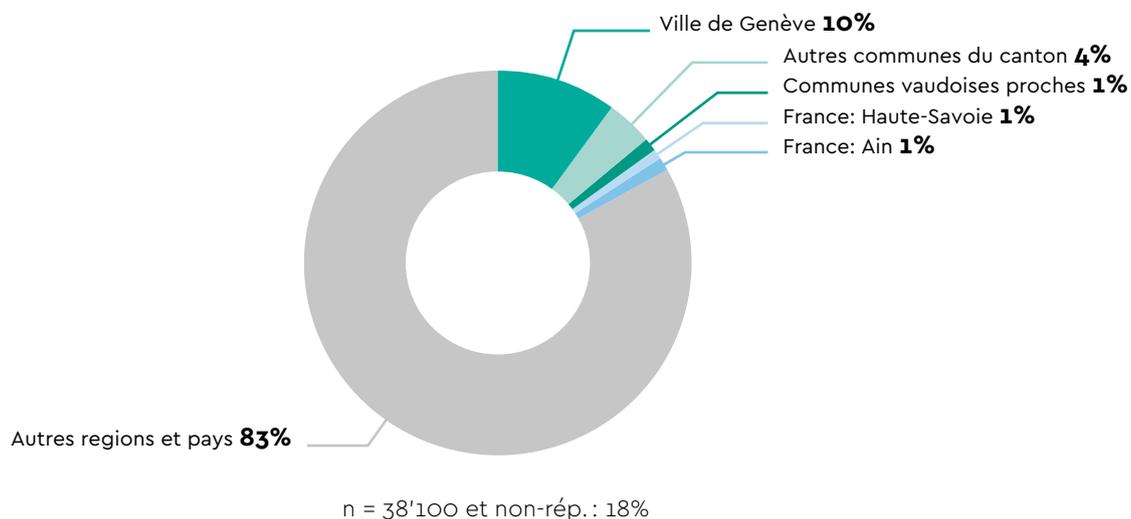
Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

Au niveau du pays d'habitation, après la Suisse, laquelle on l'a noté représente le 23% du public, la Chine demeure en 2018 le second pays le plus représenté (15%), suivi de la France (10%).



Commune d'habitation

A un échelon régional, on constate qu'en 2018 la majeure partie du public reste domiciliée en Ville de Genève, soit 10%, contre 4% pour les autres communes du canton. Les résidents des régions environnantes (communes vaudoises proches, Haute-Savoie et Ain) ne sont que 3% à visiter le musée.



Les données 2018 confirment les tendances observées les années précédentes.

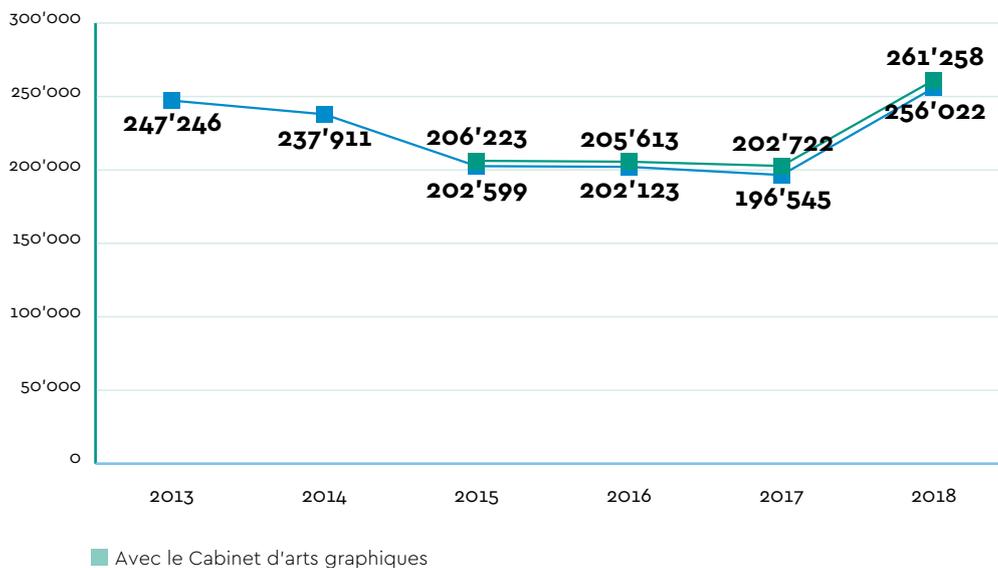
Musée d'art et d'histoire

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 varie au cours des années, elle fluctue entre environ 200'000 et 260'000 visites tous sites confondus ; elle est la plus élevée cette année en 2018 avec 261'258 visites.

Fréquentation

Evolution de la fréquentation annuelle¹⁰



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

¹⁰ Dans l'édition du précédent Rapport annuel 2017, une erreur s'est glissée sur le report des chiffres de fréquentation 2016 et 2017 du Musée Rath; les chiffres rectifiés sont présentés ici.

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

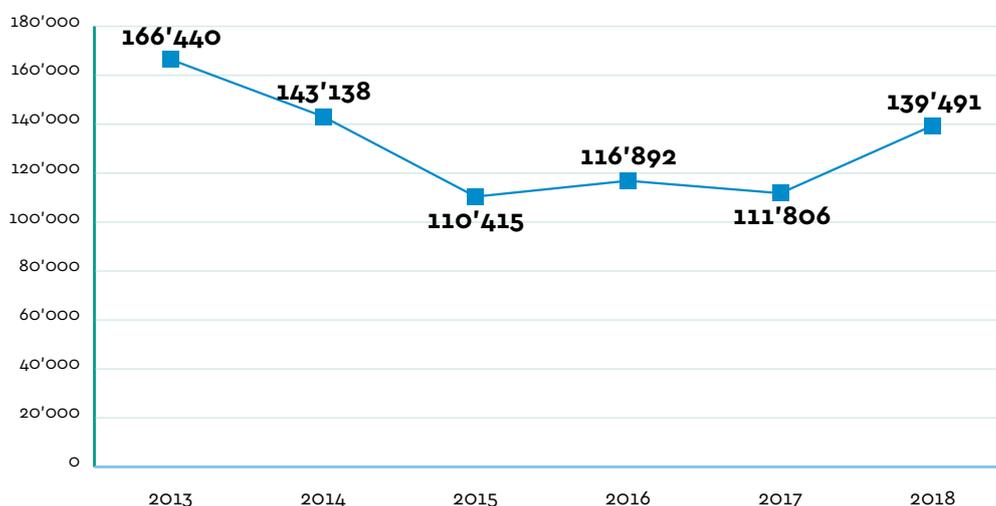
Fréquentation

La fréquentation du Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland est de 139'491 visites en 2018, c'est la plus élevée depuis les trois dernières années.

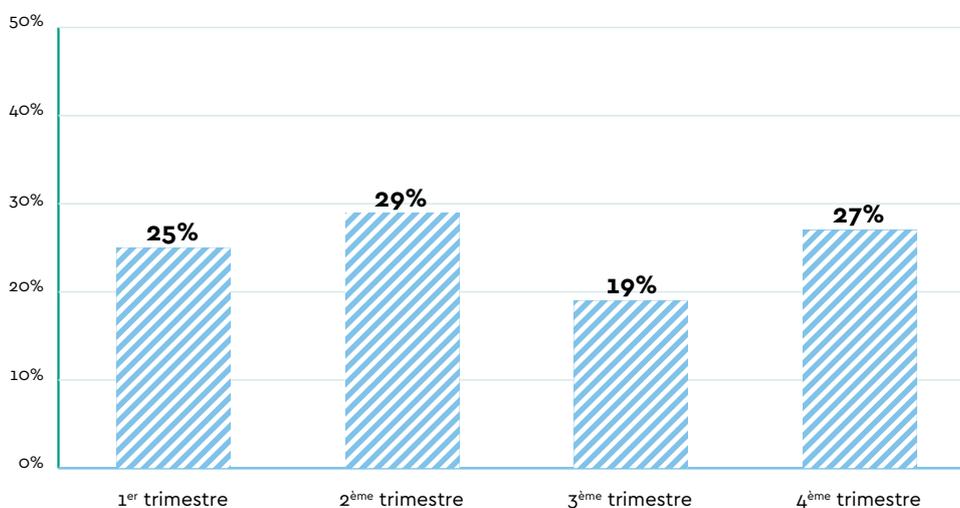
Le 3^e trimestre de l'année a été le moins fréquenté en 2018 (19%) ; on dénombre sur le site Charles-Galland entre 7'000 et 14'000 visites par mois, et comme en 2017, c'est le mois de juin qui a connu la plus grande affluence (16%) avec 22'023 visites¹¹.

Les week-ends restent les jours les plus fréquentés, 20% du public visite le musée le samedi et 24% le dimanche, entre 11% et 16% des visiteurs et visiteuses viennent les autres jours de la semaine.

Evolution de la fréquentation annuelle



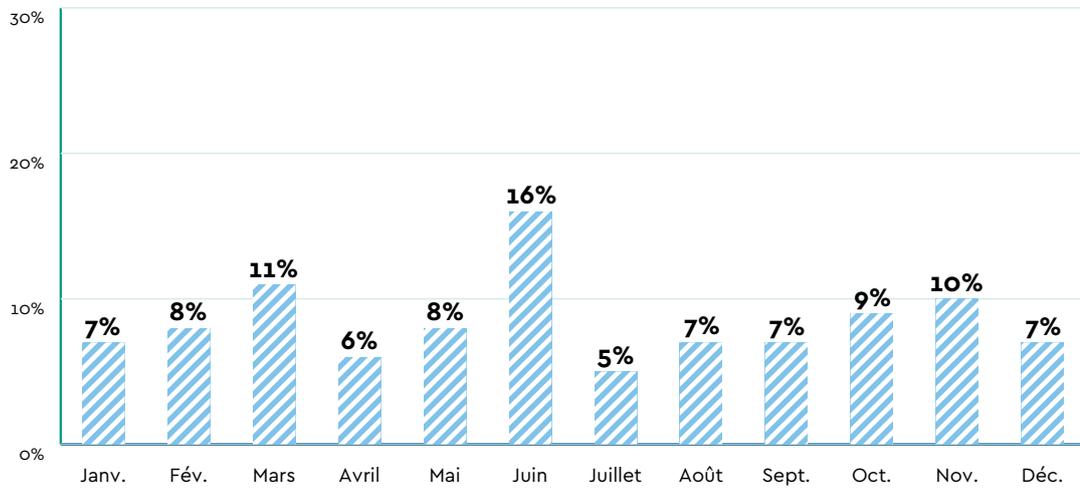
Fréquentation par trimestre



n = 139'491

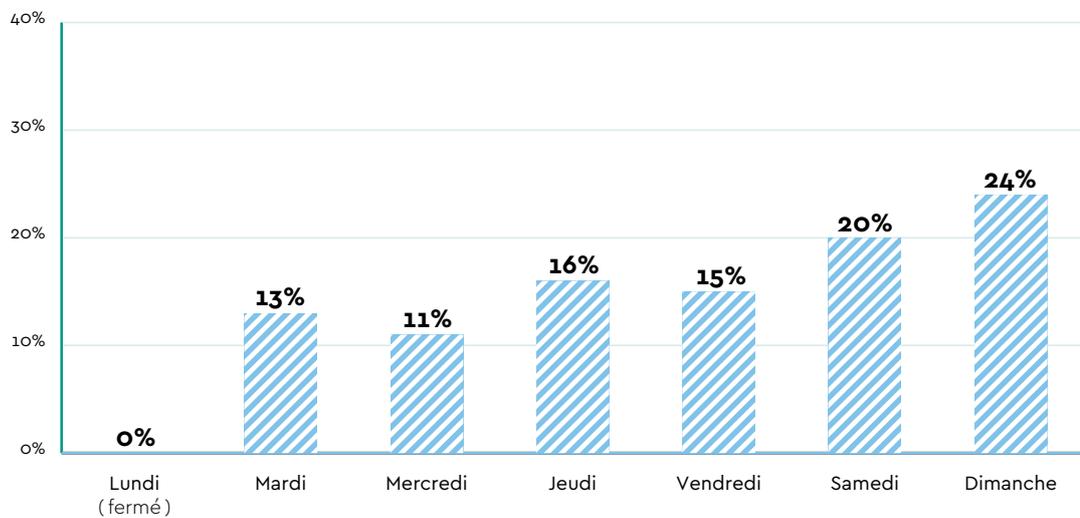
¹¹ Excepté la fréquentation de l'institution au mois de juin lors de la Fête de la musique, les temps forts de l'année ont été au mois de mars l'ouverture des événements commémoratifs dans le cadre de l'année Hodler (inauguration de l'accrochage Hodler intime, Afterwork et autres rendez-vous publics) et ainsi que les mois d'octobre et de novembre (nombreux événements dont vacances de patates, Afterwork, Grand prix de l'horlogerie, concerts et nombreuses visites scolaires).

Fréquentation mensuelle



n = 139'491

Fréquentation hebdomadaire

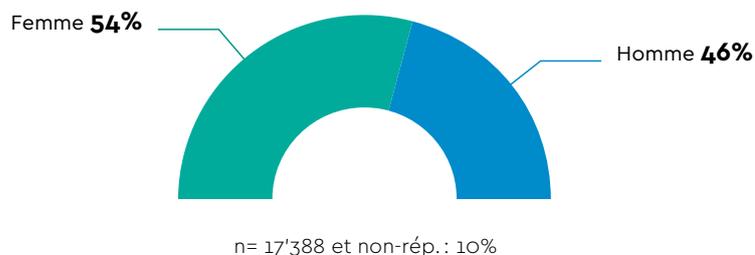


n = 139'491

Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

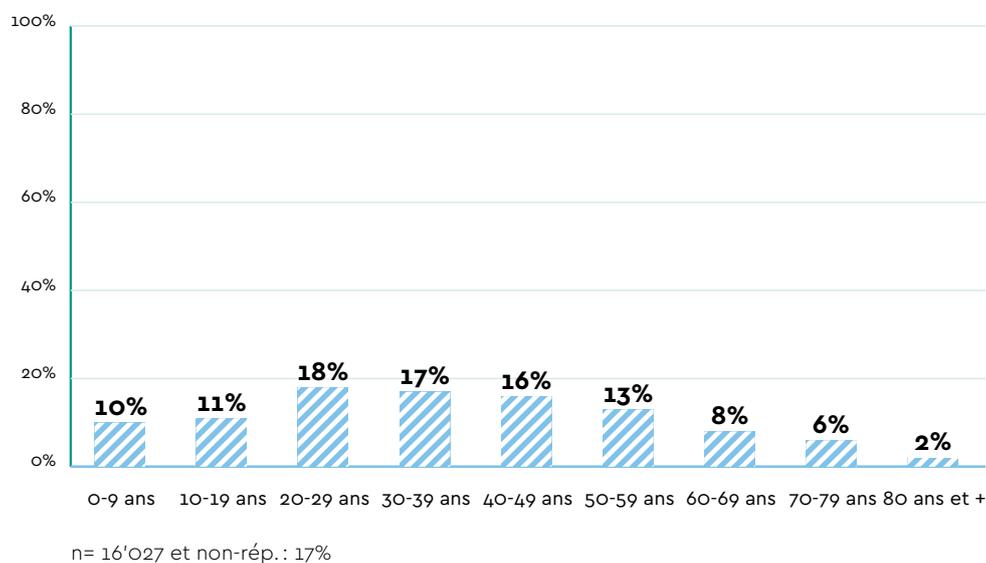
Genre

Le public du Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland est un peu plus féminin, on compte 54% de femmes et 46% d'hommes¹².



Classes d'âge

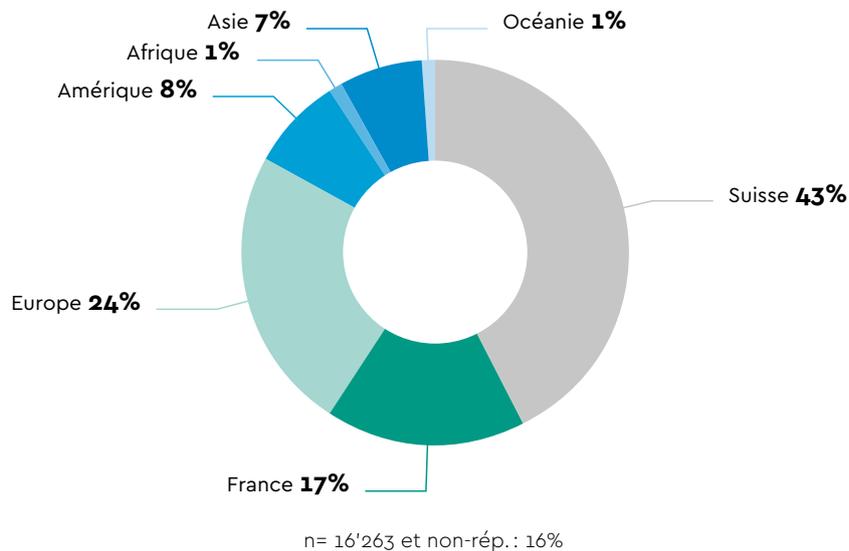
En 2018, la répartition par âge des visiteurs et visiteuses est quelque peu différente qu'en 2017. On compte un peu moins de jeunes âgés de 0 à 19 ans (21% contre 27% en 2017), tandis que la part des plus de 60 ans est de 16% contre 9% en 2017.



¹² Un nouveau protocole de collecte des données a été instauré en 2018 afin d'améliorer la qualité des informations recueillies dans ce musée, il est basé, comme dans les autres musées à grande affluence, sur une collecte hebdomadaire (voir Annexe musées : Méthodologie).

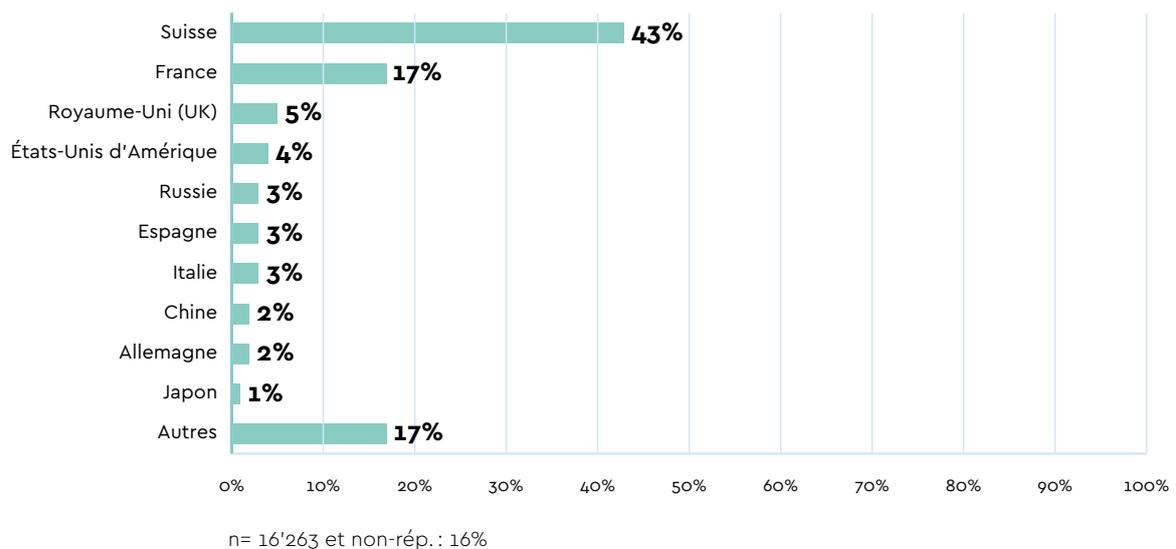
Région du monde d'habitation

La proportion des visiteurs et visiteuses domiciliés en Suisse (43%) et celle du public domiciliés en Europe (41%) est quasiment égale ; par rapport à 2017, le public en provenance de Suisse est plus nombreux (36% en 2017). On compte aussi 8% de personnes en provenance du continent américain et 7% en provenance du continent asiatique.



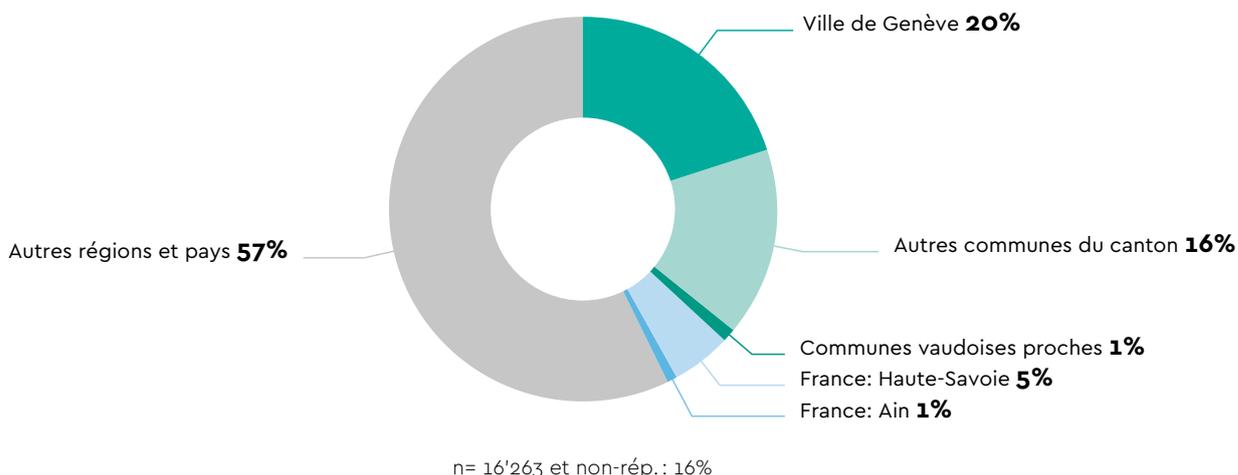
Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

En 2018, la Suisse et la France (17%) demeurent les deux pays les plus représentés parmi les visiteurs et visiteuses du musée, suivis du Royaume-Uni (5%) et des États-Unis d'Amérique (4%).



Commune d'habitation

A l'échelle de la région, la plus grande partie du public réside sur la commune de la Ville de Genève (20%), mais en 2018 la part des visiteurs et visiteuses des autres communes du canton augmente largement, elle atteint 16% contre 7% en 2017. Les résident-e-s des communes ou départements environnants du Grand Genève représentent 7% du public du musée.



Focus

Les autres usagers du Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland

Les musées sont aussi des espaces de convivialité et d'échanges. A ce titre, la présence du café-restaurant Le Barocco sur le site Charles-Galland incite d'autres usagers à venir fréquenter le lieu.

En moyenne dans l'année,



des personnes qui entrent au musée viennent pour se restaurer au Barocco.



En semaine, du mardi au vendredi, près d'une personne sur cinq (**19%**) en semaine déclare venir au musée pour le Barocco, contre **10%** le samedi et **4%** le dimanche.

Musée Rath

Fréquentation

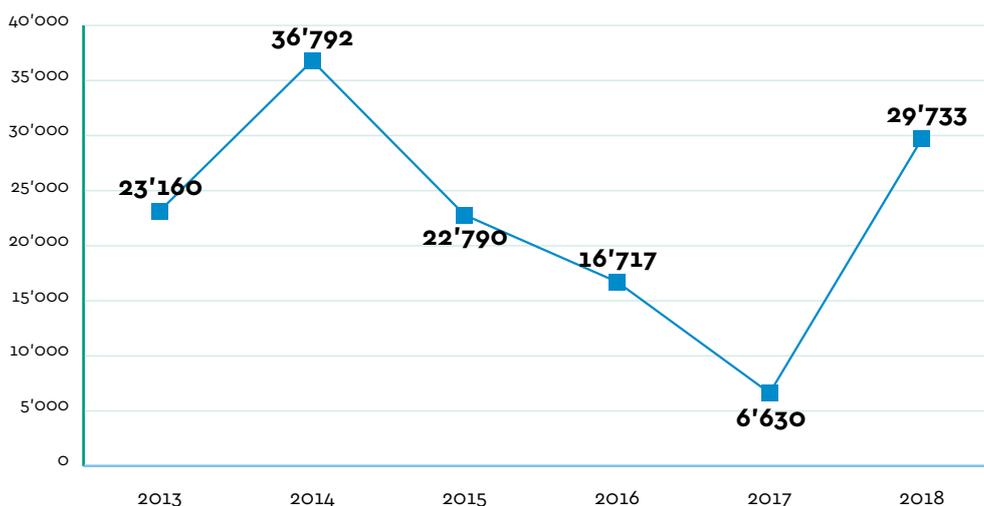
Les données 2018 du Musée Rath concerne la période de fin avril à mi-août (24.4.2018-19.8.2018) durant laquelle a eu lieu l'exposition temporaire « Hodler//Parallélisme », dans le cadre de l'année Hodler.

Pour ce site, il convient de rappeler que les comparaisons annuelles sont difficiles car le nombre d'expositions temporaires organisées et leur durée varient chaque année.

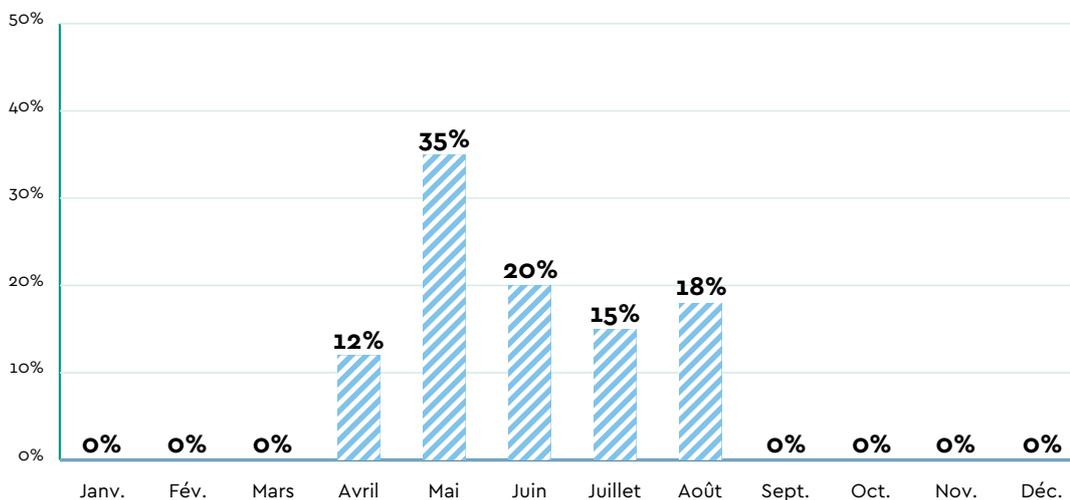
En 2018, on note une forte affluence au Musée Rath, avec 29'733 visites pour l'exposition temporaire qui a duré près de quatre mois. La fréquentation mensuelle la plus élevée est mesurée au mois de mai où l'on dénombre plus de 10'000 visites (n=10'511).

Plus d'un quart du public (27%) est venu le dimanche, la fréquentation des autres jours de la semaine varie en 12% et 16%.

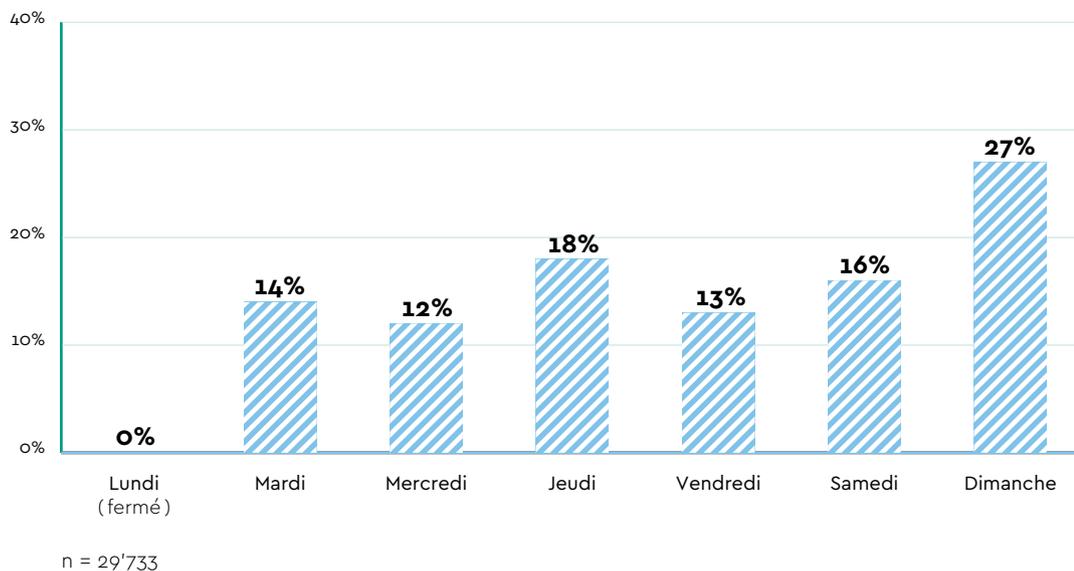
Evolution de la fréquentation annuelle



Fréquentation mensuelle



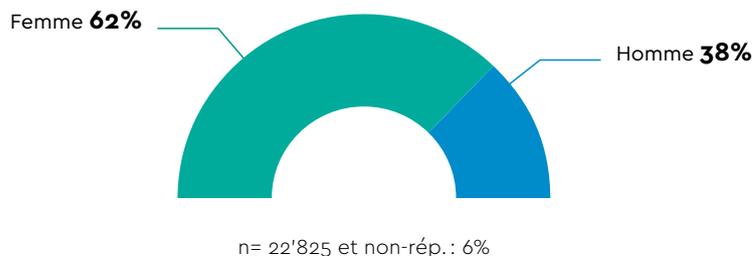
Fréquentation hebdomadaire



Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018¹³?

Genre

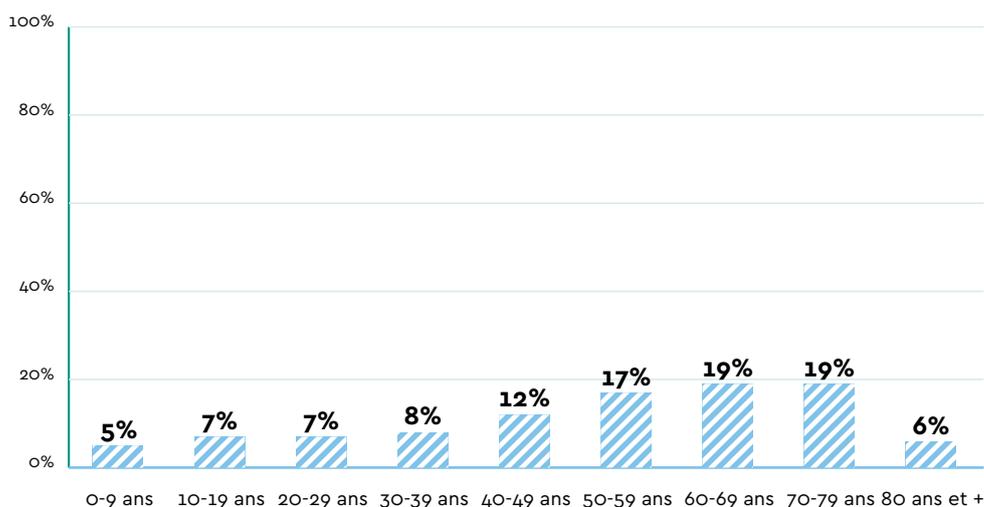
Le public du Musée Rath est composé d'une proportion légèrement plus importante de femmes (56%) que d'hommes (44%).



¹³ Un effort tout particulier sur la collecte a été mené au Musée Rath afin d'obtenir, pour cette exposition temporaire, des données exhaustives de qualité.

Classes d'âge

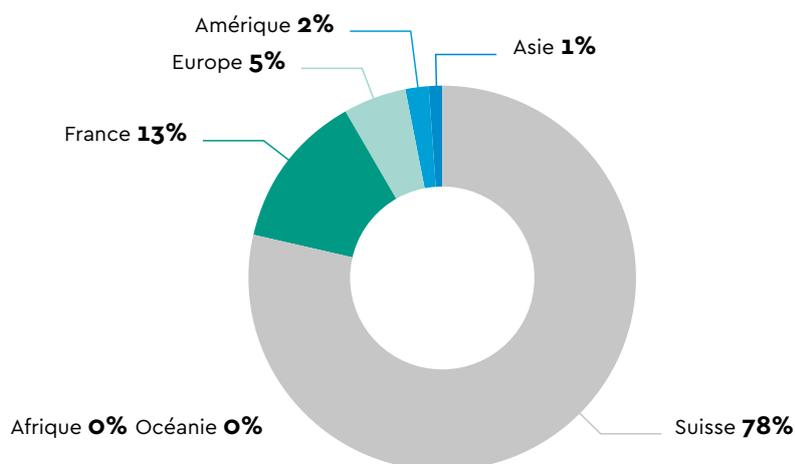
Le Musée Rath est, rappelons-le, un lieu d'exposition temporaire. En 2018, la distribution par âge des visiteurs et visiteuses est très différente de celle de 2017. Contrairement à l'année 2017 où les jeunes représentaient 28% du public, ils ne sont que 12% en 2018; cette année c'est davantage le public des seniors qui a plébiscité l'exposition puisque les 60 ans et plus représentent 44% (contre 17% en 2017). Une analyse différenciée des visiteurs individuels et des visiteurs en groupe (dont les visites scolaires) montre que pour ces derniers, le taux de jeunes de moins de 20 ans est de 39%.



n = 23'144 et non-rép.: 5%

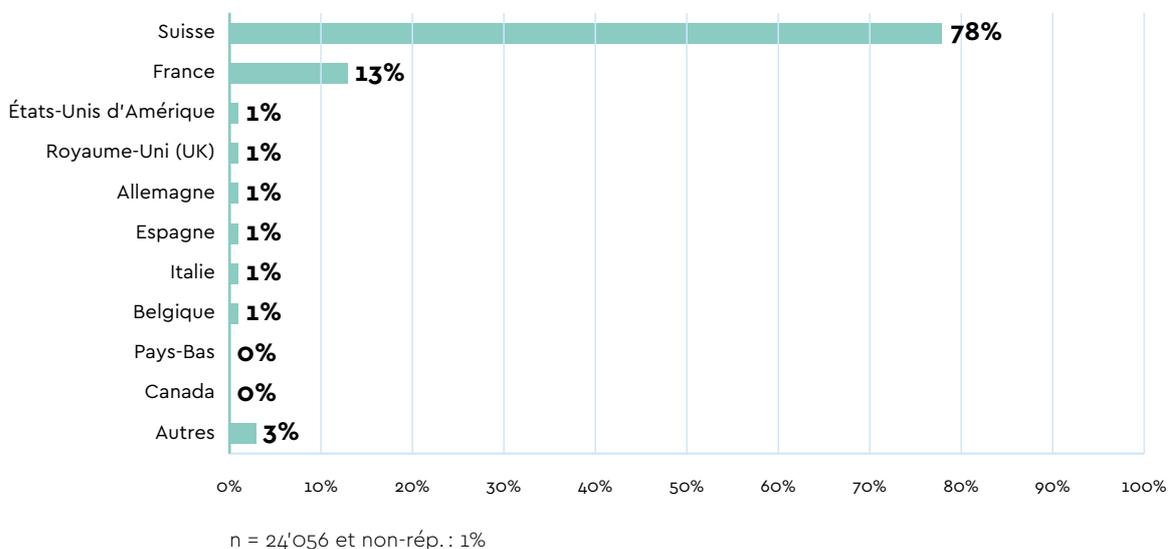
Région du monde d'habitation

La grande majorité du public du Musée Rath réside en Suisse (78%), le reste des visiteurs et visiteuses provient d'Europe (18%, dont 13% de France). On dénombre très peu de public d'autres continents (3%).



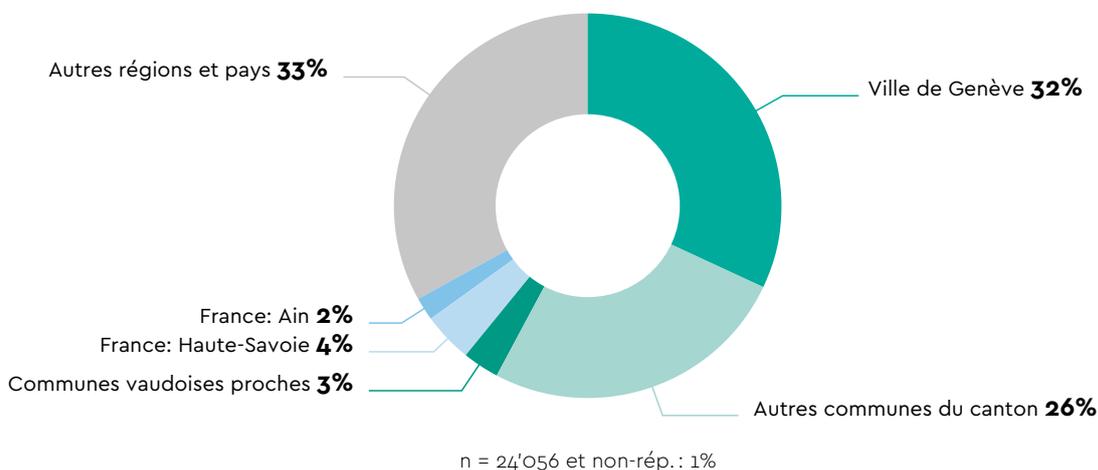
n = 24'056 et non-rép.: 1%

Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



Commune d'habitation

Une analyse à l'échelle régionale montre que 32% 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 que 17% des visiteurs et visiteuses proviennent du reste de la Suisse.



Concernant le genre et le pays de résidence des visiteurs et visiteuses, les données 2018 confirment les tendances observées les années précédentes.

Maison Tavel

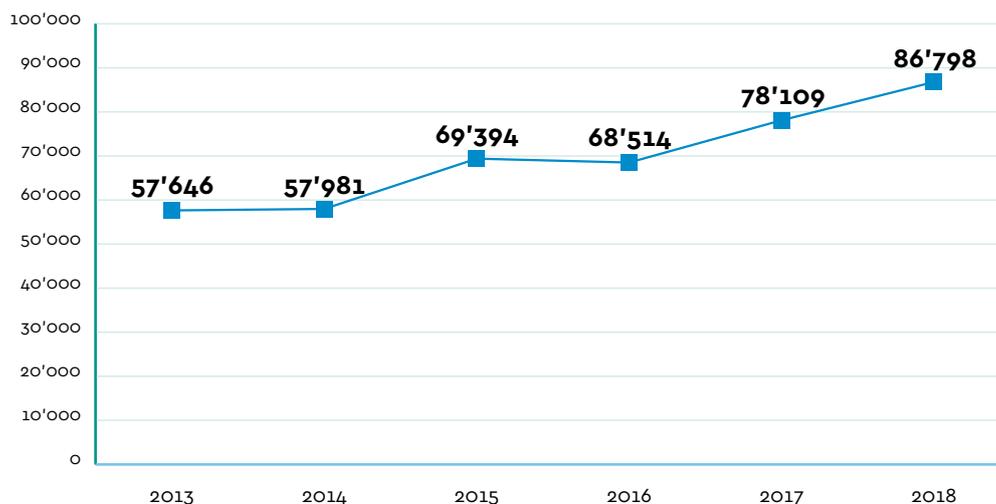
Fréquentation

La fréquentation de la Maison Tavel est en augmentation depuis quelques années, en 2018 elle a atteint le nombre de 86'798 visites.

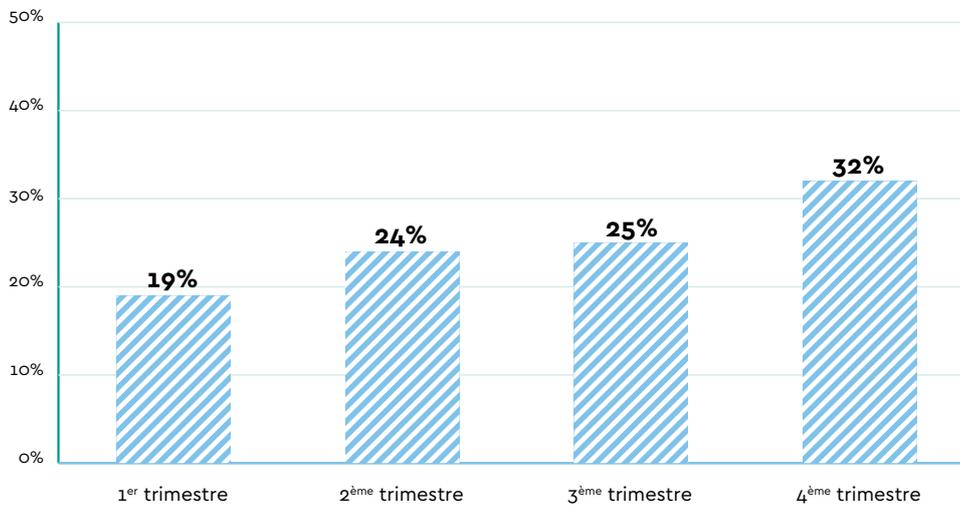
C'est durant le 4^e trimestre de l'année que l'institution a été la plus fréquentée (32%) et tout particulièrement au mois de décembre 2018 avec une fréquentation mensuelle de 16% sur le total annuel, contre 5% à 9% pour les autres mois de l'année. Ainsi, comme en 2017, si le musée compte entre 4'000 et 7'000 visites selon les mois, on a dénombré au mois de décembre 2018 plus de 14'000 visites. Cette affluence particulière est liée au week-end de l'Escalade des 8-9 décembre durant lequel la Compagnie 1602 a investi les lieux.

Comme en 2017, près d'un-e visiteur-visiteuse sur deux (51%) vient dans ce musée le week-end, 27% le samedi et 24% le dimanche. Les autres jours de la semaine sont fréquentés à part plus ou moins égale, à hauteur de 12% à 14%.

Evolution de la fréquentation annuelle

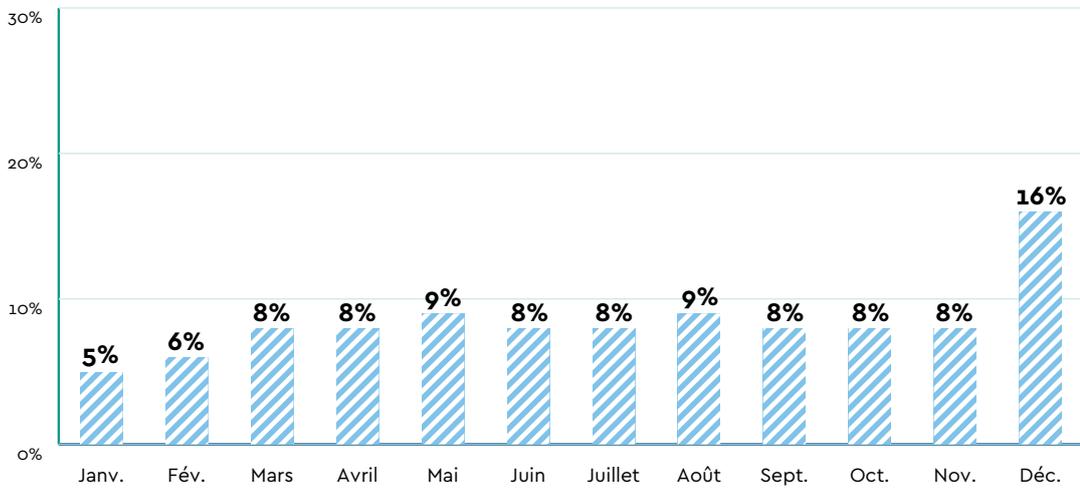


Fréquentation par trimestre



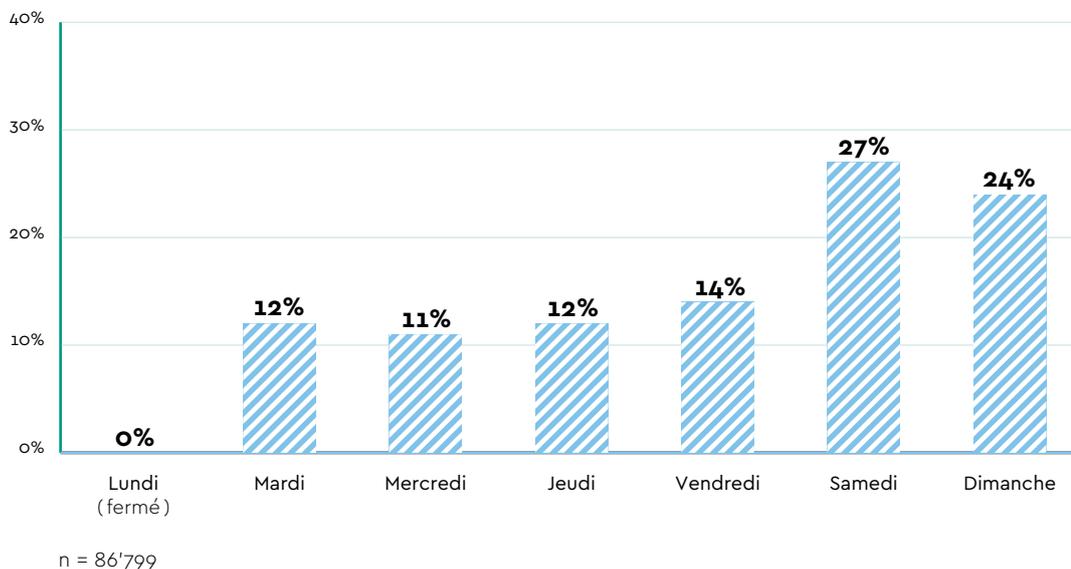
n = 86'799

Fréquentation mensuelle



n = 86'799

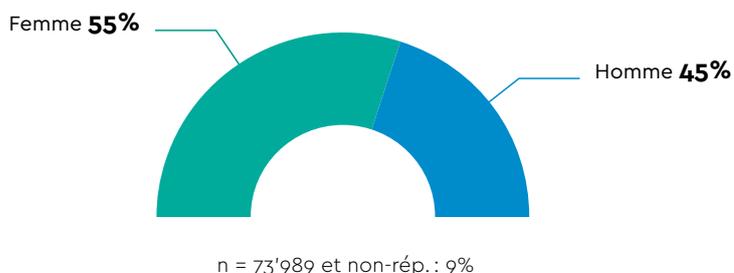
Fréquentation hebdomadaire



Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

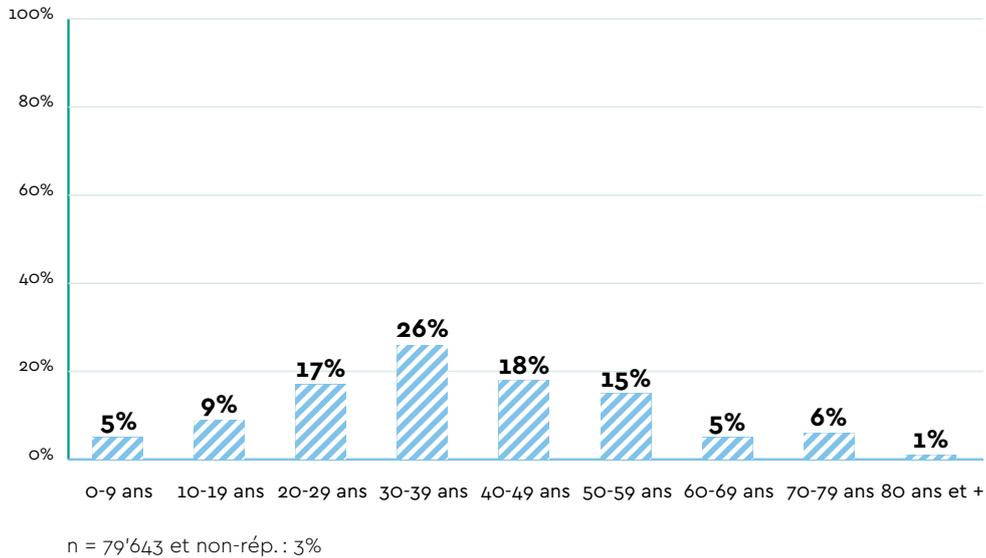
Genre

La proportion de public féminin à la Maison Tavel, par rapport au public masculin, reste supérieure en 2018 (55% de femmes et 45% d'hommes).



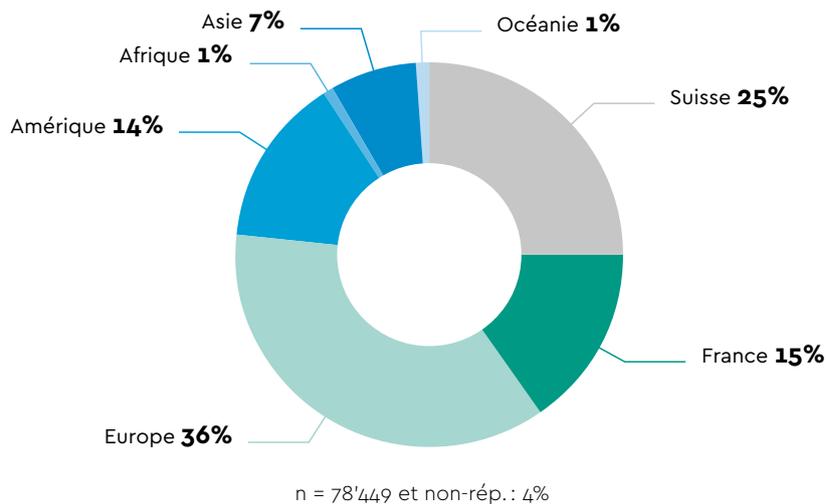
Classes d'âge

Les 30-39 ans représentent un quart des visiteurs et visiteuses (26%). On compte 14% de jeunes de moins de 20 ans et 12% de seniors âgés de 60 ans et plus.



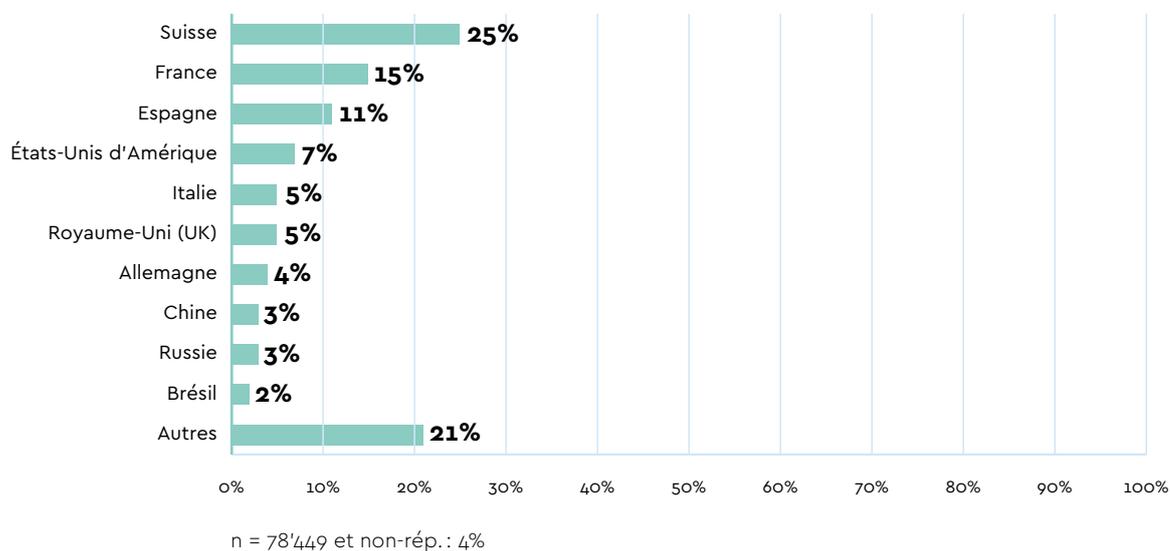
Région du monde d'habitation

En 2018, comme l'an passé, la Maison Tavel accueille un quart de résident-e-s suisses (25%) et plus d'un-e visiteur-teuse sur deux est un-e résident-e- européen-e (51%). La part de personnes domiciliées sur le continent américain est importante dans ce musée (14%), comme c'est le cas au Musée Ariana (12%).



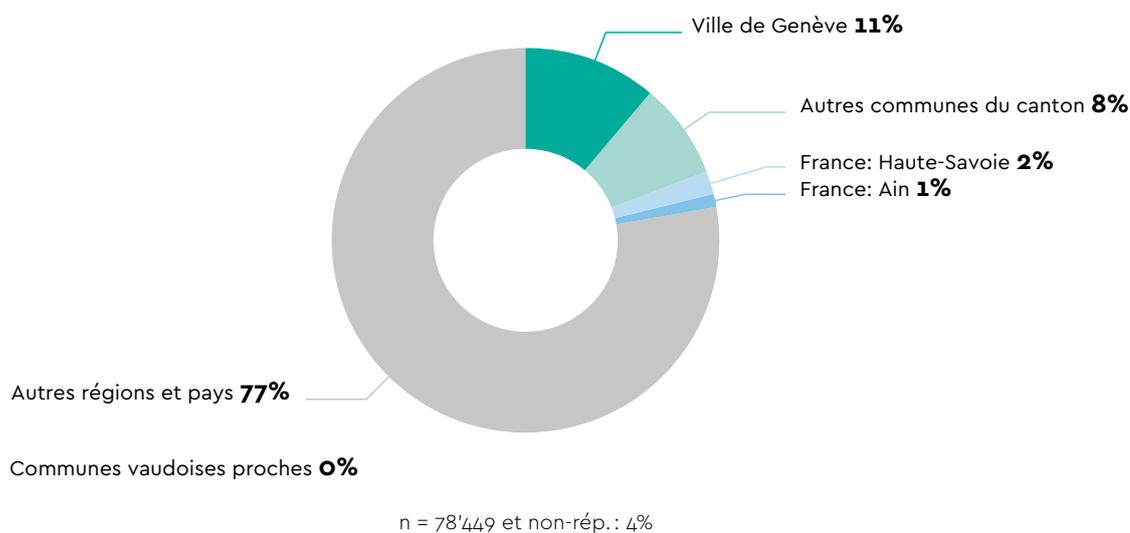
Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

Les trois pays les plus représentés dans ce musée sont, après la Suisse, la France (15%), l'Espagne (11%) et les Etats-Unis (7%).



Commune d'habitation

22% des visiteurs et visiteuses sont domicilié-e-s dans le canton ou la région. La part des résident-e-s en Ville de Genève est légèrement inférieure en 2018 (11% contre 15% en 2017).



Cabinet d'arts graphiques

Fréquentation

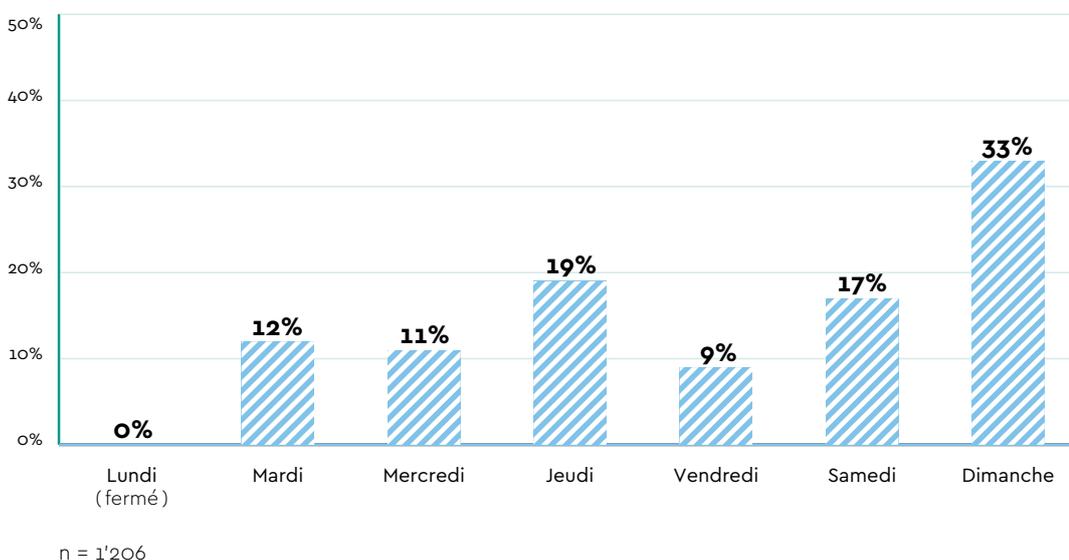
En 2018, la fréquentation du Cabinet d'arts graphiques s'élève à 5'236 visites. Elle est supérieure à 2015 et 2016 où l'on dénombreait environ 3'500 visites annuelles, mais inférieure à l'année précédente en 2017 (n = 6'177).

La journée du dimanche est la plus fréquentée, ce jour-là le site accueille un tiers du public hebdomadaire (33%). Le jeudi et le samedi sont les deux autres jours qui totalisent le plus de visites dans la semaine (19% et 17%).

Evolution de la fréquentation annuelle



Fréquentation hebdomadaire¹⁴ - Sur la période du 18.10.2018 au 31.12.2018



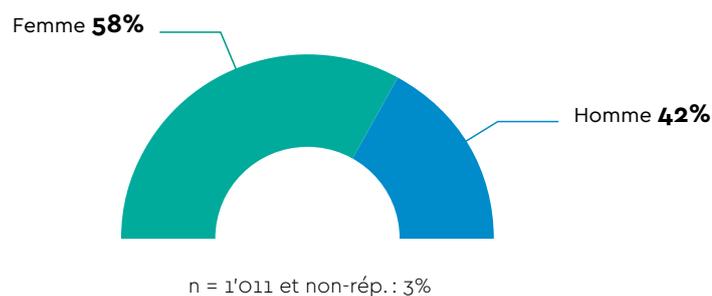
¹⁴ L'introduction des données dans la plateforme d'analyse ayant démarré en cours d'année, le 18 octobre 2018, on ne présente ici qu'une analyse de fréquentation hebdomadaire (et non la fréquentation par trimestre ou mensuelle).

Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

La collecte des données du profil du public a débuté le 18 octobre 2018 au Cabinet d'arts graphiques. Ces premiers éléments permettent d'esquisser un profil du visiteur ou de la visiteuse du lieu.

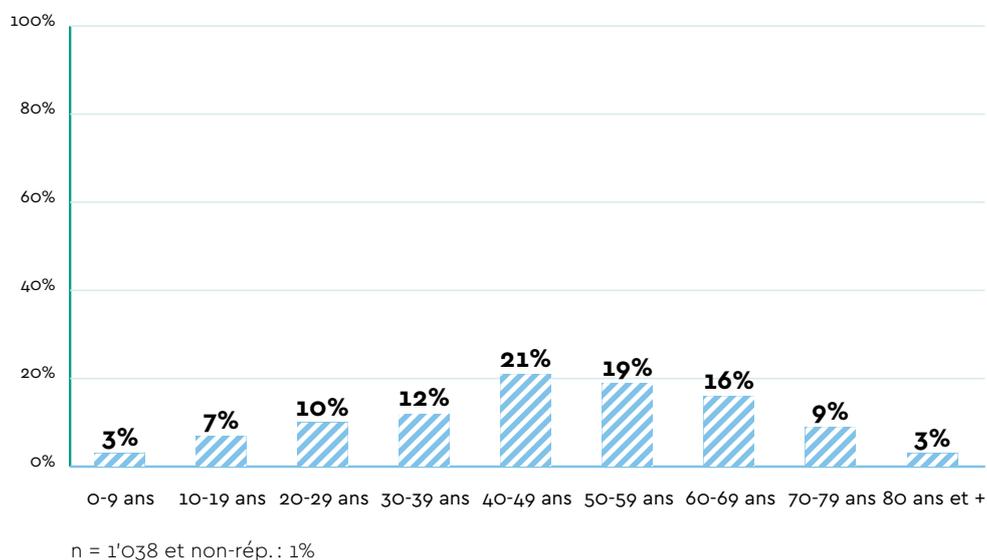
Genre

Ainsi, sur deux mois et demi d'enquêtes, on note que le profil socio-démographique des personnes qui visitent le Cabinet d'arts graphiques est légèrement plus féminin (58% de femmes contre 42% d'hommes).



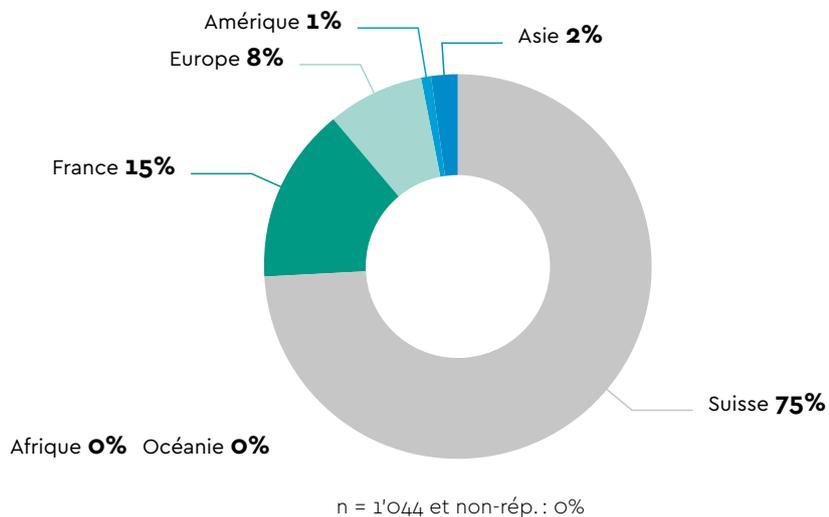
Classes d'âge

Des personnes de toutes les catégories d'âges visitent le site. Les plus de 60 ans représentent 28% du public et les jeunes de moins de 20 ans le 10%.

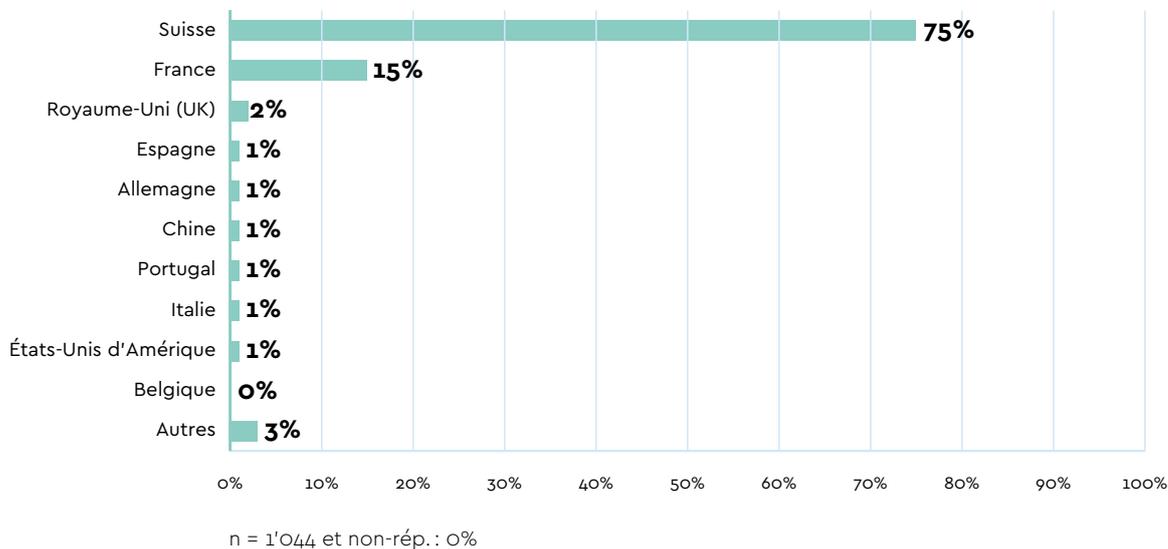


Région du monde d'habitation

Les trois-quarts du public résident en Suisse (75%), ainsi la part de visiteurs et visiteuses de l'étranger s'élève à quart (25%), dont la plupart sont domicilié-e-s en France (15%).

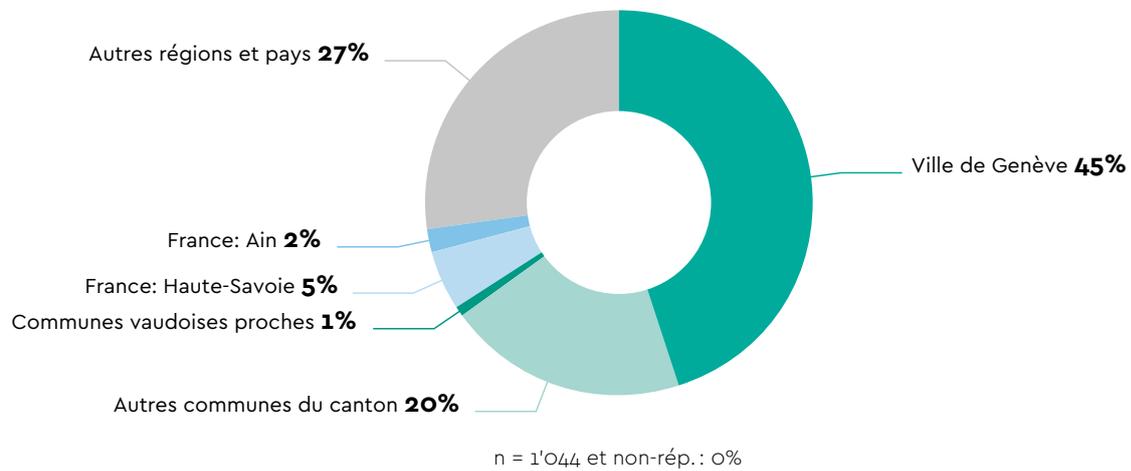


Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



Commune d'habitation

Parmi les visiteurs et visiteuses locaux, il y a deux fois plus de personnes résidant en Ville de Genève (45%) que dans les autres communes du canton (20%).



Ces premières tendances sur le profil du public devront être confirmées après une année complète de collecte de données.

Musée d'ethnographie de Genève

Fréquentation

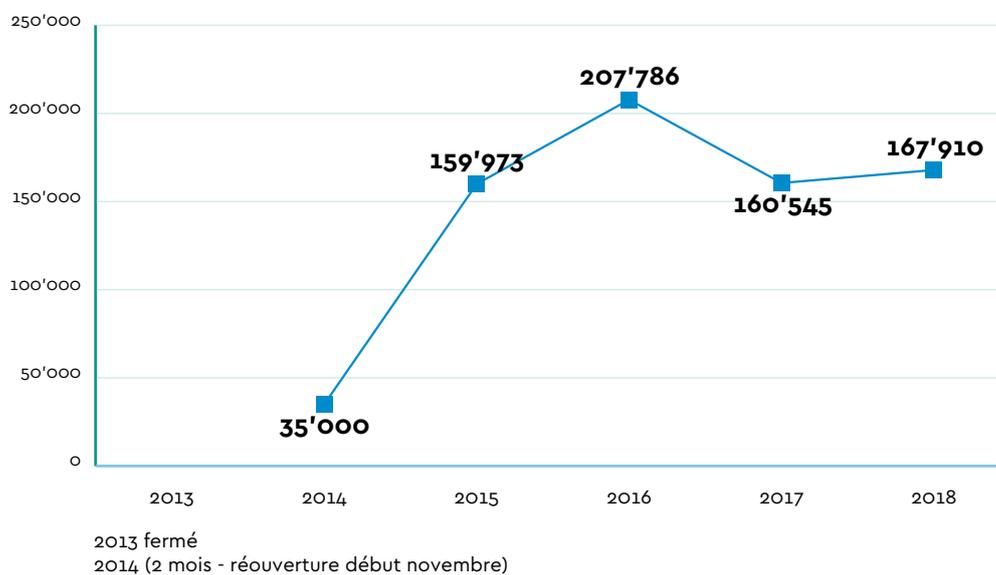
La fréquentation annuelle 2018 du Musée d'ethnographie s'élève à 167'910 visites. On rappelle le pic d'affluence qu'a connu le musée en 2016 lors de l'exposition temporaire « Amazonie ».

La fréquentation de l'exposition permanente est sensiblement moindre au 3^e trimestre 2018 (20%) par rapport aux autres trimestres de l'année. On dénombre le plus de visites durant les mois de mars et de mai, aux alentours de 11'000 visites (11% des visites annuelles), et une proportion inférieure durant les mois d'avril, juin et juillet avec environ 6'000 visites (6% 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, soit le samedi (19%) ou le dimanche (30%); du mardi au vendredi on dénombre entre 12% et 15% des visites hebdomadaires.

Quant à l'exposition temporaire de 2018, « Afrique. Les religions de l'extase »¹⁵, elle a totalisé le plus de visites au moment de son ouverture au mois de mai ainsi qu'au mois de décembre, ces mois ayant compté chacun près de 8'000 visites. L'exposition de l'année précédente, « L'effet boomerang. Les arts aborigènes d'Australie », qui s'est déroulée jusqu'au 7 janvier 2018, a pour sa part totalisé 3'726 visites sur les seuls derniers jours de présentation.

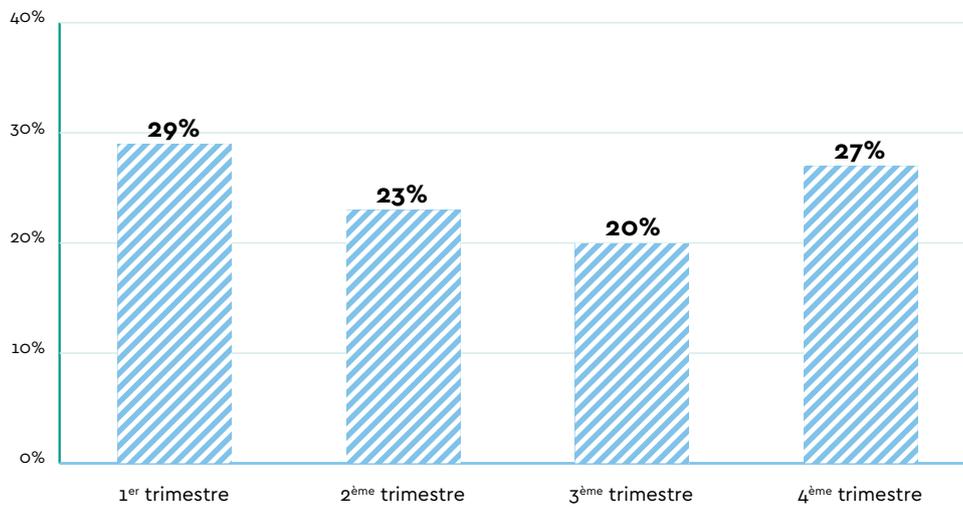
Le dimanche est le jour le plus fréquenté, il représente 30% de la fréquentation hebdomadaire (comme c'est le cas pour l'exposition permanente), viennent ensuite le jeudi et le samedi, fréquentés respectivement à hauteur de 18% et 16%.

Evolution de la fréquentation annuelle 2013-2018



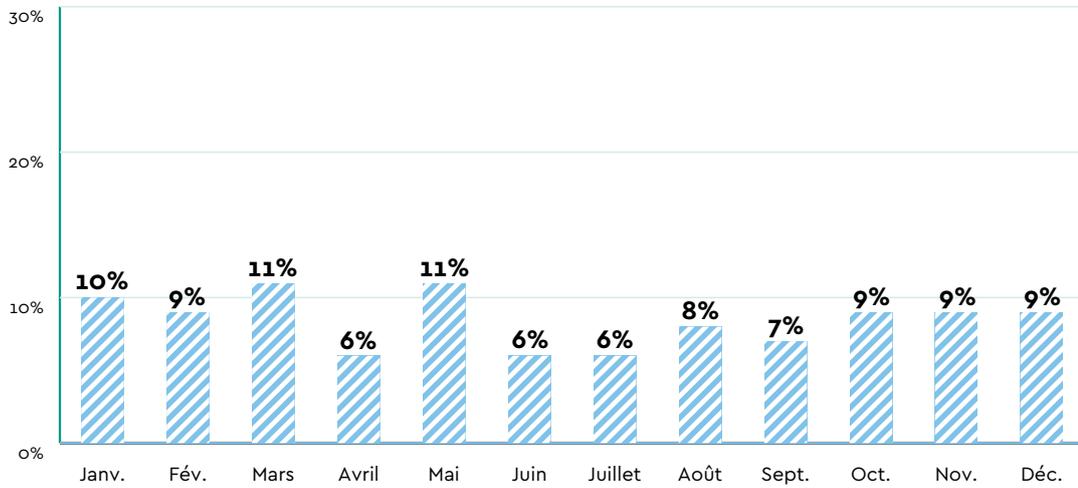
¹⁵ Du 14 mai 2018 au 6 janvier 2019

Fréquentation par trimestre – exposition permanente



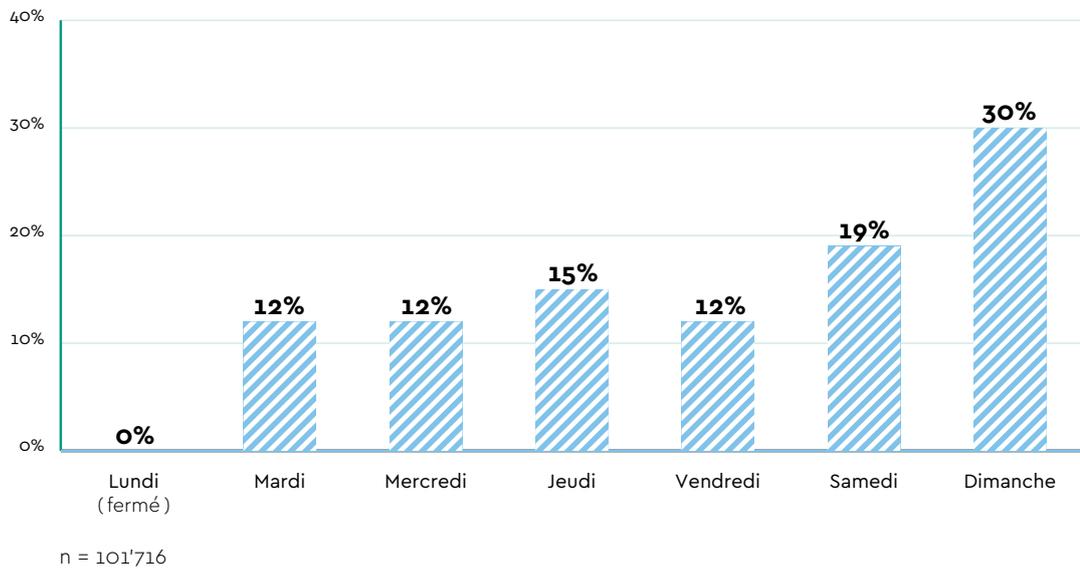
n = 101'716

Fréquentation mensuelle – exposition permanente

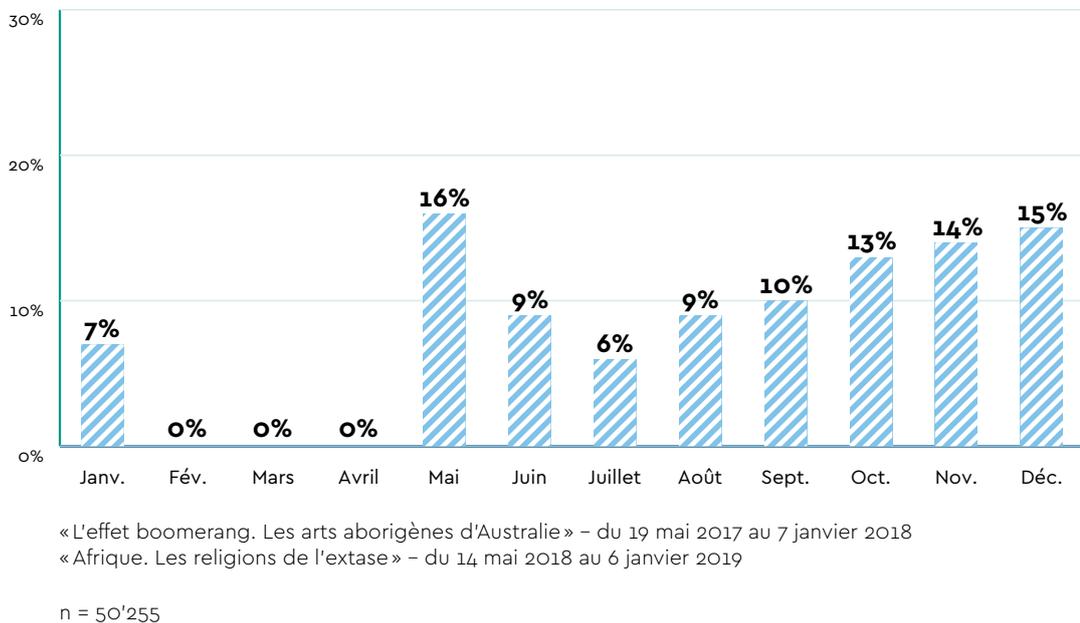


n = 101'716

Fréquentation hebdomadaire – exposition permanente

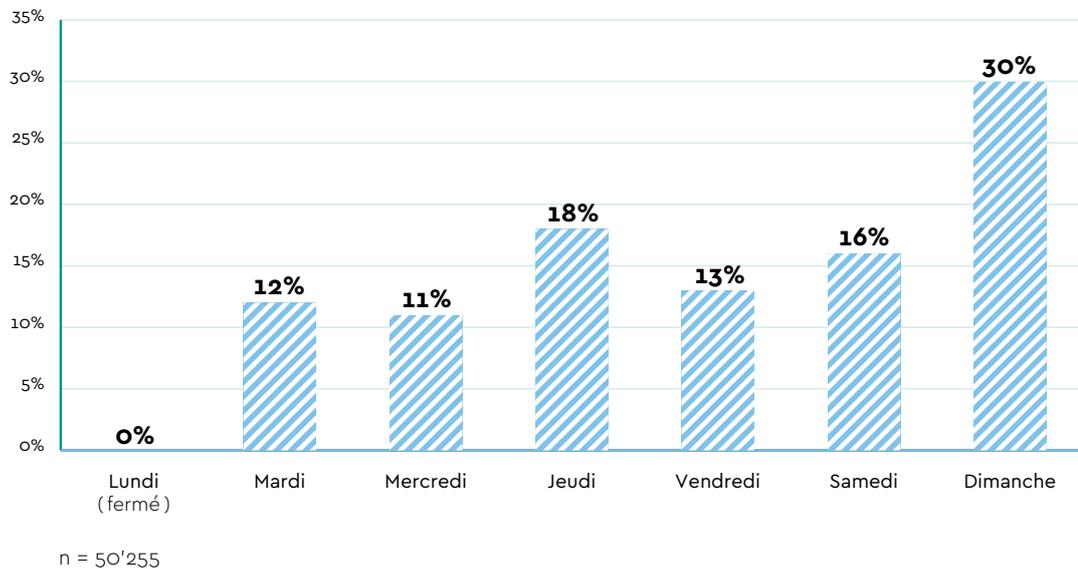


Fréquentation mensuelle – expositions temporaires¹⁶



¹⁶ 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 2018 ?

En 2018, le Musée d'ethnographie est passé à un mode de collecte de données hebdomadaire au cours duquel tous les visiteurs et 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 2018 sont donc pondérées entre le public des visites libres (données « échantillonnées ») et le public des activités de médiation (données « recensement »).

En considération de ces deux raisons, les chiffres 2018, plus complets et précis, sont donc susceptibles de varier par rapport à ceux présentés en 2017.

Genre

Le Musée d'ethnographie compte 57% de public féminin¹⁷.

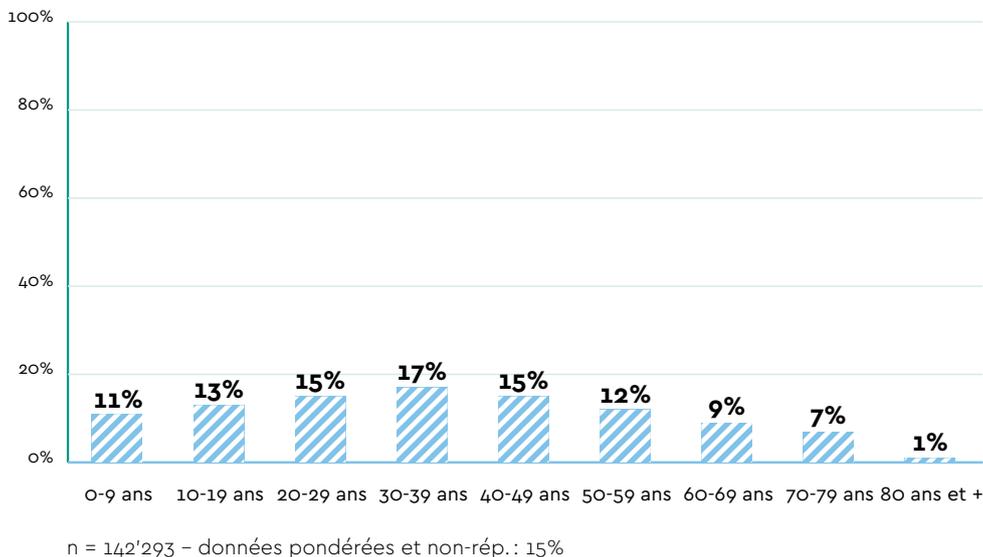


n = 146'064 - données pondérées et non-rép.: 13%

¹⁷ 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).

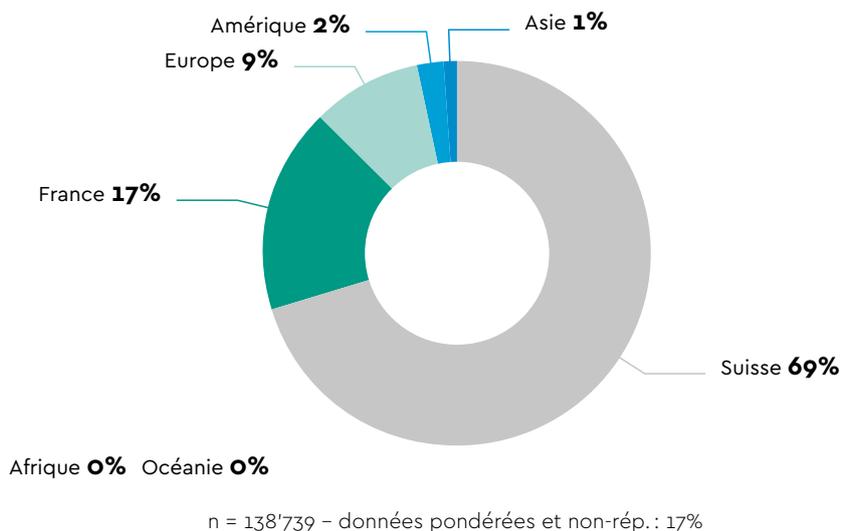
Classes d'âge

Près d'un quart des visiteurs et visiteuses a moins de 20 ans (24%), tandis que les 60 ans et plus représentent 17% du public.

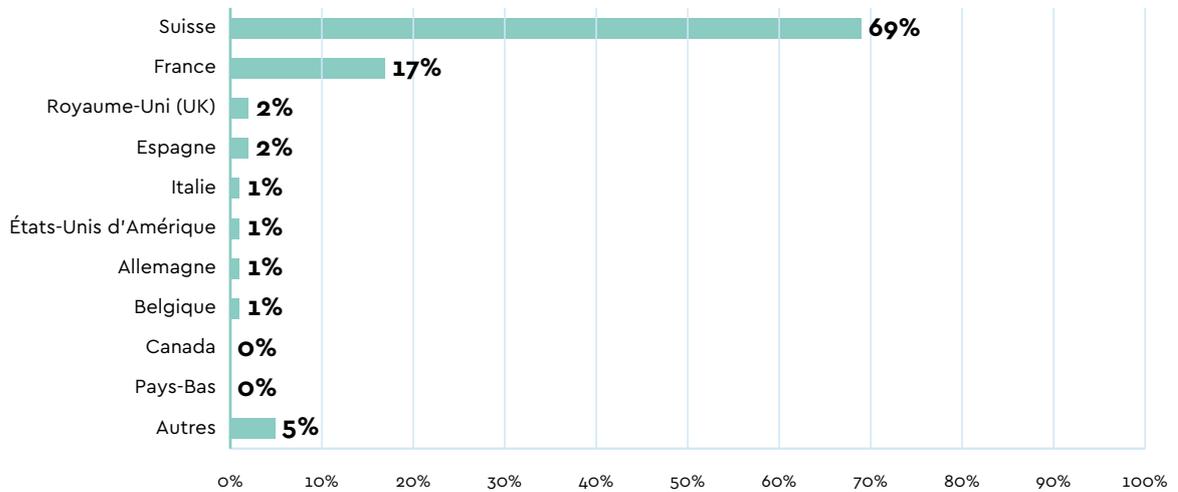


Région du monde d'habitation

La majeure partie du public est domicilié en Suisse (69%) et le second pays de résidence est la France (17%); seul 12% des personnes résident dans un autre pays d'Europe ou sur un autre continent.



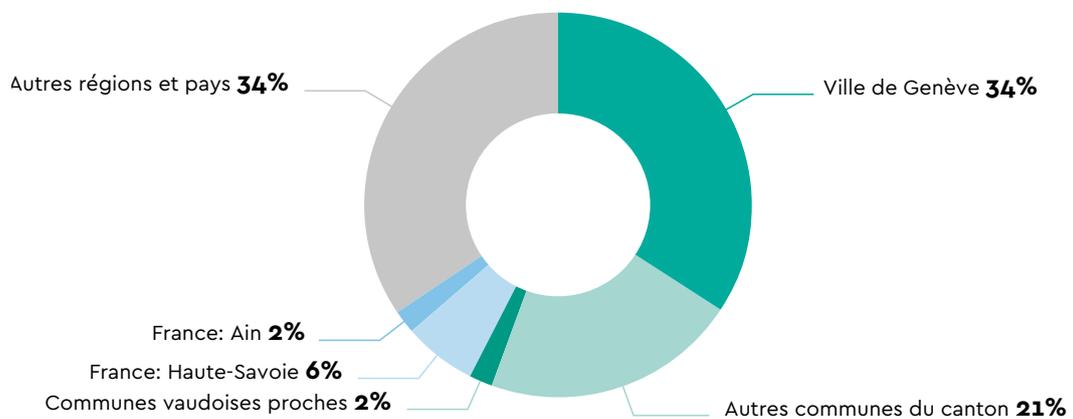
Pays d'habitation



n = 138'739 – données pondérées et non-rép. : 17%

Commune d'habitation

Au niveau régional, on observe qu'il y a plus de résident-e-s en Ville de Genève (34%) que dans d'autres communes du canton (21%); la part de public qui habite en France voisine ou sur une commune vaudoise proche est de 10%.



n = 138'739 – données pondérées et non-rép. : 17%



Focus

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

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

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



1/4 des visiteurs et visiteuses du MEG ont pris part à une activité de médiation^A.

1 personne sur **3^B** a participé à une de ces activités de médiation en dehors du cadre des expositions.

Lors de ces activités, le musée a accueilli :



30% de «Jeunes et Familles»

30% de «Scolaires»

23% de «Tous publics» lors d'événements (*grande manifestation, vernissage...*)

15% d'«Adultes»

563 personnes à besoins spécifiques

188 chercheurs-euses

^A Fréquentation totale n = 167'910; fréquentation des programmes de médiation n = 40'581

^B 32%; n = 13'066

Profil socio-démographique des publics

Le profil du public des programmes de médiation^C se distingue du profil des visiteurs et visiteuses libres, excepté sur la question du genre; pour cette variable, la répartition femmes-hommes est très similaire entre activités de médiation^D (58% de femmes et 42% d'hommes) et visites libres (56% de femmes et 44% d'hommes); dans les deux cas, on dénombre davantage de femmes.



Un public jeune et local

64% du public des activités de médiation est âgé de moins de 20 ans (18% pour les visites libres); les seniors ne sont en contrepartie que 5% (19% pour les visites libres).

89% des participant-e-s aux activités de médiation résident en Suisse et 11% dans d'autres pays.

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

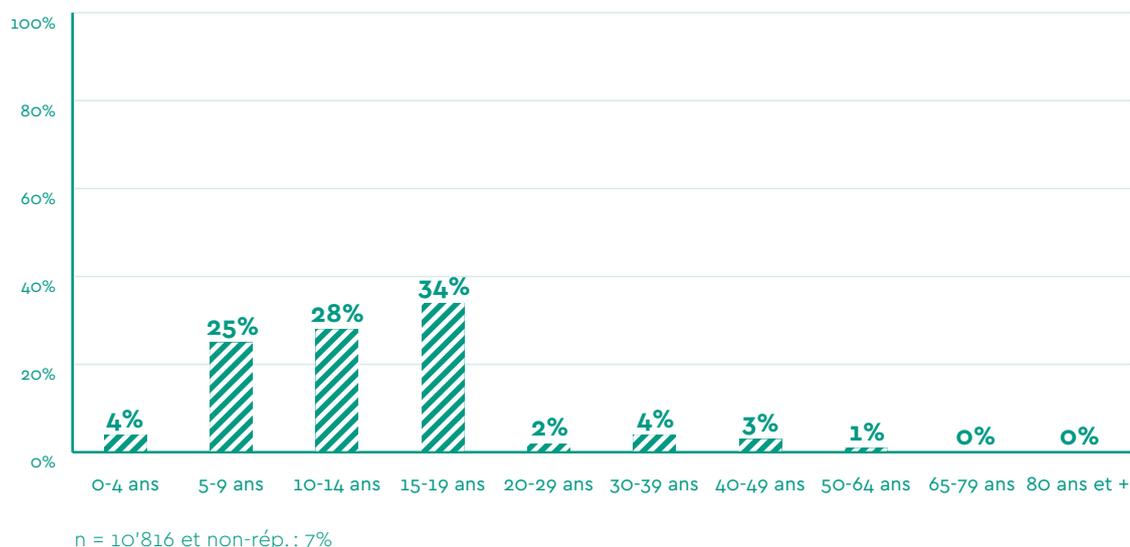


^C La collecte des données lors de visites libres est hebdomadaire (voir Annexe: Méthodologie) tandis que la collecte des données des activités de médiation est exhaustive; ceci explique la différence de taille des échantillons.

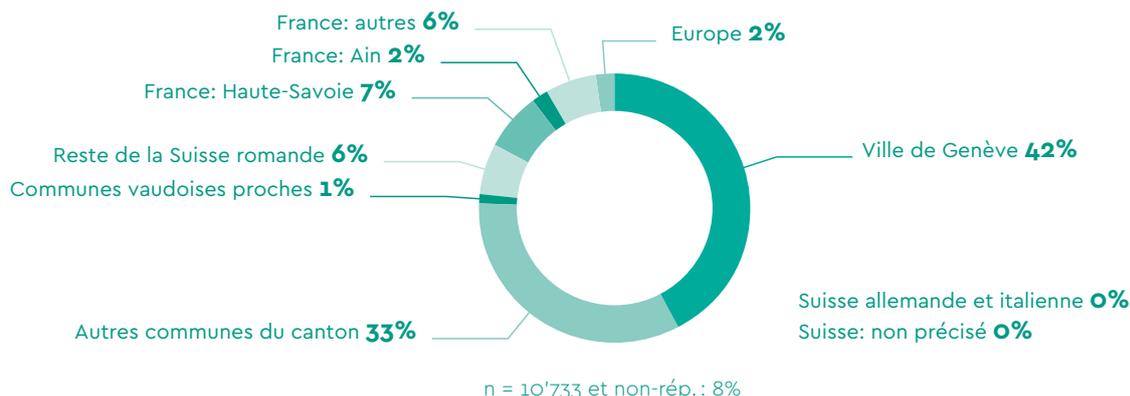
^D Taux élevé de non-réponses sur cette variable (41%), notamment pour les événements lors desquels le genre n'est pas questionné, en raison de l'affluence.

Le public « Scolaires »^E

Des élèves de tous degrés de scolarité sont présent-e-s dans les activités de médiation proposées par le MEG puisqu'on compte des jeunes de 0 à 19 ans, voire des étudiant-e-s plus âgé-e-s. Un tiers des « scolaires » ont entre 15 et 19 ans et suivent assurément une filière de formation post-obligatoire.



Les trois-quarts des scolaires sont issus de classes genevoises (Ville – 42% ou Canton – 33%) mais un quart des classes accueillies provient d'ailleurs, principalement de France voisine (9%), de Romandie (6%) ou d'autres régions de France (6%).

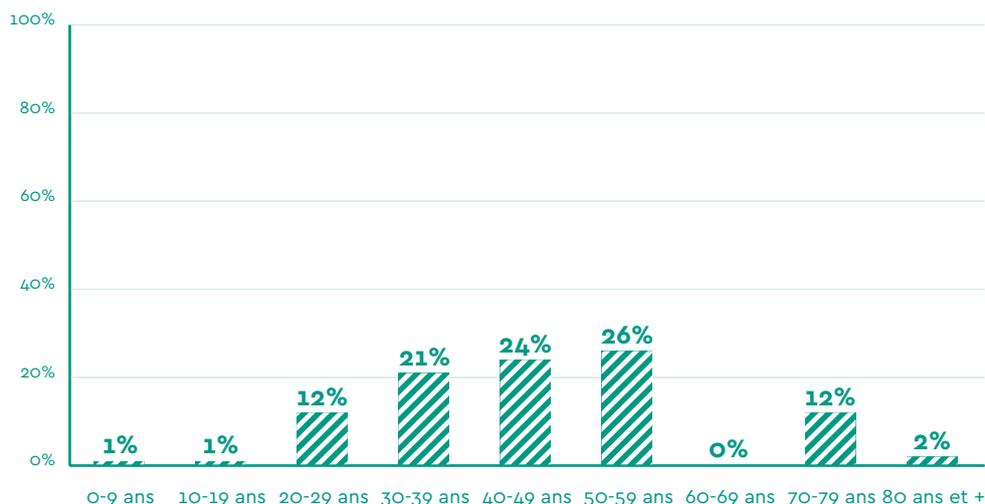


^E Les typologies de publics « Jeunes et Famille » et « Tous publics » font pour l'instant uniquement l'objet d'un décompte de fréquentation; leur profil socio-démographique n'est pas disponible: pour des raisons d'organisation et de ressources internes, il n'est pas possible pour l'instant de questionner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

Le public « Adultes » des activités de médiation

65% des adultes ont pris part à une visite commentée dans le cadre des activités de médiation de l'exposition en cours, tandis que 35% des adultes ont participé à une activité qui, en revanche, ne se déroulait pas dans l'exposition elle-même (en assistant par exemple à une conférence, une projection, un ciné-dimanche, etc.^F)

1 adulte sur 2 est âgé de 40 à 59 ans.



n = 3'757 et non-rép.: 37%

^F Actuellement, les privatisations du Musée sont comptées dans cette typologie de publics « Adultes ».

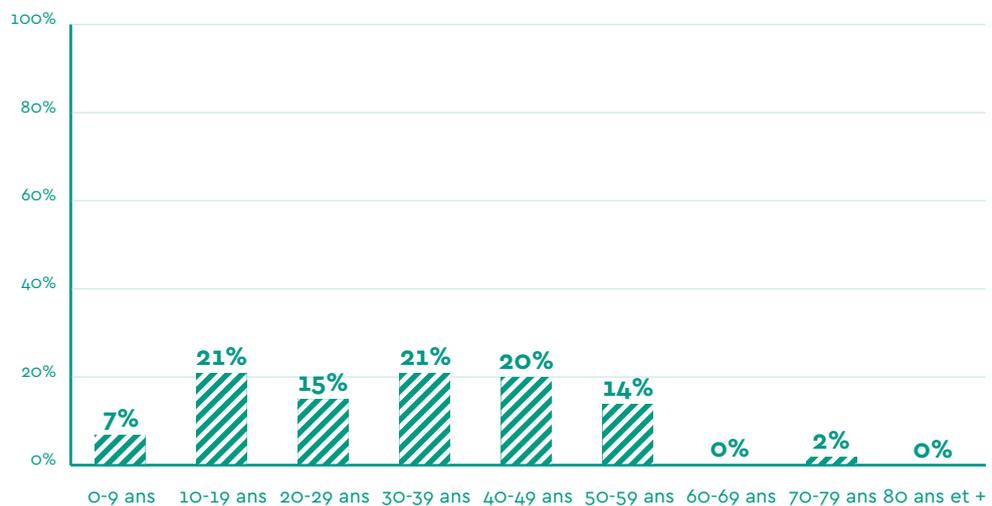
Le public des « personnes à besoins spécifiques »

Les musées de la Ville de Genève s'engagent activement pour favoriser l'accès de leurs lieux 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.

64% sont des femmes

81% résident en Ville de Genève et 9% dans les autres communes du canton.

Près de **1** personne sur **3** ayant bénéficié d'un de ces programmes de médiation culturelle a moins de 20 ans.



n = 522 et non-rép. : 7%

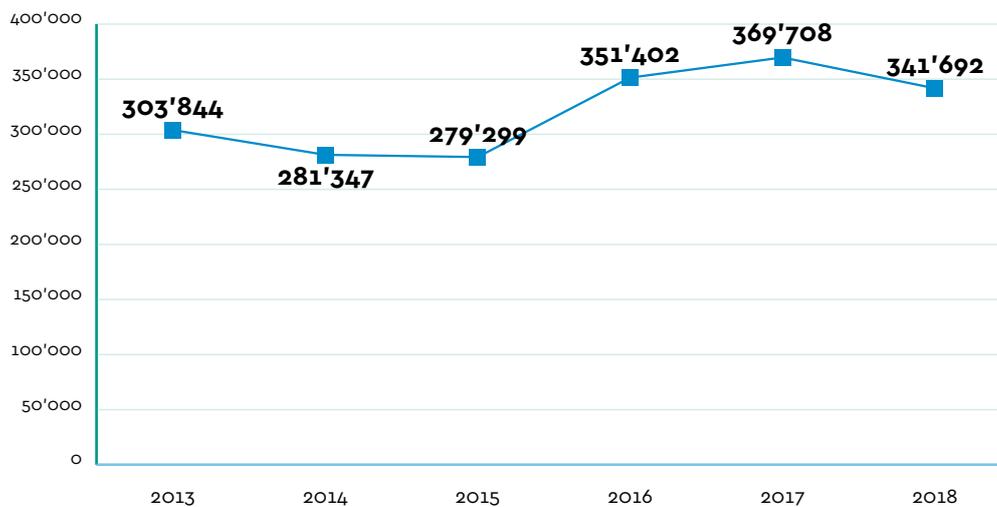
Muséum-Genève

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 a oscillé entre 280'000 et 370'000 visites selon les années depuis 2013. Elle s'élève à 341'692 visites en 2018

Evolution de la fréquentation annuelle



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

Muséum d'histoire naturelle

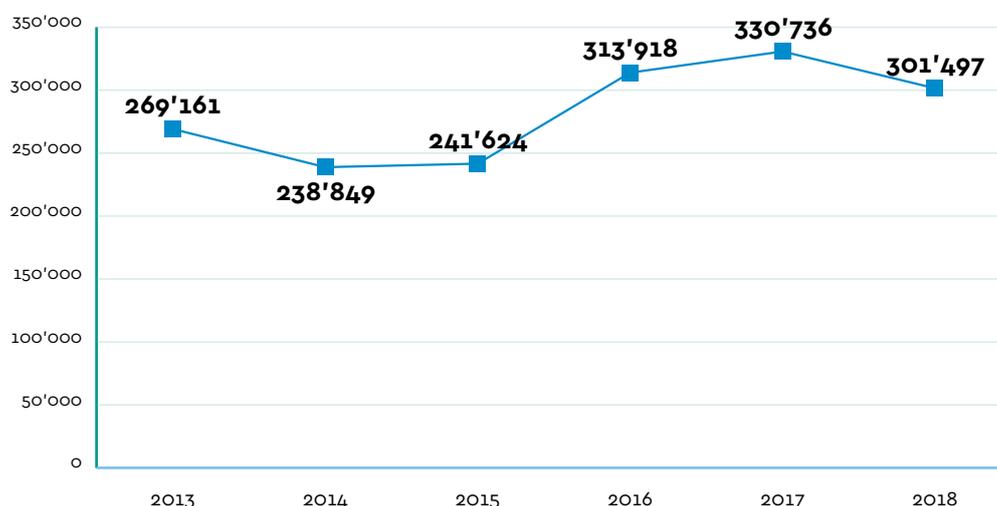
Fréquentation

La fréquentation annuelle du site du Muséum d'histoire naturelle est de 301'497 visites en 2018. Comme c'est le cas dans les autres institutions, elle fluctue selon les ans ; l'affluence a été très élevée en 2016 et tout particulièrement en 2017, qui sont les années « anniversaire » des 50 ans de l'institution.

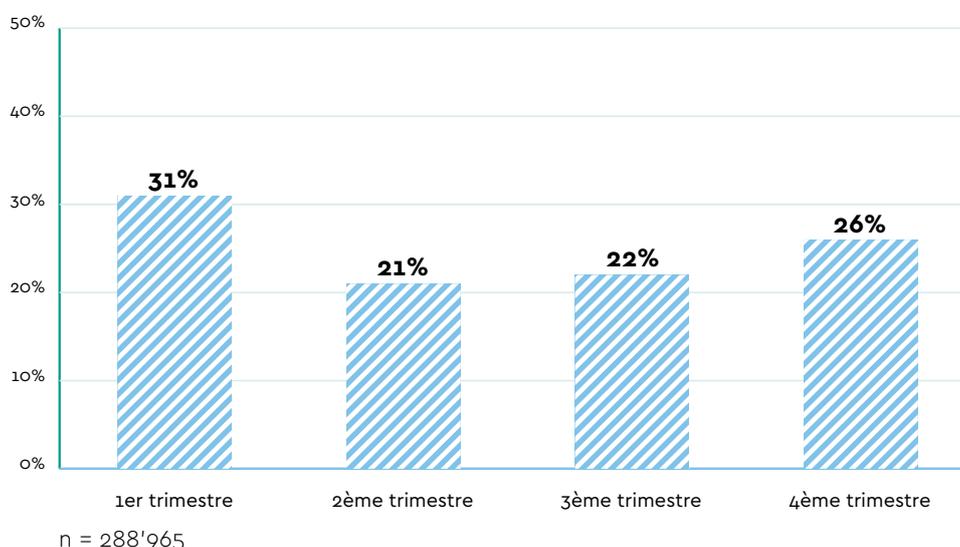
Le 1^{er} trimestre 2018 a connu la plus grande affluence, avec 31% de visites sur cette période de l'année. Sinon l'évolution de la fréquentation mensuelle varie entre 6% à 11% selon les mois ce qui correspond à une affluence de 16'000 à 33'000 visites par mois.

Tel qu'on l'a observé en 2017, le dimanche est le jour le plus fréquenté, le musée accueillant près d'un quart des visiteurs et visiteuses ce jour-là (24%). Les autres jours de la semaine, ces taux de fréquentation sont de 14% à 16%.

Evolution de la fréquentation annuelle

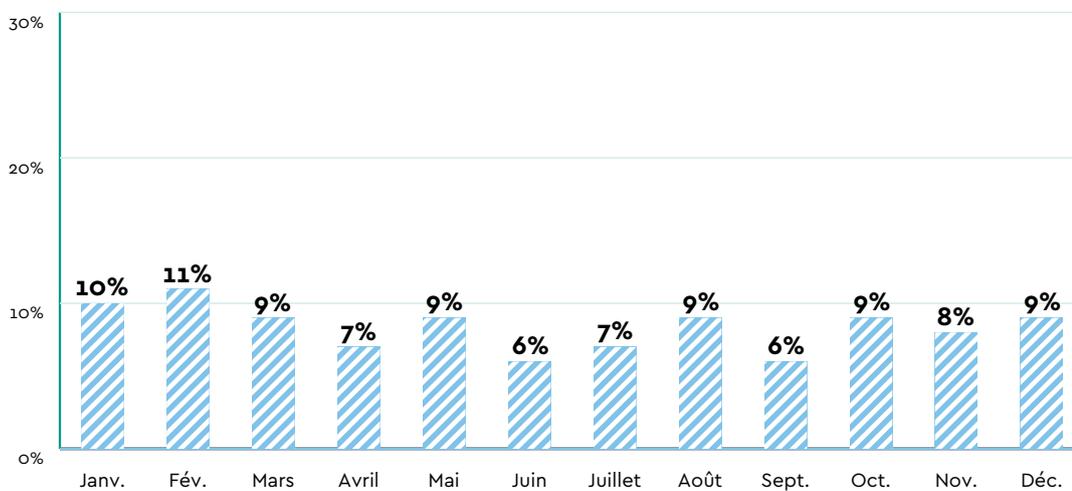


Fréquentation par trimestre¹⁸



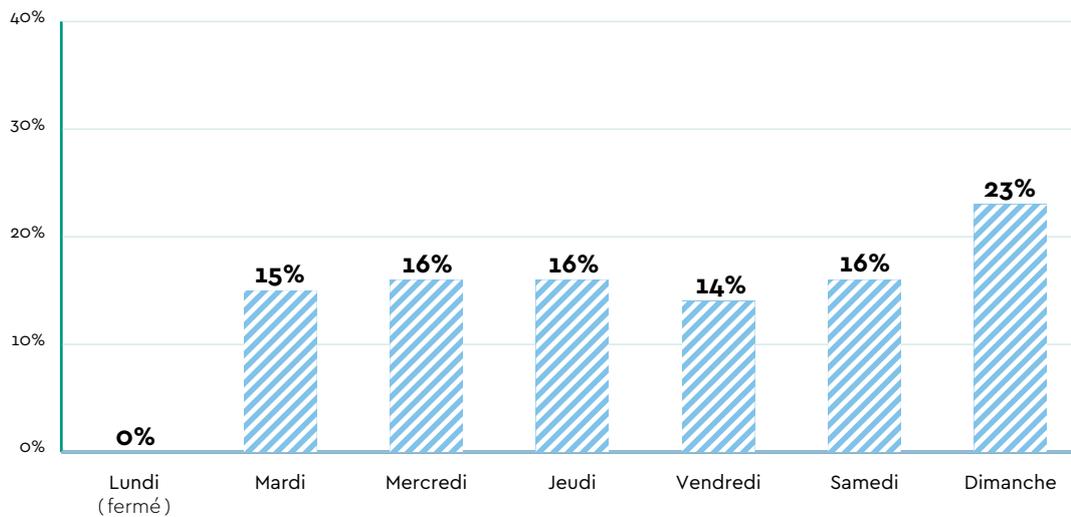
¹⁸ n = 288'965 – Dans quelques musées, le nombre total de visites considéré pour les distributions de fréquentations par trimestre, mensuelle ou hebdomadaire est différent de la fréquentation totale de l'institution (voir Fréquentation 2018). Cela provient du fait que certains événements ou activités (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 = 288'965

Fréquentation hebdomadaire

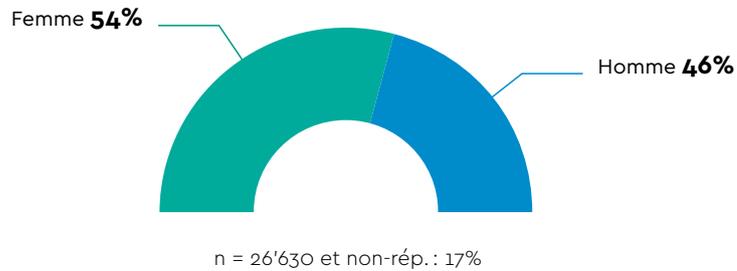


n = 288'965

Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

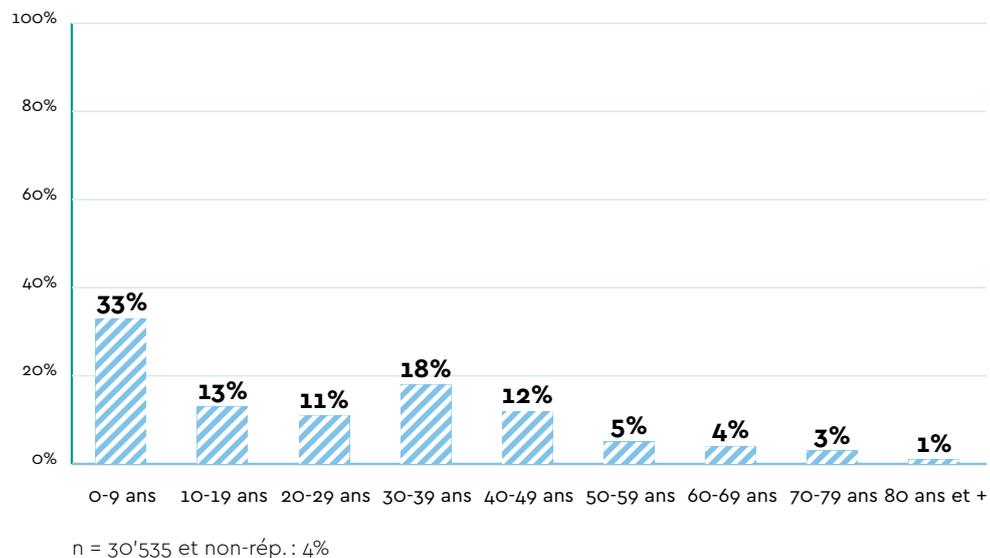
Genre

Au Muséum d'histoire naturelle, la part du public féminin est de 54%.



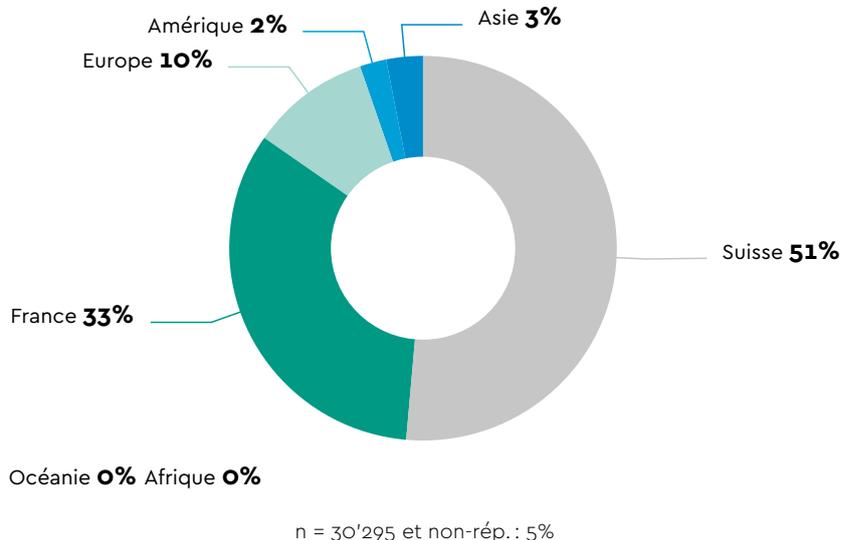
Classes d'âge

En 2018, la proportion de jeune public au sein de ce musée reste très élevée, soit 46% des visiteurs et visiteuses ont moins de 20 ans, dont 33% d'enfants de moins de 10 ans. Les seniors ne représentent en revanche que 8% du public.

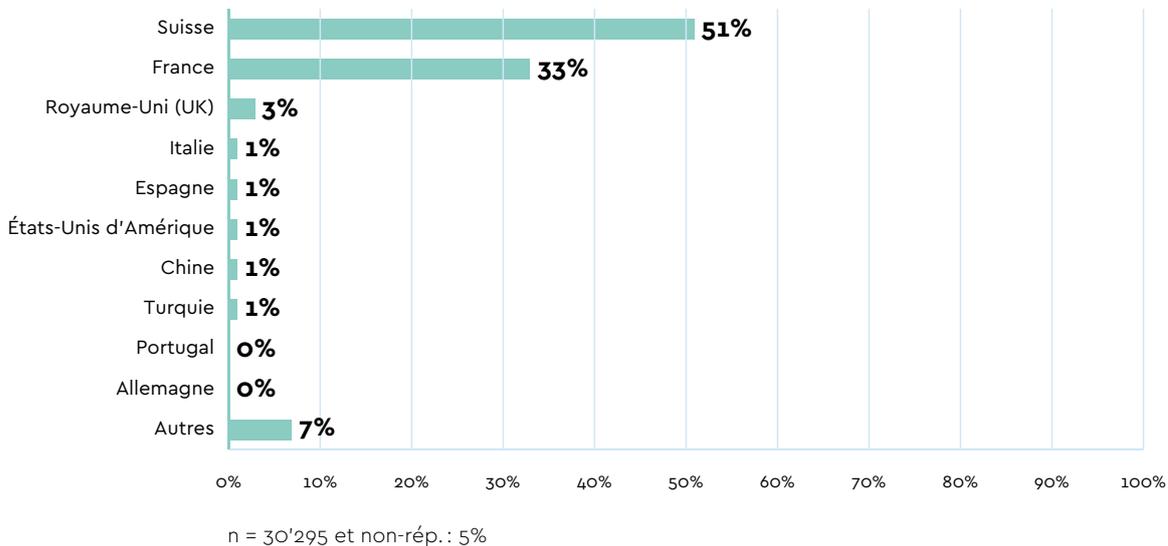


Région du monde d'habitation

Un-e visiteur-teuse sur deux habite en Suisse (51%), ce taux a toutefois diminué par rapport à 2017 où cette part atteignait 60%. Le public résidant en France constitue la seconde provenance la plus représentée dans cette institution (33%).

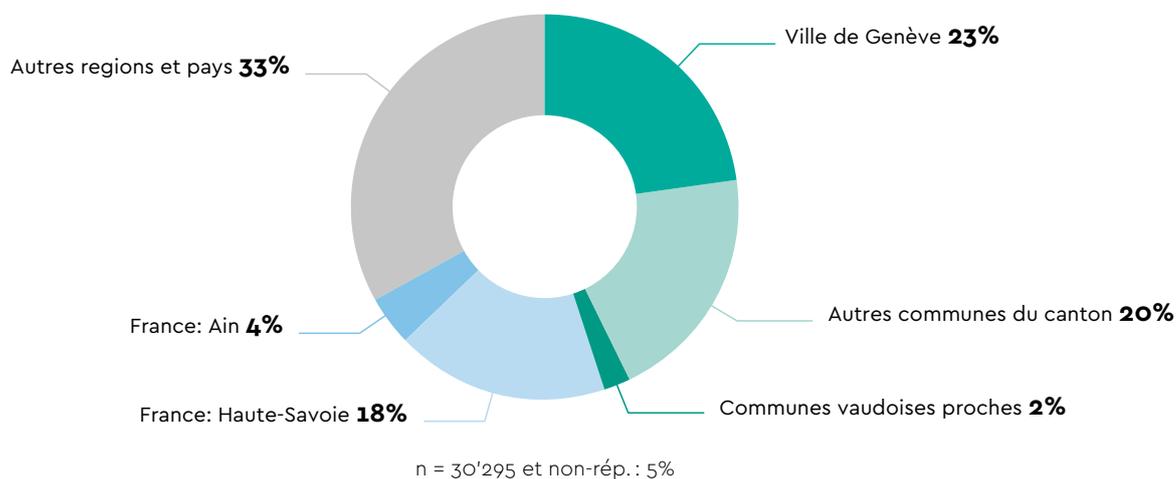


Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



Commune d'habitation

A une échelle régionale, on compte une proportion relativement semblable de résident-e-s en Ville de Genève (23%) et de résident-e-s dans d'autres communes du canton (20%). Il est à noter qu'en 2018, la part du public de Haute-Savoie atteint 18%, contre 12% en 2017.



Concernant le genre et l'âge des visiteurs et visiteuses, les données 2018 confirment les tendances observées les années précédentes.

Musée d'histoire des sciences

Fréquentation

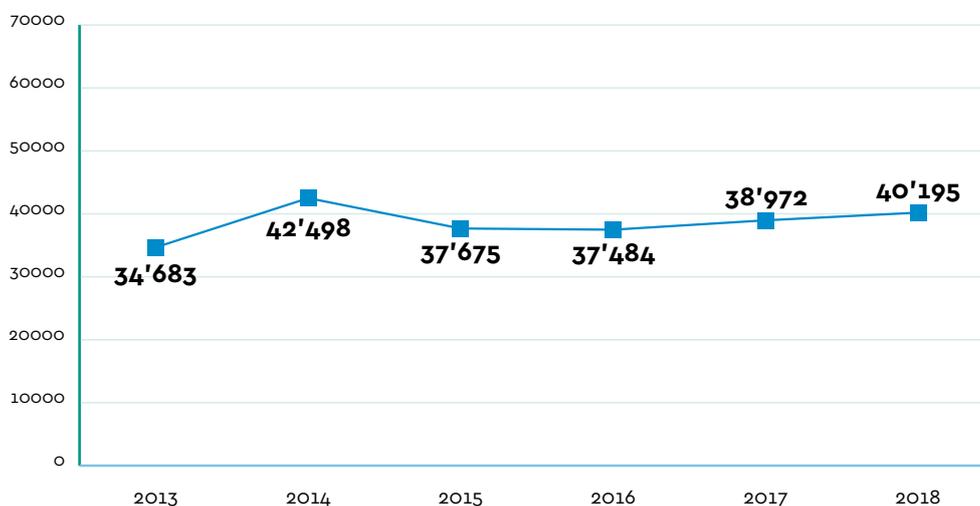
La fréquentation du Musée d'histoire des sciences en 2018 est de 40'195 visites.

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.¹⁹

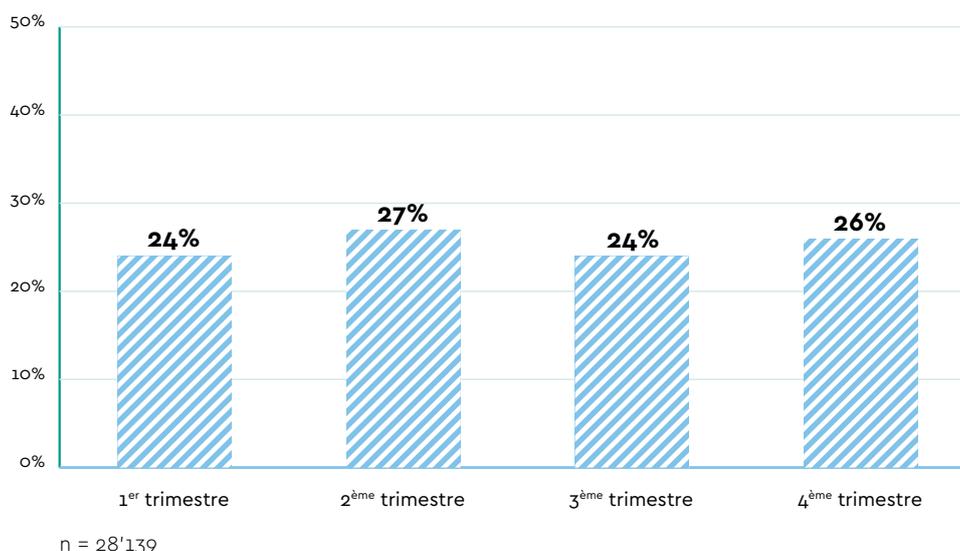
L'affluence est relativement stable selon les trimestres de l'année (24% à 27%). Elle varie selon les mois, de plus de 1'700 visites en janvier et décembre à près 2'900 visites en juin et octobre.

L'institution connaît sa fréquentation la plus importante le dimanche, jour qui accueille 23% du public hebdomadaire. Les autres jours de la semaine, on dénombre entre 13% et 17% de visites.

Evolution de la fréquentation annuelle



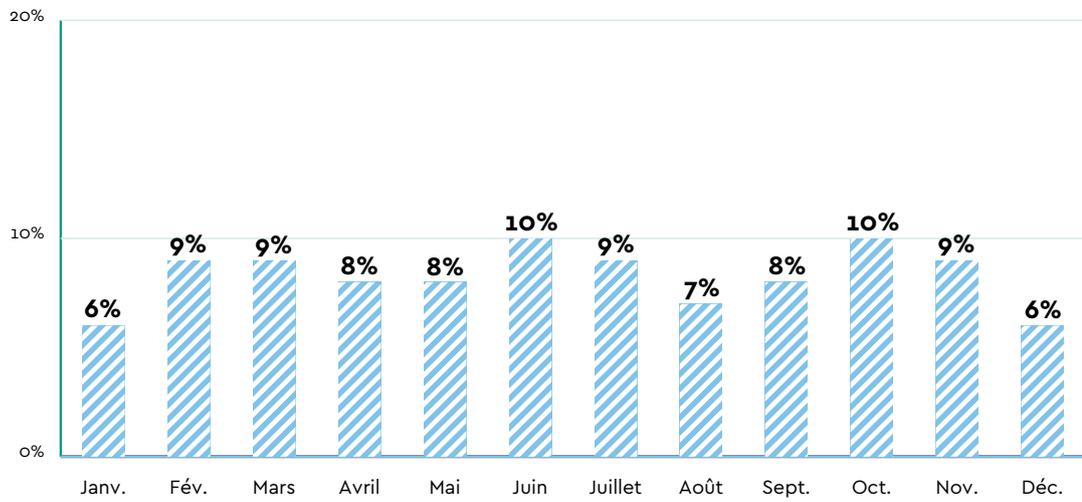
Fréquentation par trimestre²⁰



¹⁹ La Nuit de la science se déroule les années paires ; la fréquentation est actuellement estimée à 10'000 visites par édition.

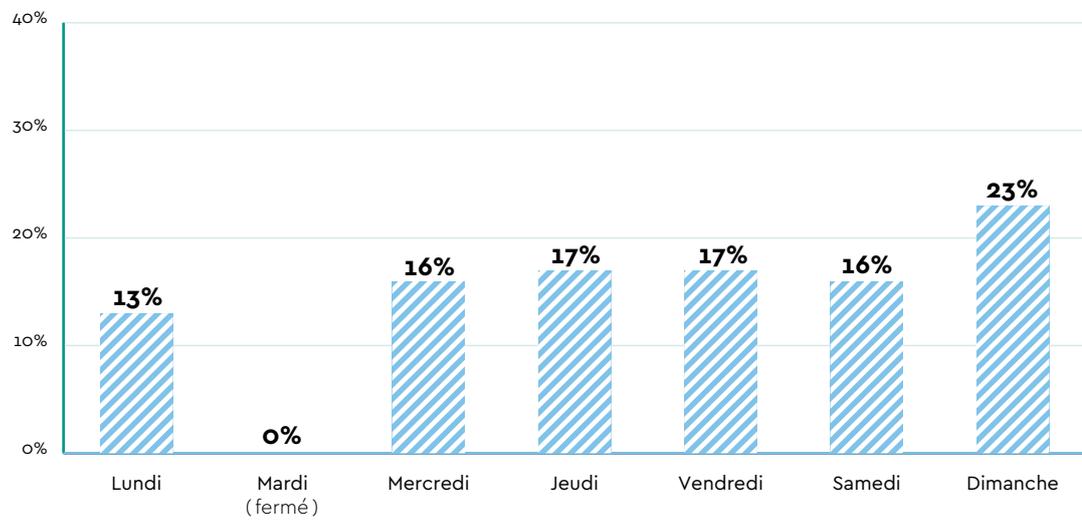
²⁰ n = 28'139 – Dans quelques musées, le nombre total de visites considéré pour les distributions de fréquentations par trimestre, mensuelle ou hebdomadaire est différent de la fréquentation totale de l'institution (voir Fréquentation 2018). Cela provient du fait que certains événements ou activités (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 = 28'139

Fréquentation hebdomadaire

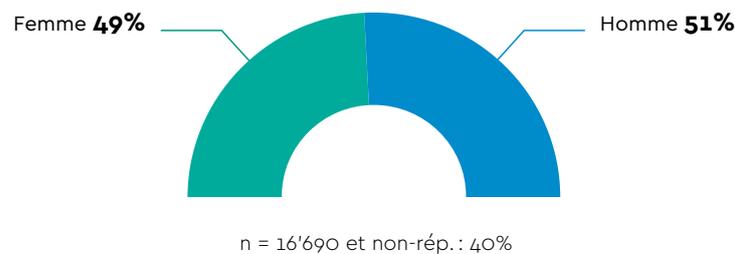


n = 28'139

Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

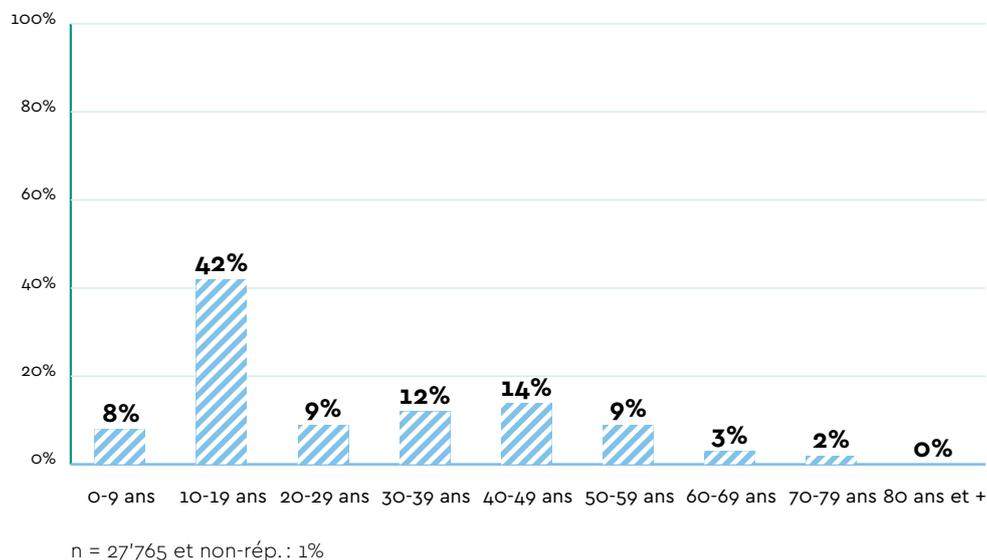
Genre

Les publics féminins et masculins sont représentés à part quasiment égale au Musée d'histoire des sciences, soit respectivement 49% et 51%²¹.



Classes d'âge

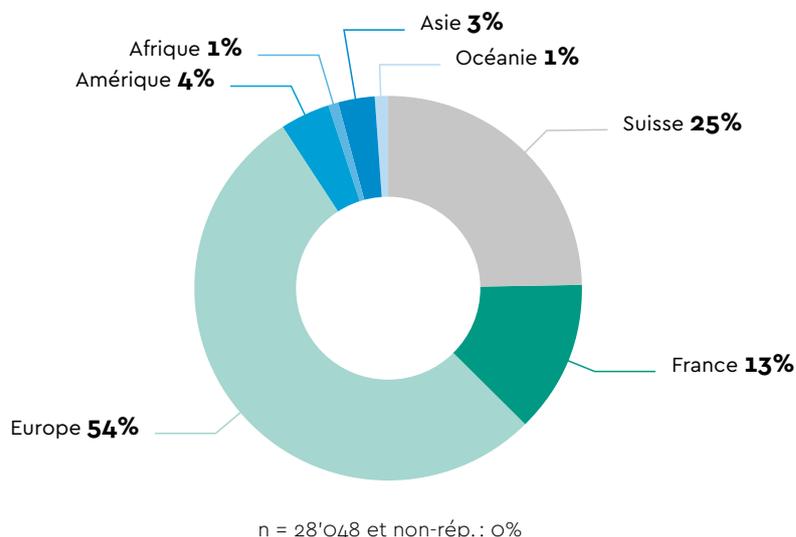
La proportion de jeune public de moins de 20 ans au sein de ce musée reste très élevée, soit une personne sur deux, mais contrairement au Muséum d'histoire naturelle, ce ne sont pas les enfants de moins de 10 ans qui sont les plus nombreux mais la tranche d'âge des 10-19 ans (42%). Rappelons que le musée accueille très régulièrement des groupes de jeunes étudiant-e-s du Royaume-Uni qui visitent différentes institutions scientifiques de la région, dont le Musée d'histoire des sciences. Les seniors ne représentent en revanche que 5% du public.



²¹ On note un taux de non-réponse élevé sur cette variable, 40%, il provient principalement des formulaires R-groupe, pour lequel la saisie du genre des enfants n'est pas disponible ici.

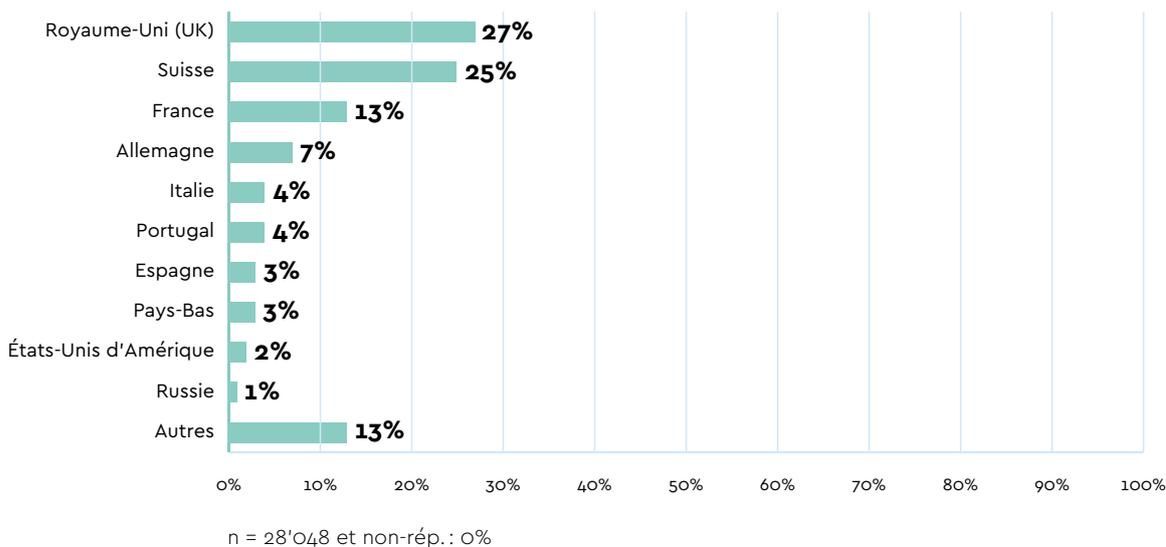
Région du monde d'habitation

On dénombre un quart de résident-e-s suisses (25%) et deux-tiers de résident-e-s européens (67%), dont 13% domiciliés en France. La part du public en provenance des autres continents confondus n'est que de 9%.



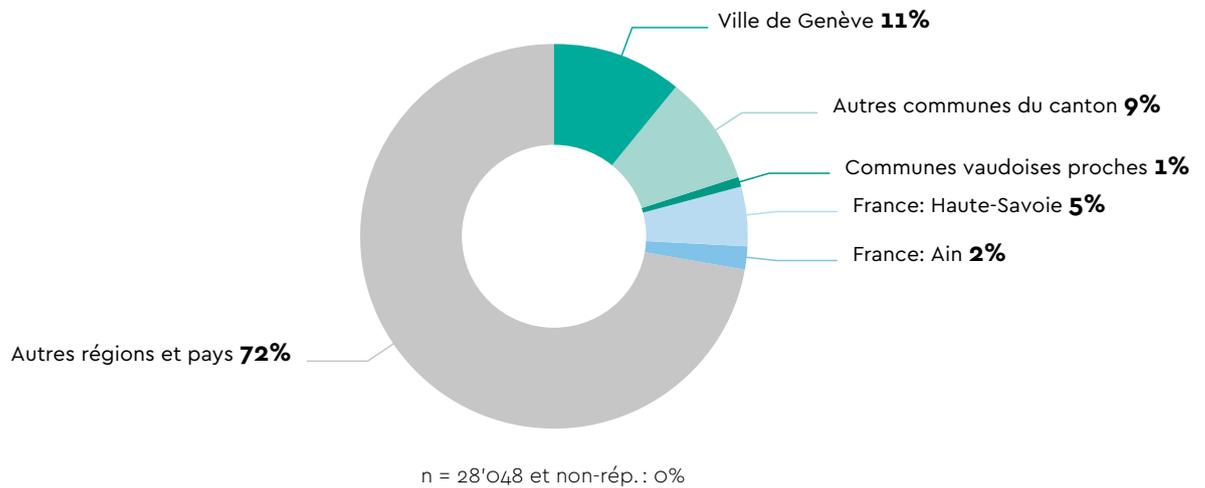
Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés

En 2018, au Musée d'histoire des sciences, le Royaume-Uni reste le pays le plus représenté au niveau de la provenance du public (27%), ceci comme on l'a noté plus haut, en lien avec les visites des jeunes étudiant-e-s qui font un circuit de diverses institutions scientifiques en Romandie ; la Suisse (25%) est le second pays.



Commune d'habitation

La part du public qui habite en Ville de Genève s'élève à 11% et celle résidant dans d'autres communes à 9%; 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 28%.



Les données 2018 confirment les tendances observées les années précédentes.

Conservatoire et Jardin botaniques

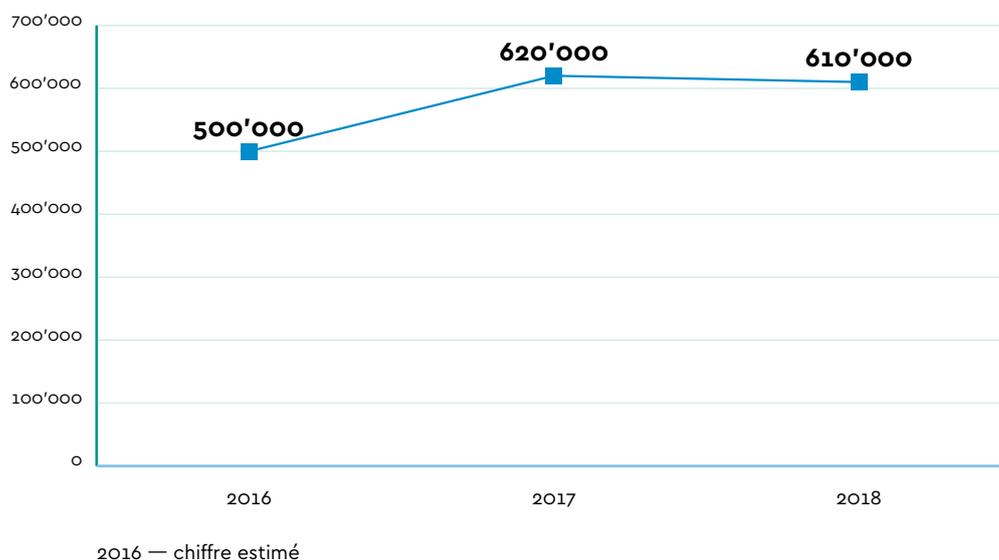
Fréquentation

La fréquentation des Conservatoire et Jardin botaniques est de 610'000 visites en 2018²².

Les 2^e et 3^e trimestres de l'année rencontrent la plus grande affluence, le site accueille respectivement 34% et 33% des visiteurs durant ces périodes du printemps et de l'été, contre 14% le 1^{er} trimestre et 18% le 4^e trimestre. Cette tendance est corroborée par l'analyse de la fréquentation mensuelle : elle est la plus élevée des mois d'avril à octobre, durant ces mois, on dénombre de 63'000 à près de 79'000 visites.

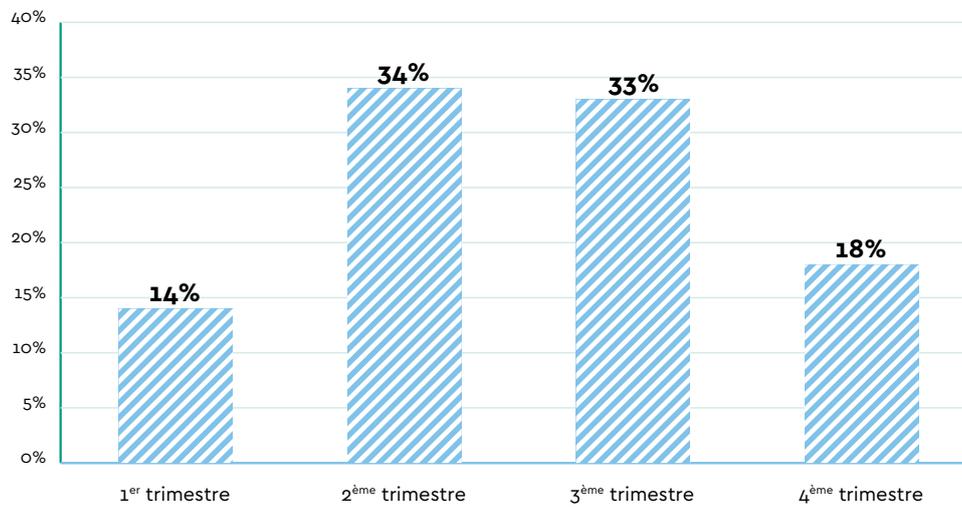
Le dimanche reste le jour de la semaine le plus fréquenté aux Conservatoire et Jardin botaniques (23%), comme c'est le cas dans les autres musées du DCS ; la fréquentation du samedi est de 15%, et de 12 à 13% du lundi au vendredi.

Evolution de la fréquentation annuelle



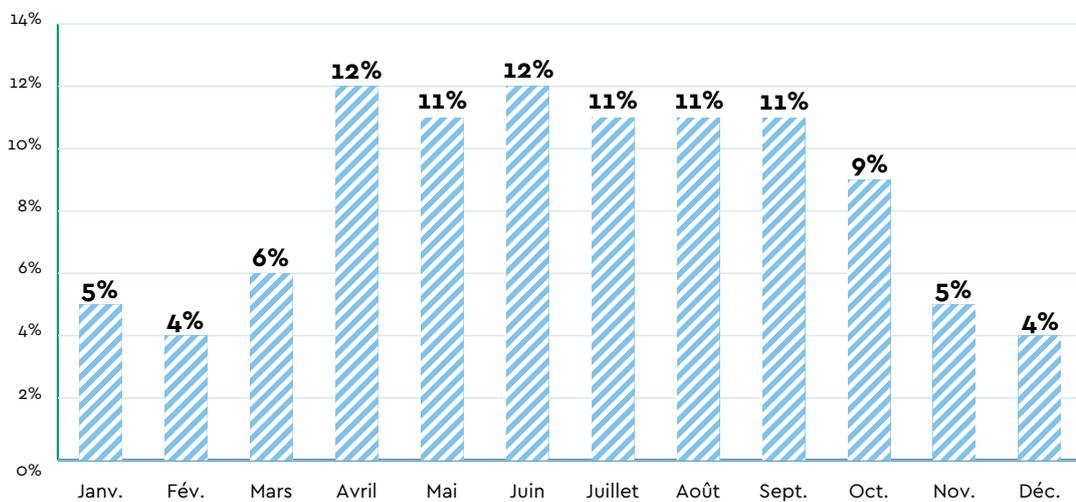
²² Rappelons que des bornes de comptage ont été installées aux entrées du site en septembre 2016 ; auparavant la fréquentation annuelle était basée sur une estimation.

Fréquentation par trimestre



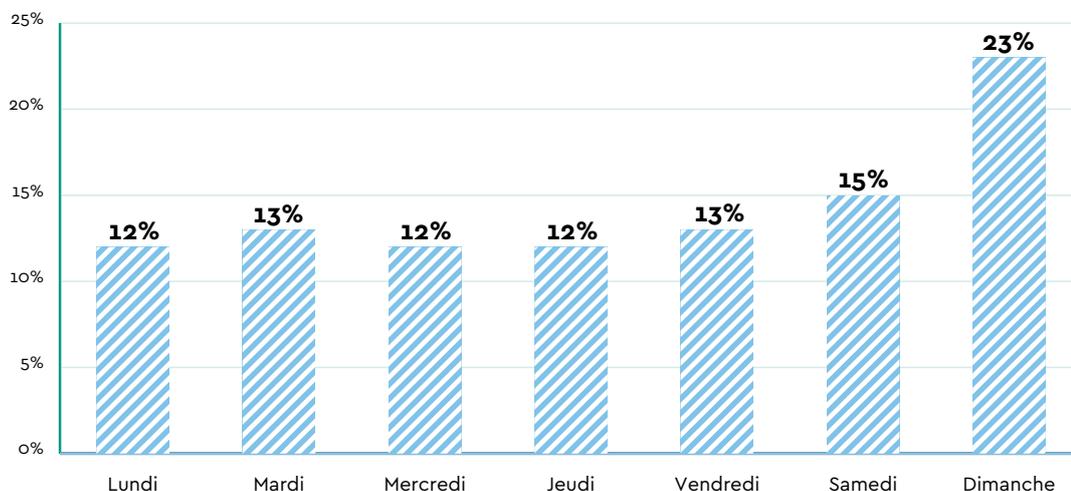
n = 610'000,
correction faite des déplacements des collaborateur-trice-s / n= 674'260

Fréquentation par mensuelle



n = 610'000,
correction faite des déplacements des collaborateur-trice-s / n= 674'260

Fréquentation hebdomadaire

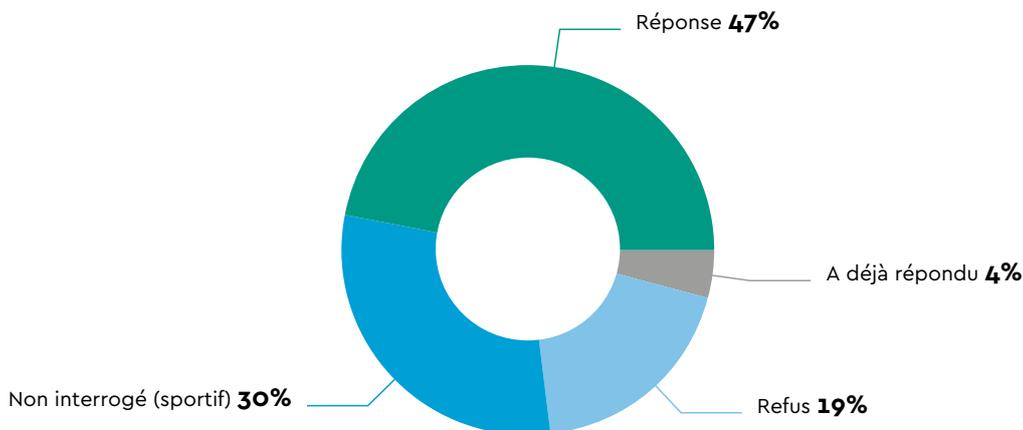


n = 610'000,
correction faite des déplacements des collaborateur-trice-s / n= 674'260

Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

En 2018²³, l'enquête sur le profil des visiteurs et visiteuses des Conservatoires et Jardin botaniques a porté sur 6'421 personnes. Près de la moitié des personnes (47%) ont répondu à l'enquêteur-trice. Comme constaté lors des premières collectes de données en 2017, le taux de refus est plutôt élevé et est de 19%. Rappelons que les sportif-ve-s qui entrent dans le jardin ne sont pas interrogé-e-s, faute de temps à consacrer au questionnaire ; ils ne sont donc pas intégrés dans les analyses ci-après, toutefois pour ce public, les enquêteur-trice-s consignent l'information sur le genre.

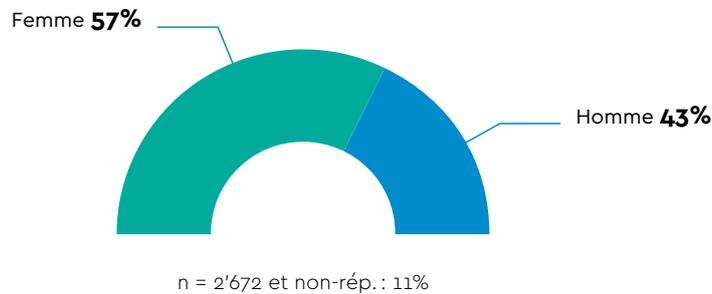
Taux de répondant-e-s



²³ En 2017, pour la première fois depuis le début du projet Connaissance des publics, un musée en plein-air a participé au processus de collecte de données R (voir Annexe musées: Méthodologie). Deux questions supplémentaires ont été ajoutées (R+): la première porte sur la-les raison-s principale-s de la visite et la seconde sur le code postal du lieu de travail. L'idée est de rester sur un format d'enquêtes très court tout en qualifiant la visite avec des informations utiles à mieux connaître le profil du public de l'institution.

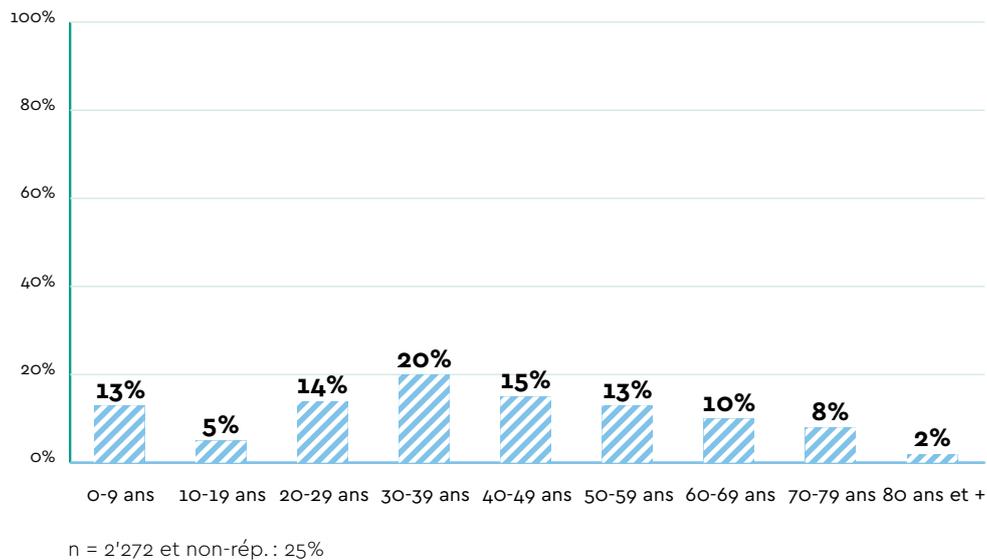
Genre

La part du public féminin est légèrement plus importante, soit 57% de femmes contre 43% d'hommes²⁴.



Classes d'âge

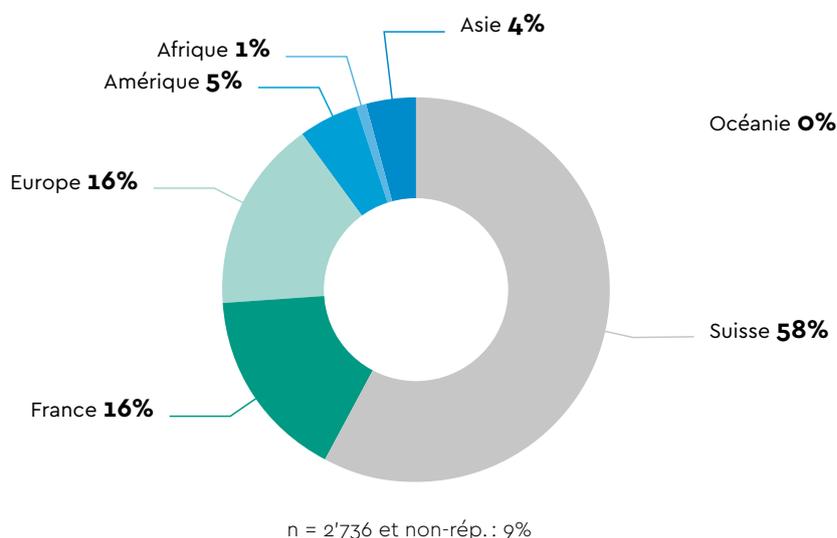
Les données 2018 selon l'âge confirment la distribution observée en 2017. La proportion de jeunes de moins de 20 ans aux Conservatoire et Jardin botaniques est de 18% et celle de seniors de plus de 60 ans de 20%. Les adultes de 20 à 59 ans constituent 62% du public.



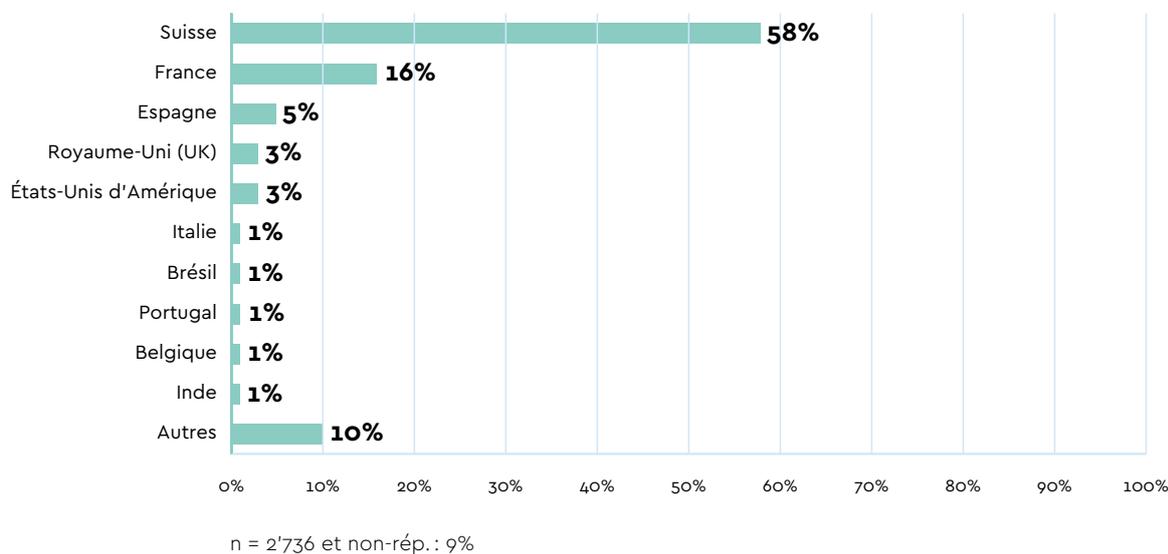
²⁴ Les analyses sur le profil de base des visiteurs et visiteuses portent uniquement sur les personnes interrogées (comme c'est le cas dans les autres musées).

Région du monde d'habitation

Le profil de provenance des visiteurs et visiteuses est confirmé en 2018 : 58% du public réside en Suisse et 42% est domicilié à l'étranger ; parmi le public de l'étranger, 32% vient d'Europe, dont la moitié de France (16%), et 10% des personnes résident hors d'Europe.

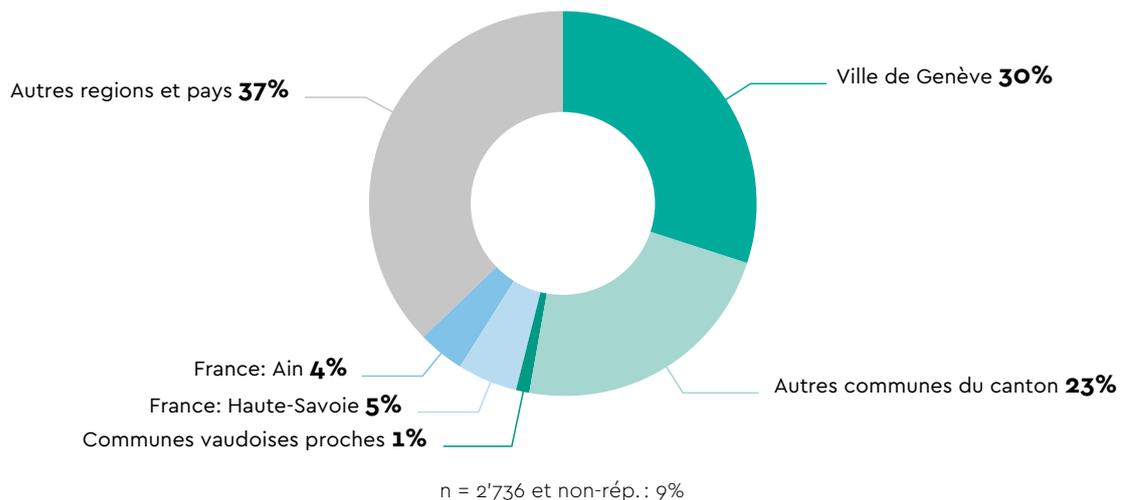


Pays d'habitation – les 10 pays les plus représentés



Commune d'habitation

Si, comme on l'a observé en 2017, plus de moitié du public réside sur le territoire du canton de Genève (53%), la proportion de résident-e-s d'autres communes du canton est plus importante en 2018, elle est de 23% contre 16% en 2017. 10% 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

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.

L'analyse sur les motifs principaux de visite inclut dans le premier tableau les sportif-ve-s qui ne sont pas interrogé-e-s directement; le deuxième tableau présente les données sans les sportif-ve-s.

Les activités sportives représentent 45% des motifs de visite (contre 32% en 2017). Les sportif-ve-s continuent à représenter une part importante du public du site. La promenade, la flânerie et la détente sont les secondes raisons de visite du lieu et concernent 36% du public. La qualité et la beauté des lieux et les motifs touristiques sont cités à part égale, soit respectivement 21% et 20% des réponses. Enfin 8% des personnes citent les plantes du jardin et collections vivantes et 7% les animaux du jardin comme motif premier de visite²⁵.

Si l'on écarte les sportif-ve-s de l'analyse, alors les répondant-e-s déclarent pour près de deux-tiers d'entre eux (63%) venir pour se promener, flâner, se détendre. La qualité et beauté des lieux et le tourisme sont des raisons de visites citées par plus d'un tiers des personnes interrogées (36%). Les plantes du jardin et les collections vivantes ainsi que les animaux sont cités par 13% du public. Enfin 9% des personnes disent traverser uniquement le jardin pour se rendre d'un lieu à un autre.

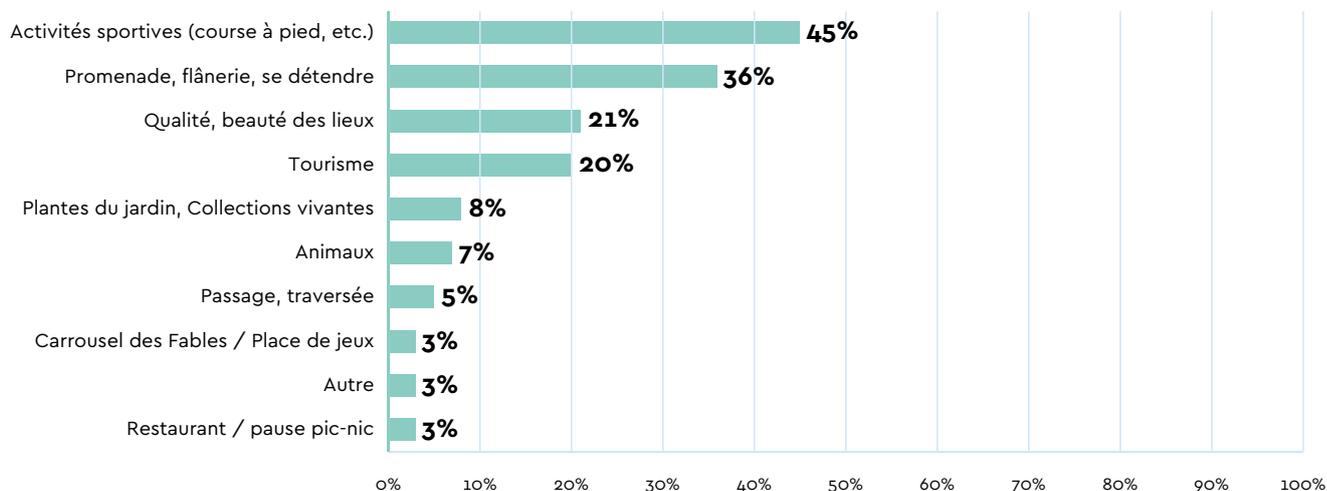
Ce second graphique de la distribution des «raisons de visite», sans les «sportif-ve-s», est très similaire au premier graphique^{26 27}.

²⁵ Les premières données en 2017, qui portaient sur 7 mois, sont confirmées sur une année complète de collecte de données en 2018.

²⁶ Comme les répondant-e-s ont la possibilité de donner plusieurs réponses, 5% d'entre eux mentionnent venir également pour pratiquer des activités sportives sur le site.

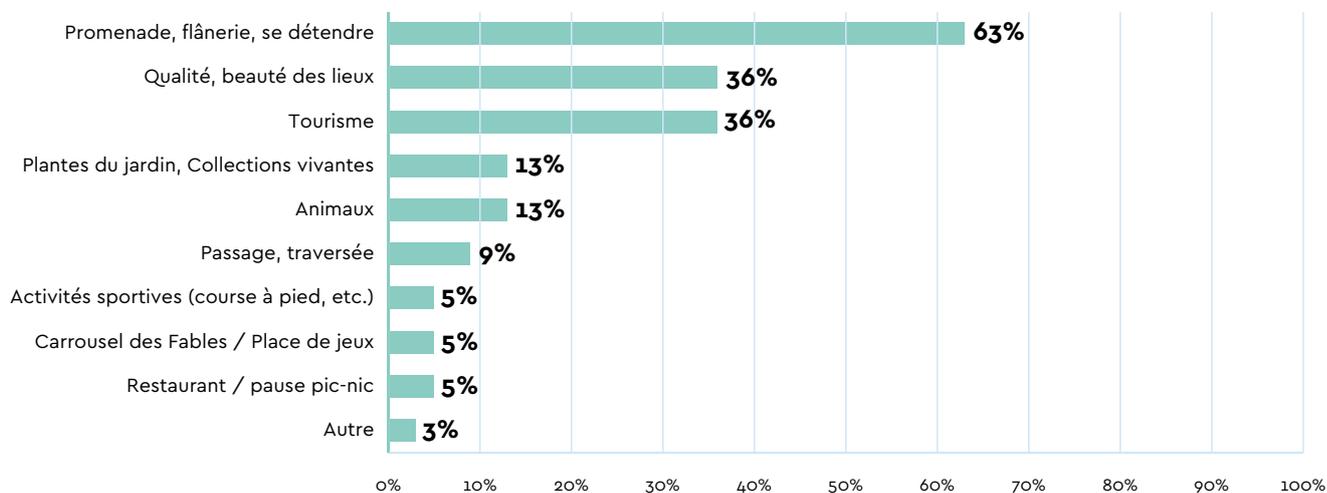
²⁷ Les expositions ne sont pas citées par les répondant-es-s. On peut supposer que cela est dû au fait qu'il n'y a pas eu de nouvelles expositions en 2018, celles du Bicentenaire ayant été prolongées pour une année supplémentaire. Le profil des répondant-es-s, en grande majorité issu-e-s de la région, laisse penser que ces expositions ont été majoritairement visitées en 2017, année des 200 ans de l'institution.

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



n = 4'287 répondant-e-s,
plusieurs réponses possibles et non-rép. : 13,5%

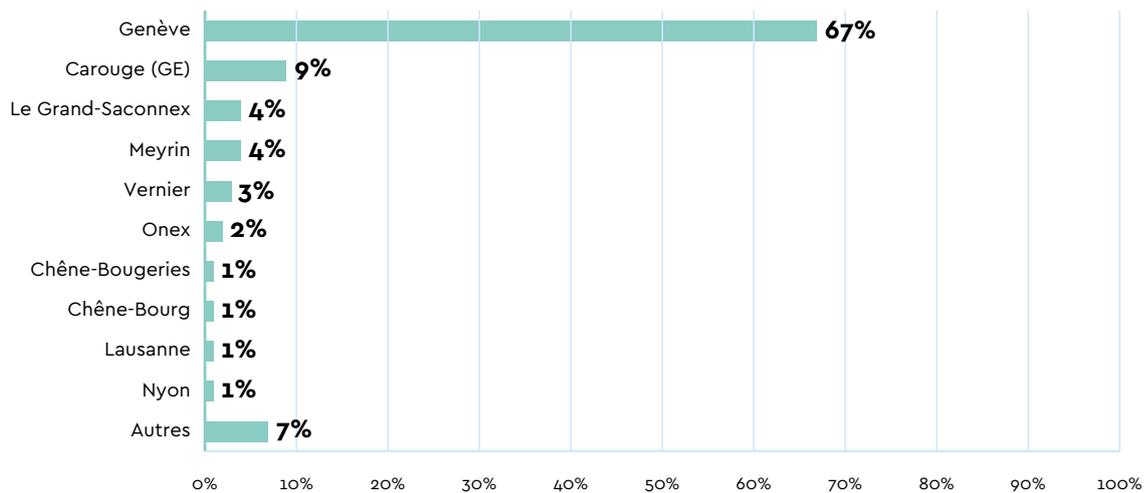
Raison(s) principale(s) de la visite aujourd'hui – sans les sportif-ve-s non interrogé-e-s



n = 2'439 répondant-e-s,
plusieurs réponses possibles et non-rép. : 19%

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

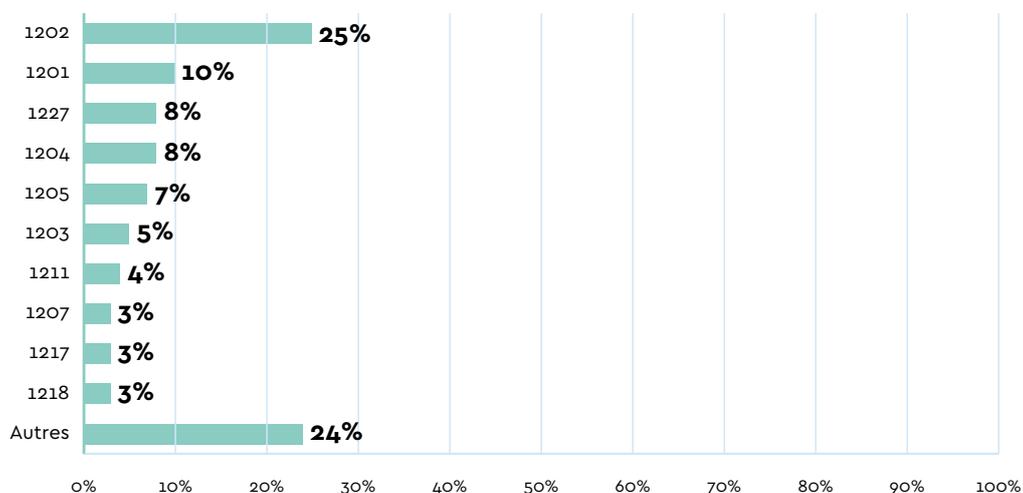
L'analyse sur le code postal de la commune de travail des visiteurs et visiteuses²⁸ montre que globalement les deux-tiers (67%) travaillent sur la commune de la Ville de Genève; en 2017, ce chiffre s'élevait à 74%. Le taux de non réponses à cette question est important puisque les personnes doivent être actives professionnellement et que le code postal du lieu de travail n'est demandé qu'aux répondant-e-s de Suisse et France voisine.



n = 722 répondant-e-s, non-rép.: 50%

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

Si on considère le code postal à proprement parlé, un quart des répondant-e-s (25%) déclarent travailler dans le secteur du jardin (secteur «1202» Sécheron-Pâquis); le second secteur le plus cité (10%) est le secteur 1201 (Pâquis – gare) qui est aussi un quartier proche du jardin. Sont cités ensuite le secteur 1227 (Carouge-Acacias) et le secteur 1204 (Vieille ville et centre), chacun par 8% des visiteurs et visiteuses.



n = 771 répondant-e-s, non-rép.: 46%

²⁸ L'idée initiale étant de déterminer dans quelle mesure le public qui visite le jardin travaille ou non à proximité.



Focus

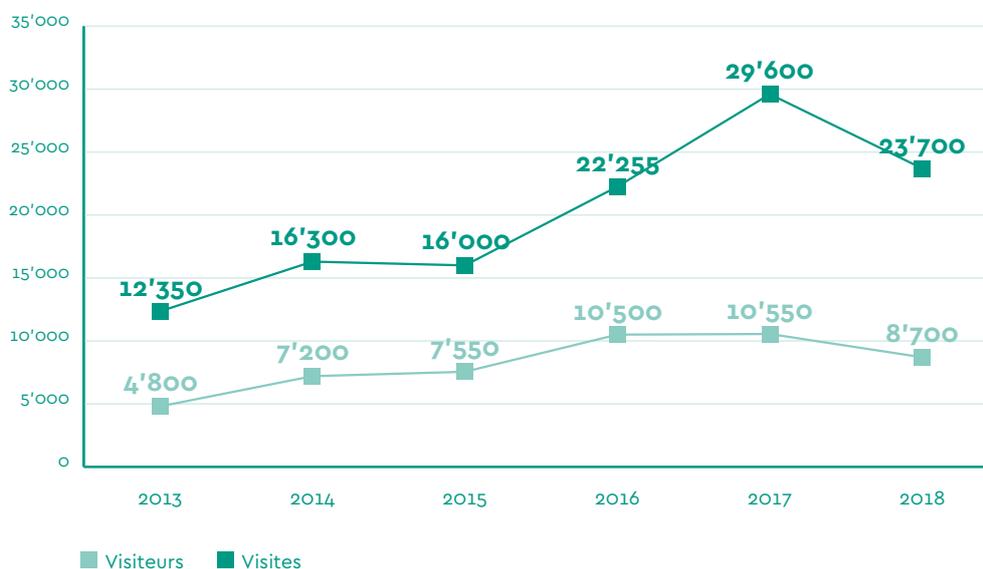
Fréquentation de la Nuit des musées 2013-2018

A Genève, la première édition de la Nuit des musées a eu lieu en 2013 ; elle s'articule chaque année autour d'une thématique différente.

6^e édition en 2018

30 institutions partenaires^A

De 5'000 à 10'000 participant-e-s selon les éditions
29'600 visites à la Nuit des musées 2017, année record



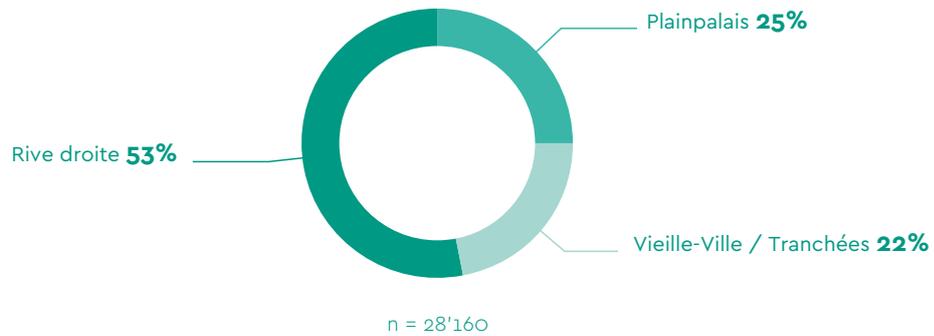
Entre 18% et 24% des visiteurs et visiteuses sont des jeunes de moins de 18 ans (2016-2018).

^A Institutions muséales publiques et privées.

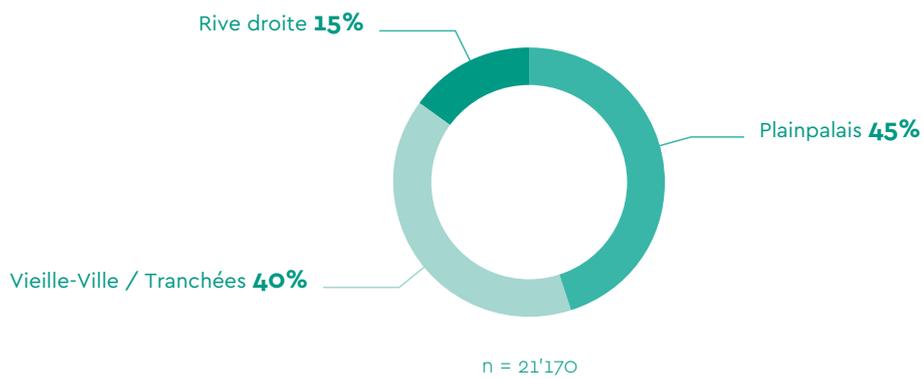
Une nuit, plusieurs quartiers

On relève une forte affluence dans les institutions de la rive droite en 2017 (dont 6'000 visites aux Conservatoire et Jardin botaniques qui fêtaient leurs 200 ans).

2017



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 questionnaire²⁹ :

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

Le design d'enquête

Depuis 2013, un design d'enquête systématique R³⁰ 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 public³¹.

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

²⁹ 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.

³⁰ 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.

³¹ 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 2018, soit près de **290'000** 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

Modalités de collecte R « recensement »	Nombre de répondant-e-s	Taux de collecte R	Marge d'erreur (niveau de confiance 95%)
Cabinet d'arts graphiques	1'046 ^A	87%	+/- 0,7 à 1,1%
Musée Ariana	46'739	81%	+/- 0,2%
Maison Tavel	81'744	94%	+/- 0,1%
Musée Rath	24'388 ^B	82%	+/- 0,3%
Musée d'histoire des sciences	28'133	100%	+/- 0 %
Modalités de collecte R « échantillonnage » (hebdomadaire)			
Musée d'art et d'histoire – site Charles-Galland	19'370	14%	+/- 0,7%
Musée d'ethnographie Genève	50'191	30%	+/- 0,4%
Muséum d'histoire naturelle	31'948	11%	+/- 0,5%
Conservatoire et Jardin botaniques	3'016	1%	+/- 1,8%
Total	286'575		

Après plusieurs années consécutives de collecte dans les institutions et de résultats stables, le questionnaire complet C n'a pas été mis en œuvre en 2017 et 2018. Il s'agira de le faire évoluer selon les besoins et questionnements des musées à l'avenir.

^A Enquêtes R dès le 21.10.18 (« Exclusivement contemporain », 19.10.18–3.02.19)

^B Une exposition temporaire (« Hodler//Parallélisme », 20.4.18–19.08.18)

BIBLIOTHÈQUES



79 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

2018					Total			
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

2018			Total	
Adultes	24'214	Jeunes	10'471	34'685

Bibliothèque de la Jonction

2018			Total	
Adultes	26'789	Jeunes	19'053	45'842

Bibliothèque des Pâquis

2018			Total	
Adultes	24'962	Jeunes	19'471	44'433

Bibliothèque de Saint-Jean

2018			Total	
Adultes	19'296	Jeunes	26'594	45'890

Bibliothèque de la Servette

2018			Total	
Adultes	66'867	Jeunes	30'288	97'155

Nombre de nouvelles inscriptions – Réseau des BM

2014	2015	2016	2017	2018
5'644	5'861	6'183	6'237	6'061

Nombre d'usagers actifs – Réseau des BM

2014	2015	2016	2017	2018
36'506	38'361	36'979	37'049	36'379

Volume des collections – Réseau des BM

2014	2015	2016	2017	2018
729'419	697'680	683'480	663'149	634'535

Nombre de prêts – Réseau des BM

	2014	2015	2016	2017	2018
Total	1'584'727	1'550'990	1'710'428	1'663'551	1'592'025
dont :					
Collections adultes	599'882	619'950	680'084	713'228	654'159
Collections jeunesse	595'124	632'019	682'500	672'285	636'089
Collections musicales	97'160	81'189	88'117	72'693	68'644
Bibliobus ^A	82'930	-	81'078	72'028	80'989
Prolongation en ligne	209'631	217'832	259'727	275'547	294'876

^A Distingué entre jeunes et adultes dès 2015.



Les bibliothèques municipales en ligne

Nombre de titres téléchargés Press Reader^B – Réseau des BM

	2016	2017	2018
	99'237	127'547	179'671

Nombre de livres numériques téléchargés sur e-bibliomedia^C – Réseau des BM

	2017	2018
	2'640 ^D	9'209

Nombre de pistes écoutées 1DTouch^E – Réseau des BM

	2017	2018
	2'213 ^F	5'216

Heures de formation en ligne^G – Réseau des BM

	2017 ^H	2018
Orthodidacte	195	176
Toutapprendre	510	1'353
Vodéclic	48	115



La médiation culturelle dans les bibliothèques municipales

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

	2017		2018	
	Nbre d'activités	Nbre de participant-e-s	Nbre d'activités	Nbre de participant-e-s
Action culturelle ^I	198	6'562	183	6'763
Action culturelle: exposition Cité	4	17'260	3	16'916
Médiation directe ^J	828	13'933	700	10'524
Animation socioculturelle ^K	329	1'821	97	778
Hors-murs	66	4'468	57	3'889
Formation des usagers	0	0	72	111
Total	1'425	44'044	1'112	38'981

^B Kiosque numérique qui permet de télécharger des quotidiens et magazines suisses et étrangers (accessible depuis le réseau Wi-Fi des BM). | ^C Plateforme de prêt de livres numériques partagées entre plusieurs bibliothèques de Suisse romande. | ^D Mis à disposition en mai 2017. | ^E Site de streaming musical proposant de mettre en valeur les catalogues d'éditeur de disques indépendants. | ^F Mis à disposition en mai 2017. | ^G 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. | ^H Mis à disposition en mai 2017. | ^I Intervention d'un acteur culturel dans la bibliothèque en lien avec les collections, un thème annuel ou un sujet d'actualité, une manifestation culturelle. | ^J Activité proposée par les bibliothécaires ou un-e médiateur-trice. | ^K 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.

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
182'242	176'989	179'976	indisponible	indisponible

Les compteurs défectueux sont en cours de changement et de paramétrage.

Nombre d'usagers actifs

2014	2015	2016	2017	2018
7'212	9'250	7'692	7'018	6'512

Volume des collections (offre totale)

2014	2015	2016	2017	2018
7'093'747	7'243'427	7'284'906	6'937'453	7'024'019

Nombre de prêts

2014	2015	2016	2017	2018
128'445	134'286	119'066	120'062	93'771

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
Offre journaux et périodiques électroniques	95'483	94'977	91'673
Offre e-books	621'657	635'925	662'858

Réseau des bibliothèques de la Ville



Focus InterroGE^A

	2017	2018
Nombre de visites sur le site	394'815	538'406
Nombre de questions posées	1'426	1'544
Nombre d'utilisateurs	982	1'225

^AService de renseignements à distance

SPORT



85 **Coup d'œil sur les données 2018**

Fréquentation

Profil des usagers et usagères
des centres sportifs des Vernets et de Varembeé

90 **Les données 2018 par centre sportif**

Centre sportif des Vernets

Centre sportif de Varembeé

110 **Annexe centres sportifs**

Méthodologie

Coup d'œil sur les données 2018

Fréquentation

En 2018, la fréquentation des installations sportives des Vernets et de Varembeé est de 732'487 entrées. On dénombre plus de 300'000 entrées dans chacune des piscines (Vernets n = 309'971 et Varembeé n = 308'993) et plus de 100'000 entrées à la patinoire des Vernets (n = 113'523), ouverte au grand public durant 6 mois d'octobre à mars (et aux clubs le reste de l'année).

Fréquentation (entrées) par installation sportive

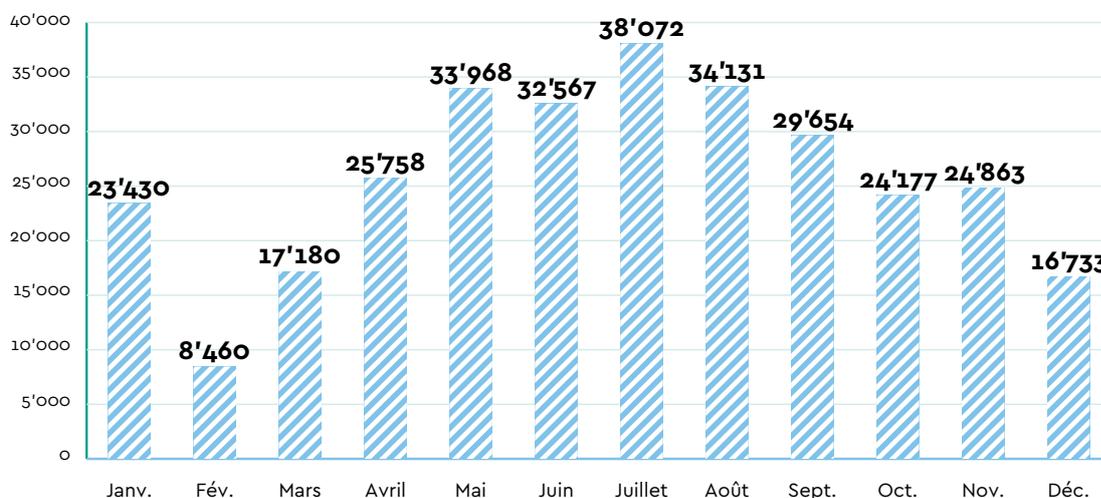
Patinoire des Vernets	113'523
Piscine des Vernets	309'971
Total Vernets	423'494
Piscine de Varembeé	308'993
Total	732'487

Selon les mois de l'année, la fréquentation de la piscine de Varembeé peut varier du simple au double ; le mois le plus fréquenté est le mois de juillet (n = 38'072) et le moins fréquenté est décembre (n = 16'733) – sans tenir compte du mois de février fermé partiellement pour l'entretien des équipements.

La fréquentation de la piscine des Vernets fluctue entre 22'000 et 30'000 entrées par mois en 2018 ; on dénombre le plus grand nombre d'entrées les mois de février, juillet, octobre et novembre et le nombre le moins élevé en décembre également – sans tenir compte du mois de septembre fermé partiellement pour l'entretien des équipements.

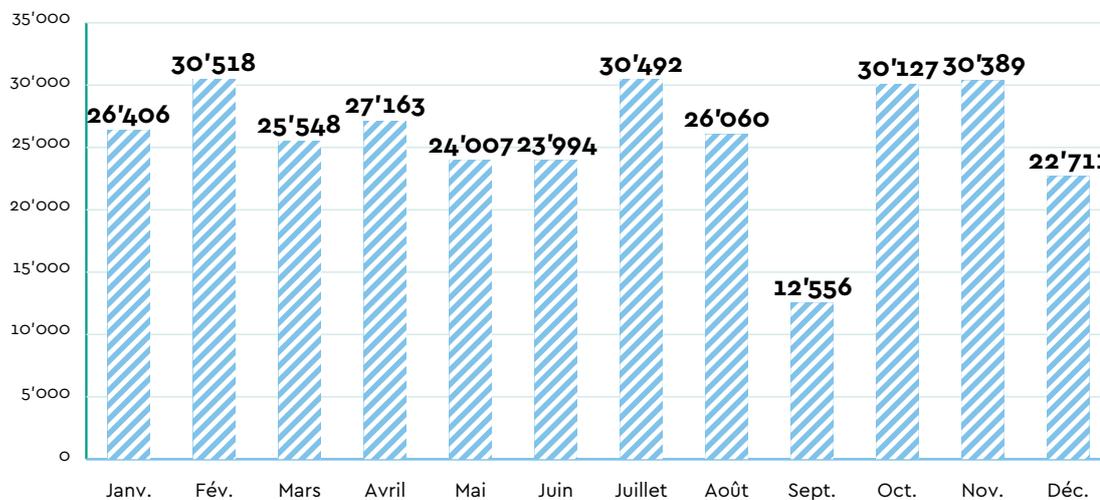
Quant à la patinoire des Vernets, durant les mois d'ouverture au grand public, d'octobre à mars, la fréquentation varie d'environ 13'000 en octobre à plus de 21'000 entrées en janvier.

Fréquentation mensuelle – Piscine de Varembeé



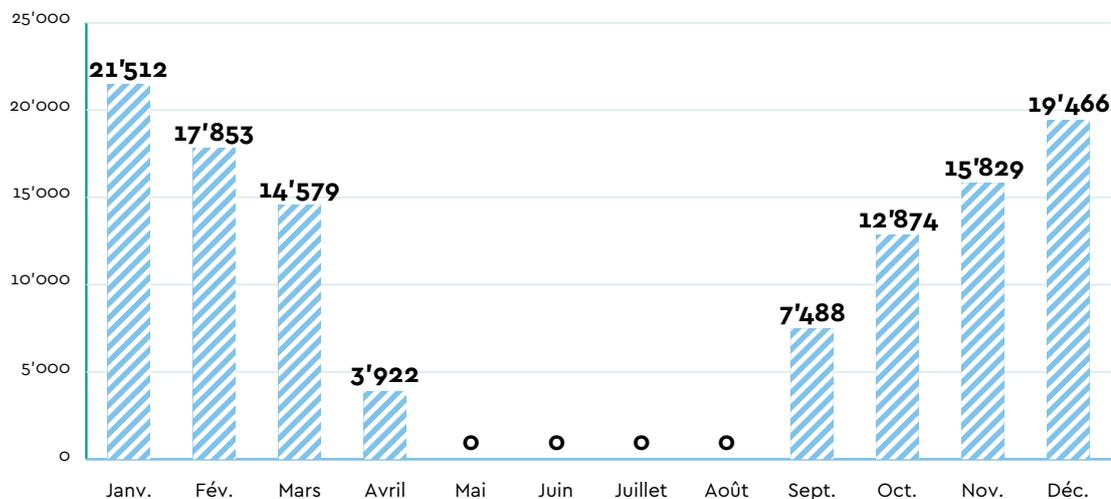
La piscine de Varembeé ferme chaque année une partie du mois de février.

Fréquentation mensuelle – Piscine des Vernets



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

Fréquentation mensuelle – Patinoire des Vernets

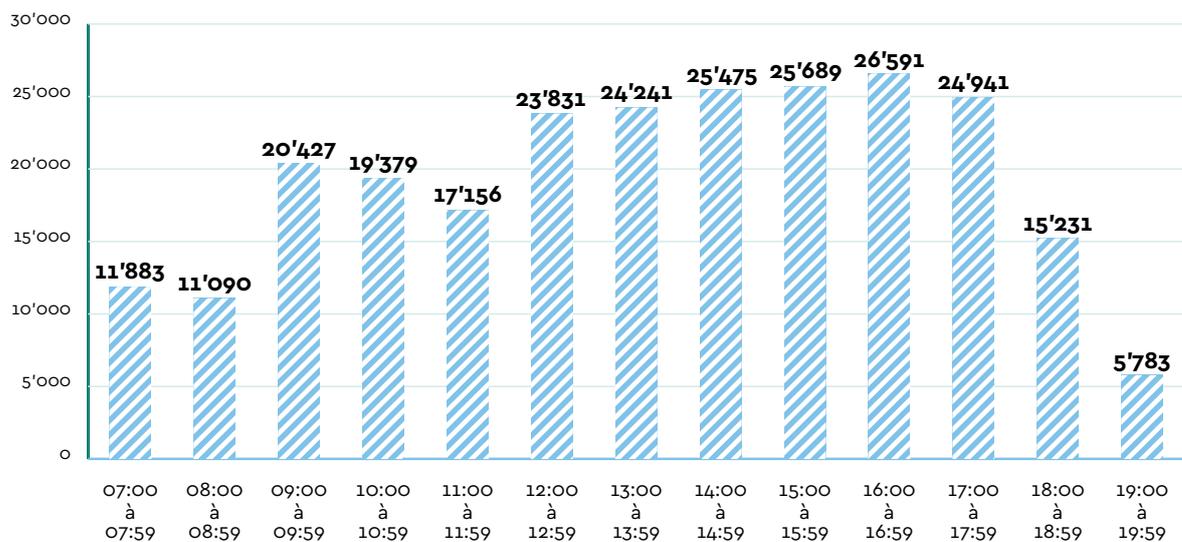


La patinoire des Vernets est ouverte spécifiquement pour les entraînements des clubs également d'avril à sept

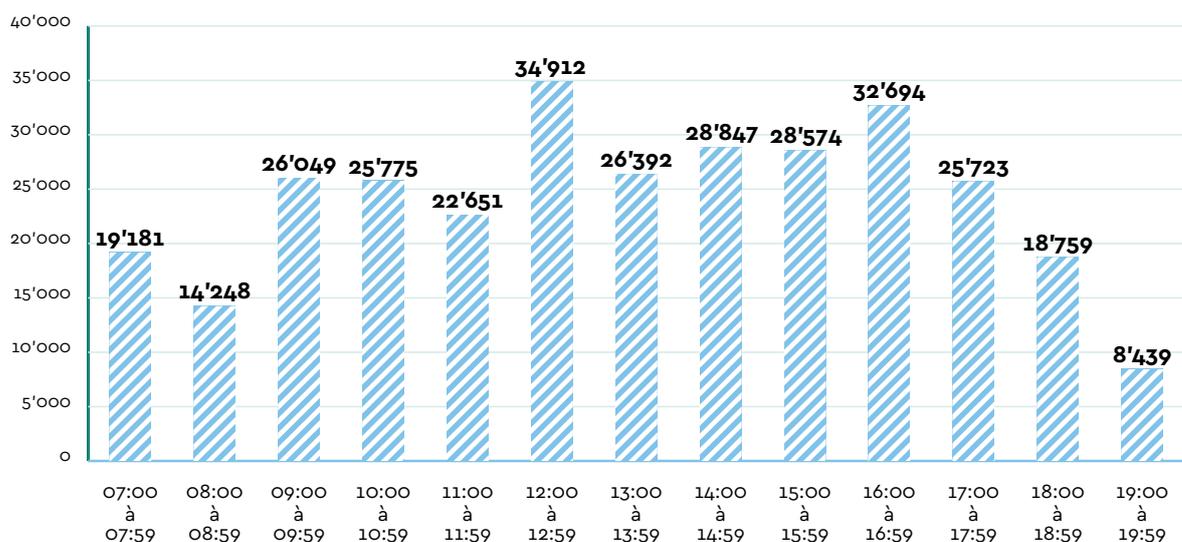
Les courbes horaires de fréquentation du public de la piscine des Vernets et de Varembe sont assez similaires, comme on l'a observé en 2017, et on constate cette année aussi qu'aux Vernets la tranche-horaire 12h00-13h00 est la plus prisée par les nageurs et nageuses, suivi de l'horaire 16h00 à 17h00. La piscine de Varembe est plus fréquentée à partir de 12h00 jusque vers 18h00

Dans les deux piscines, on note en 2018 également que la tranche-horaire matinale de 7h00 à 8h00 est fréquentée par une proportion non négligeable d'utilisateurs et utilisatrices, proportion qui est environ deux fois supérieure à l'horaire du soir avant fermeture, de 19h00 à 20h00.

Fréquentation horaires – Piscine de Varembe



Fréquentation horaires – Piscine des Vernets



Les tendances observées en 2017 demeurent, à savoir que les personnes détentrices d'un abonnement mensuel fréquentent proportionnellement le plus la piscine, soit une moyenne de 10 à 12 passages, contre 26 à 33 passages pour les personnes détentrices d'un abonnement annuel.

Nombre moyen de passages par abonnement – par installation sportive (piscines)

Type d'abonnement	Piscine des Vernets	Piscine de Varembeé
Adulte – 1 mois	10 passages	12 passages
Adulte – 3 mois	12 passages	14 passages
Adulte – 6 mois	17 passages	20 passages
Adulte – 12 mois	33 passages	26 passages
Tarif réduit – 1 mois	9 passages	10 passages
Tarif réduit – 3 mois	11 passages	12 passages
Tarif réduit – 6 mois	16 passages	19 passages
Tarif réduit – 12 mois	26 passages	30 passages

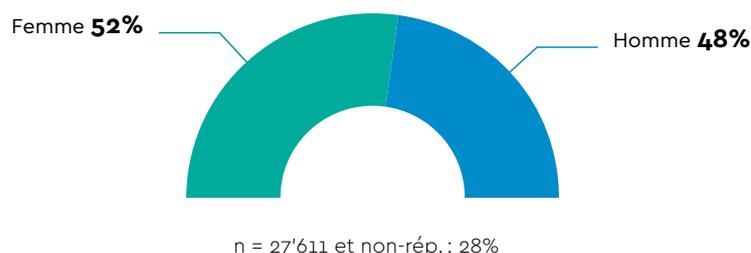
Le tarif réduit comprend les entrées AVS, moins de 25 ans, collaborateurs-trices Ville de Genève.

Profil des usagers et usagères des centres sportifs des Vernets et de Varembeé : genre, année de naissance et lieu de résidence

Nous décrivons ici le profil général des usagers et usagères, sur la base des données agrégées des deux centres sportifs.

Genre

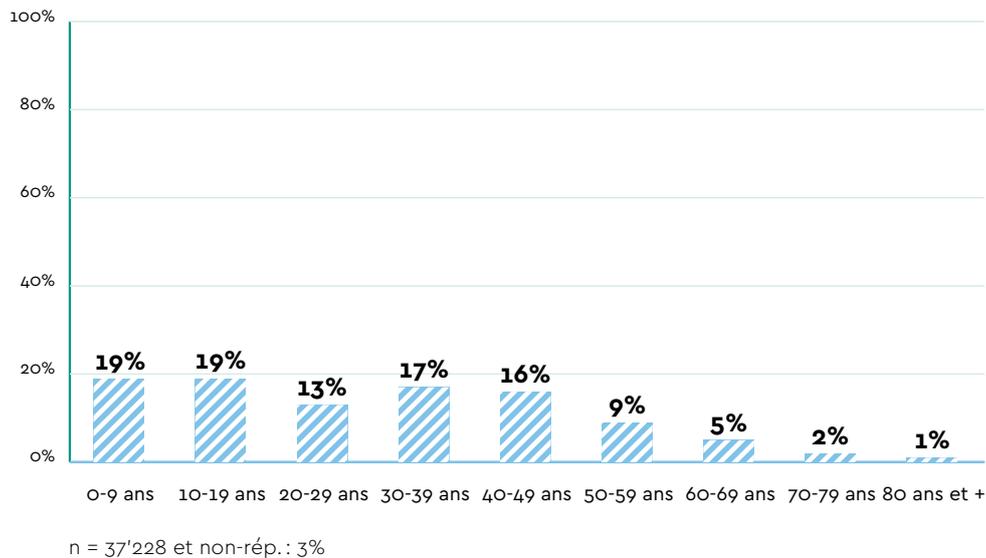
Dans les centres sportifs des Vernets et de Varembeé, la part du public féminin et masculin est très proche (52% de femmes et 48% d'hommes)³².



³² Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 28%, qui provient principalement des formulaires R-groupe, pour lequel le genre des enfants n'est pas renseigné.

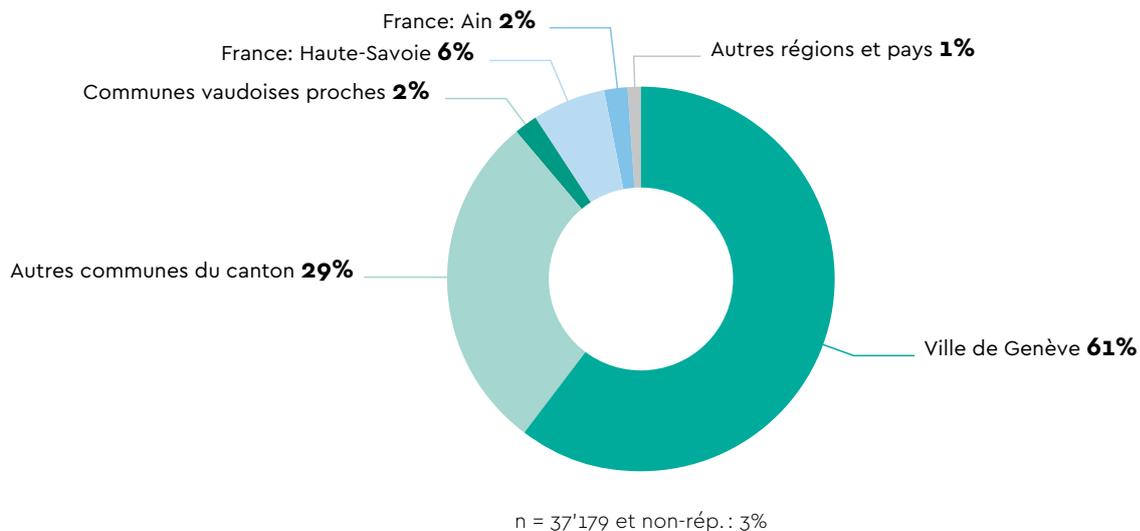
Classes d'âge

En 2018, la proportion de jeunes usagers et usagères des centres sportifs a quelque peu diminué ; en effet si près de la moitié du public avait moins de 20 ans en 2017 (49%), cette année ce nombre est de 38% et reste néanmoins élevé. Il s'agit principalement de jeunes usagers et usagères des piscines qui viennent en groupe. La part des seniors a quant à elle doublé, passant de 4% en 2017 à 8% en 2018.



Commune d'habitation

Près des deux-tiers des usagers et usagères résident sur la commune de la Ville de Genève (61%) et moins d'un tiers dans d'autres communes du Canton (29%). La part du public des communes vaudoises proches ou départements français voisins se monte à 10%.



Le profil de l'utilisateur ou utilisatrice en termes de genre ou lieu de résidence est stable depuis 2015. Concernant l'âge, l'année 2018 voit augmenter la part de public adulte (20-59 ans) dans les centres sportifs.

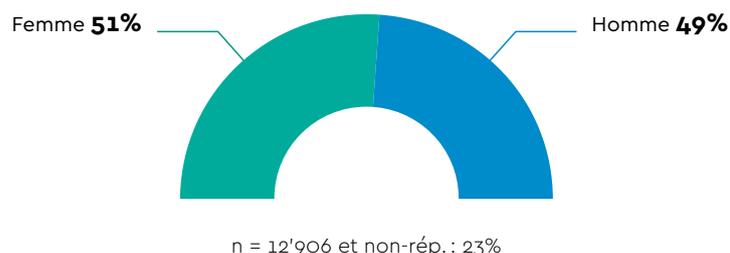
Les données 2018 par centre sportif

Centre sportif des Vernets

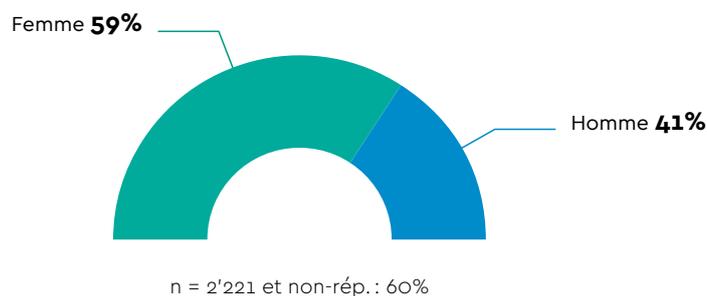
Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

Parmi le public de la piscine des Vernets, on dénombre autant de femmes que d'hommes (51% et 49%), il y a par contre davantage de femmes à la patinoire (59%)³³.

Genre – piscine



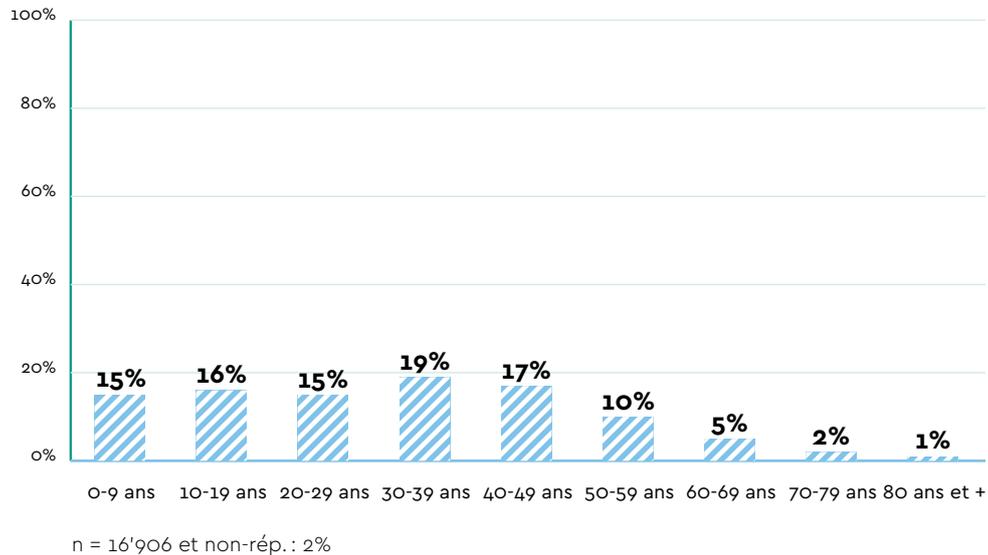
Genre – patinoire



³³ Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 23% – piscine et 60% – patinoire; qui provient principalement des formulaires R-groupe, pour lequel le genre des enfants n'est pas renseigné.

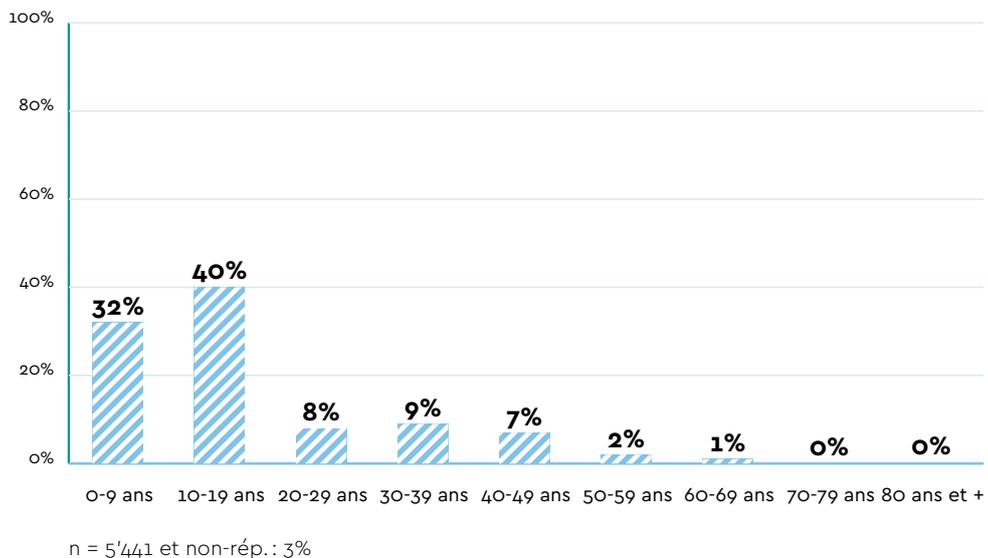
Classes d'âge piscine

En 2018, le public de moins de 20 ans représente 31% des usagers et usagères, les jeunes âgés de 0 à 9 ans sont toutefois un peu moins nombreux à la piscine en 2018 qu'en 2017 (15% contre 22%) et la part du public de 60 ans et plus est de 8% cette année (contre 4% en 2017).



Classes d'âge patinoire

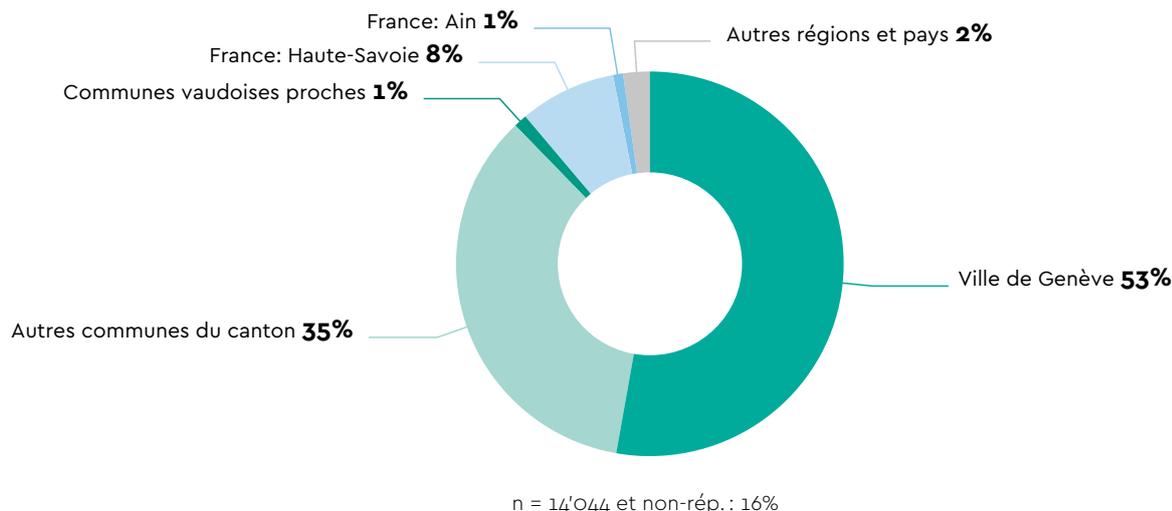
A la patinoire, les jeunes de moins de 20 ans constituent près des trois-quarts du public (72%), mais là aussi les 0-9 ans ne sont que 32% en 2018 contre 41% en 2017.



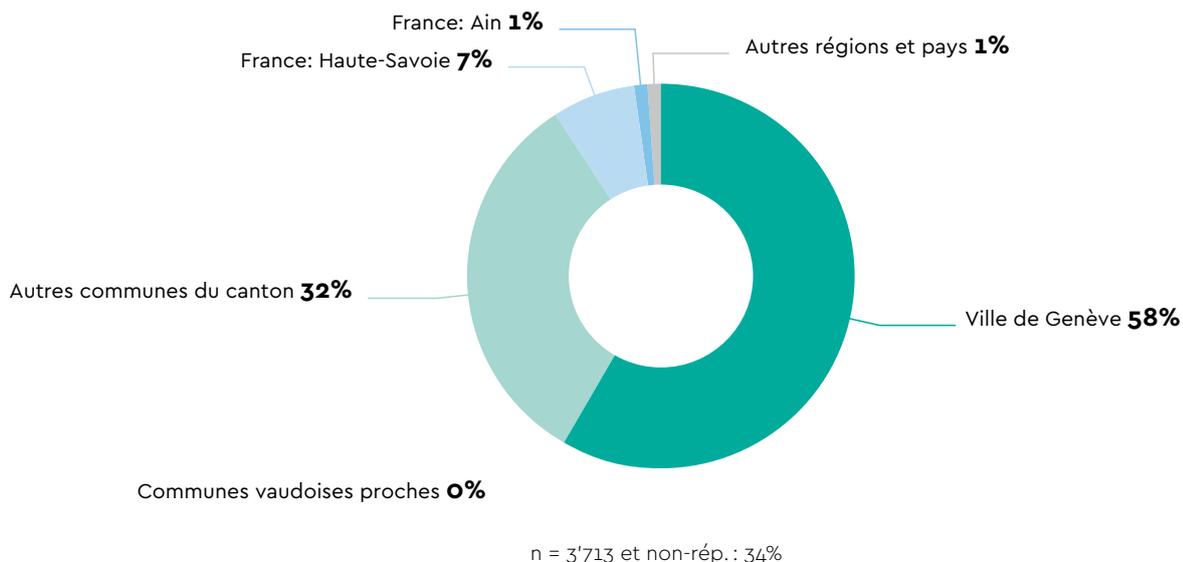
Commune d'habitation – piscine

Plus de la moitié des usagers et usagères de la piscine et de la patinoire des Vernets résident sur la commune de la Ville de Genève (53% et 58%), toutefois cette proportion a diminué quelque peu par rapport à 2017 (59% et 66%).

En 2018, comme l'an passé, environ un tiers du public est domicilié dans les autres communes du canton (35% et 32%); la part des usagers et usagères de la région s'élève à 12% à la piscine et 9% à la patinoire (contre 3% à la patinoire en 2017).



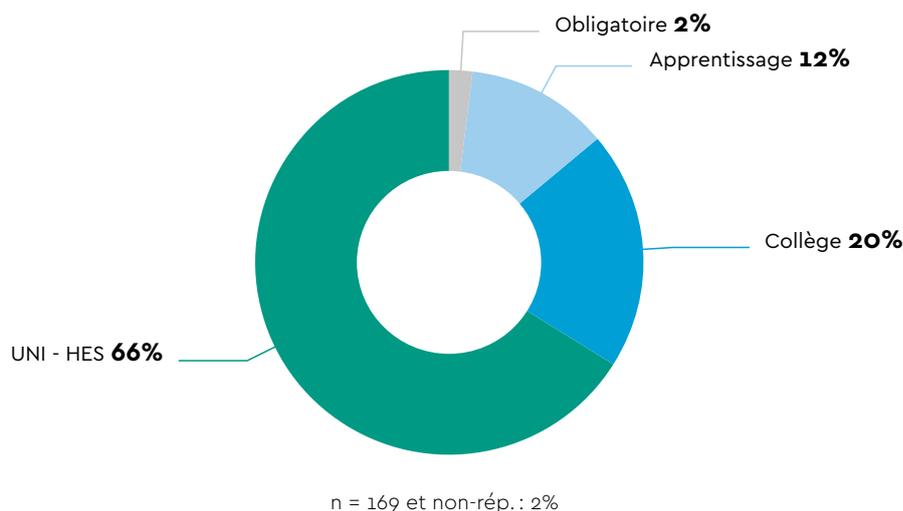
Commune d'habitation – patinoire



En savoir plus sur le profil de nos usagères et usagers

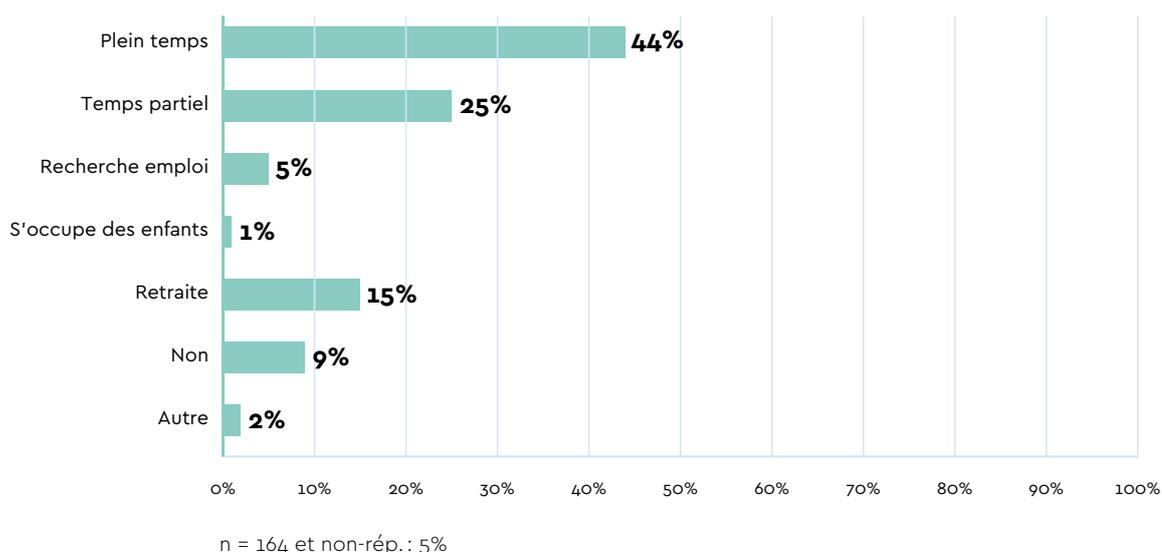
Niveau d'études

En 2018, les deux-tiers des usagers ou usagères (66%) ont achevé une formation du degré tertiaire – haute école spécialisée ou université, et près d'un tiers des personnes (32%) ont une formation de niveau secondaire (collège ou apprentissage); on compte seulement 2% de personnes avec une formation obligatoire³⁴.



Exerce une activité professionnelle

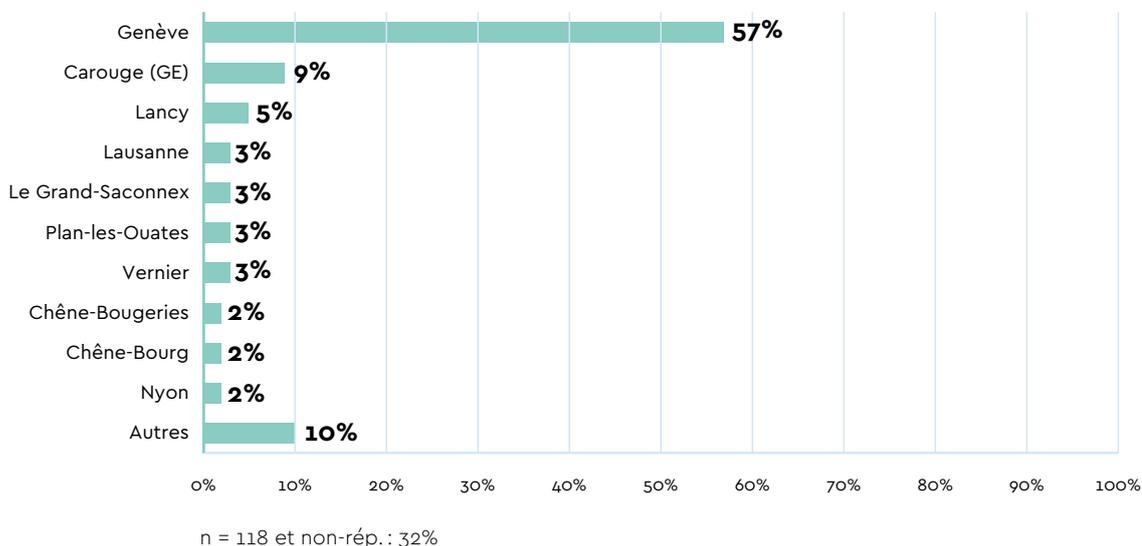
Près de sept usagers et usagères sur dix sont actifs professionnellement (69%), dont la majeure partie à temps plein (44%). Le tiers restant déclare pas d'activité professionnelle (à la retraite, en recherche d'emploi ou autre situation). En 2018, les parts d'actifs à temps partiel et de retraité-e-s ont augmenté chacune de 5%.



³⁴ Le nombre de répondant-e-s est petit, n = 169

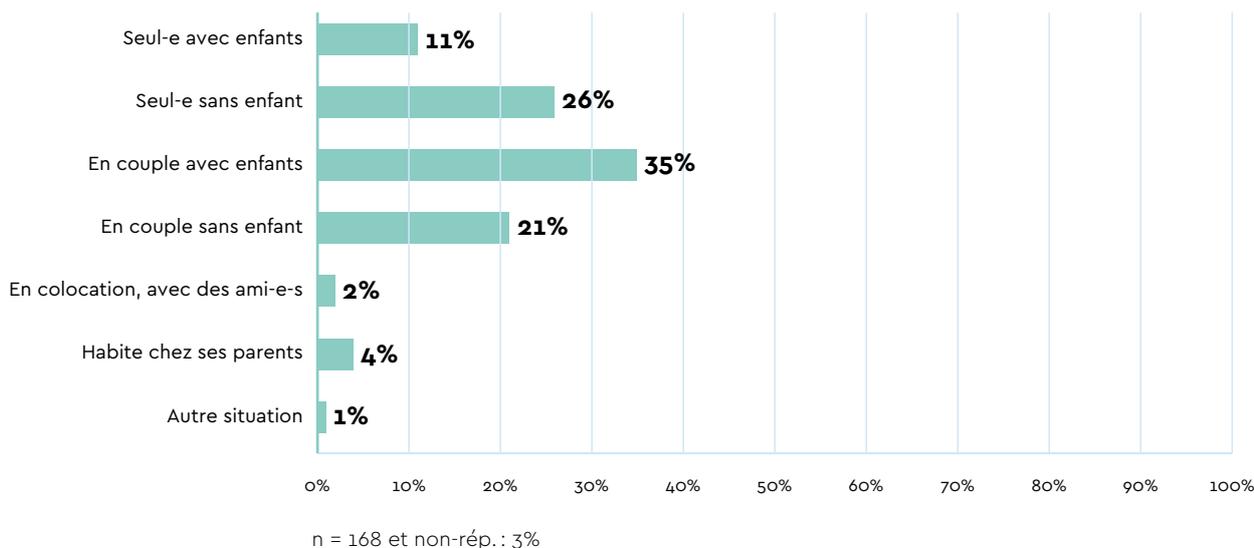
Commune de travail ou d'études

Comme en 2017, les deux communes principales dans lesquelles les usagers et usagères exercent leur activité professionnelle (ou font leurs études) sont la Ville de Genève essentiellement (57%), suivi de Carouge (9%).



Situation familiale

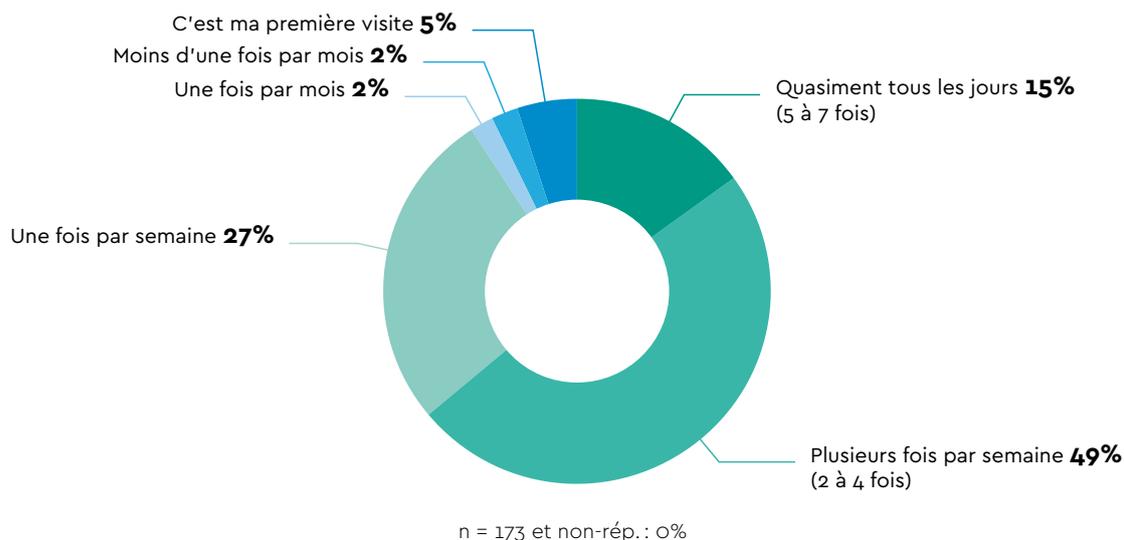
Les couples avec enfant(s) représentent la situation familiale majoritaire des répondant-e-s (35%). Les personnes seules sans enfant sont la seconde situation familiale la plus représentée (26%). Les usagers et usagères qui habitent chez leurs parents sont moins nombreux en 2018 (4% contre 13% en 2017).



Les modalités de fréquentation du centre sportif

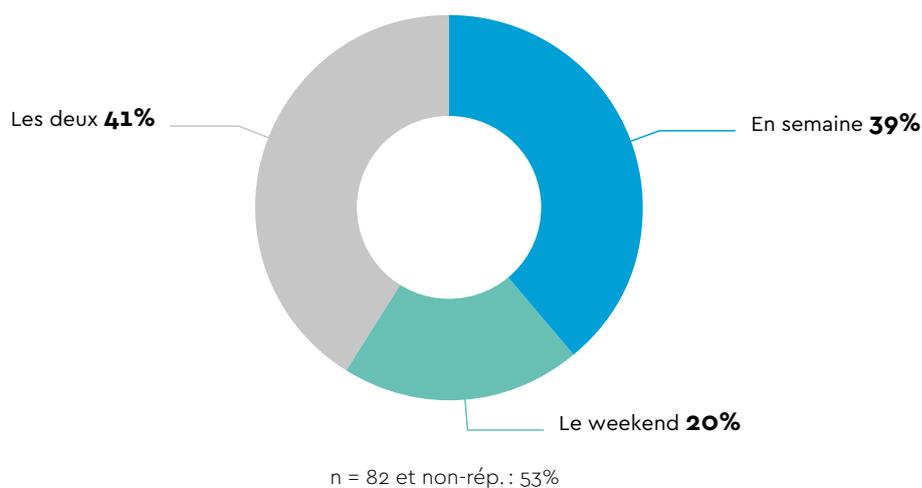
Fréquence de visite du centre sportif

Neuf usagers ou usagères sur dix fréquentent les Vernets au moins une fois par semaine. Celles et ceux qui déclarent venir soit tous les jours ou presque, soit plusieurs fois par semaine, représentent 64% du public (contre 56% en 2017). Il s'agit de la première visite pour 5% des répondant-e-s.



Fréquentation en semaine et/ou le weekend

41% des répondant-e-s déclarent venir la semaine ainsi que le week-end ; 39% ne viennent qu'en semaine et 20% uniquement le week-end³⁵.

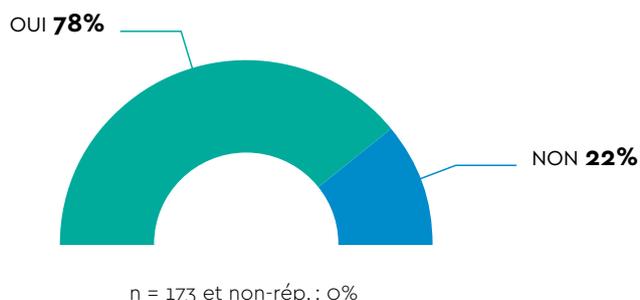


³⁵ Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 53%

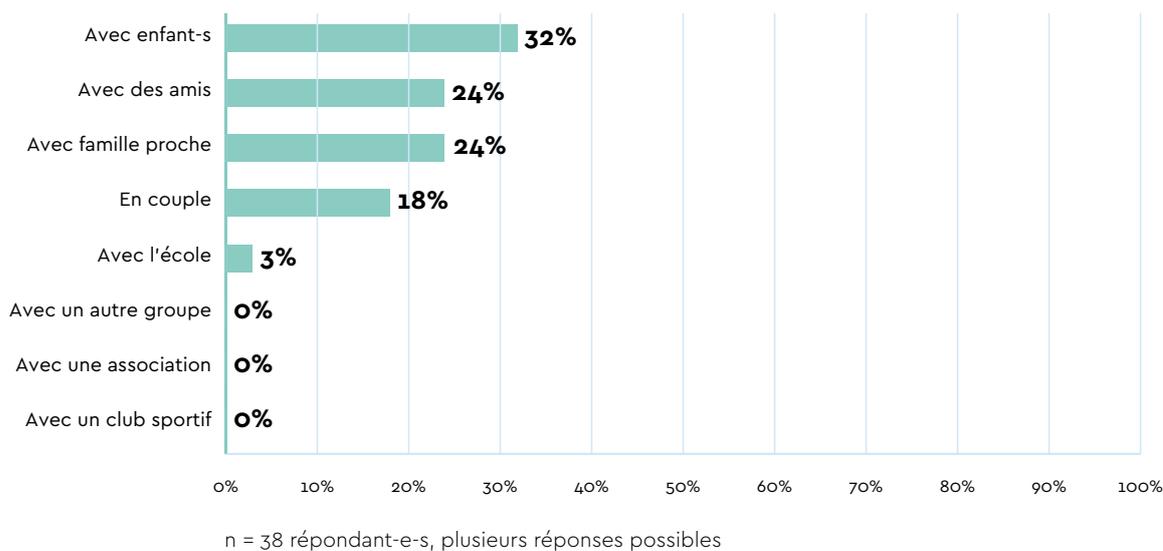
Est venu-e seul-e ?

Plus des trois-quarts du public vient seul au centre sportif des Vernets (78%).

Quant aux personnes qui viennent accompagnées, elles le sont principalement de leur(s) enfant(s) pour 32% ; en 2018, celles qui viennent avec leurs amis sont moins nombreuses (24% contre 42% en 2017) et les personnes qui viennent avec un membre de leur famille proche plus nombreuses (24% contre 5% en 2017)³⁶.



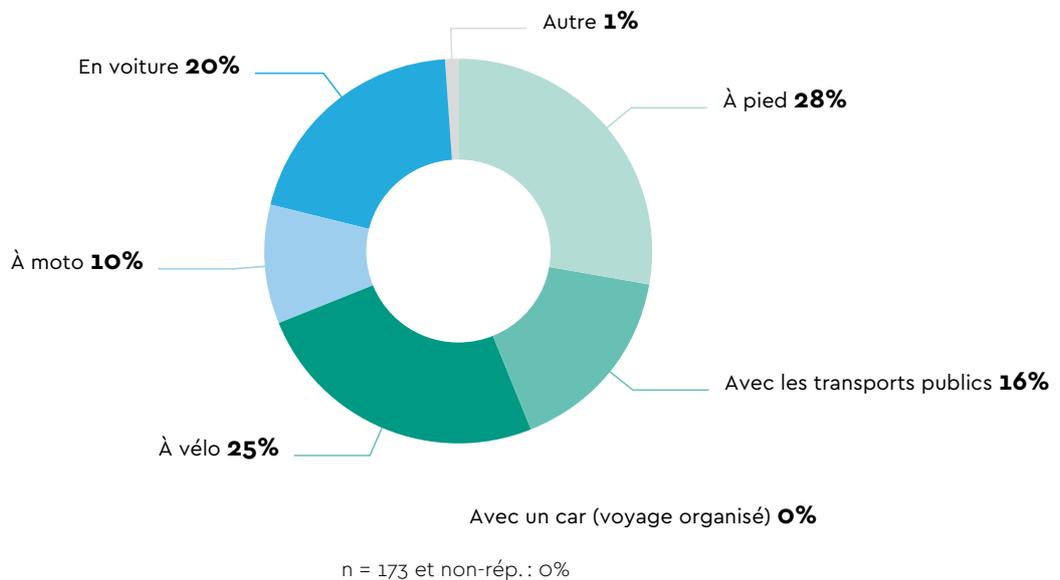
Accompagnement



³⁶ Le nombre de répondant-e-s à la batterie de questions est petit, n= 38

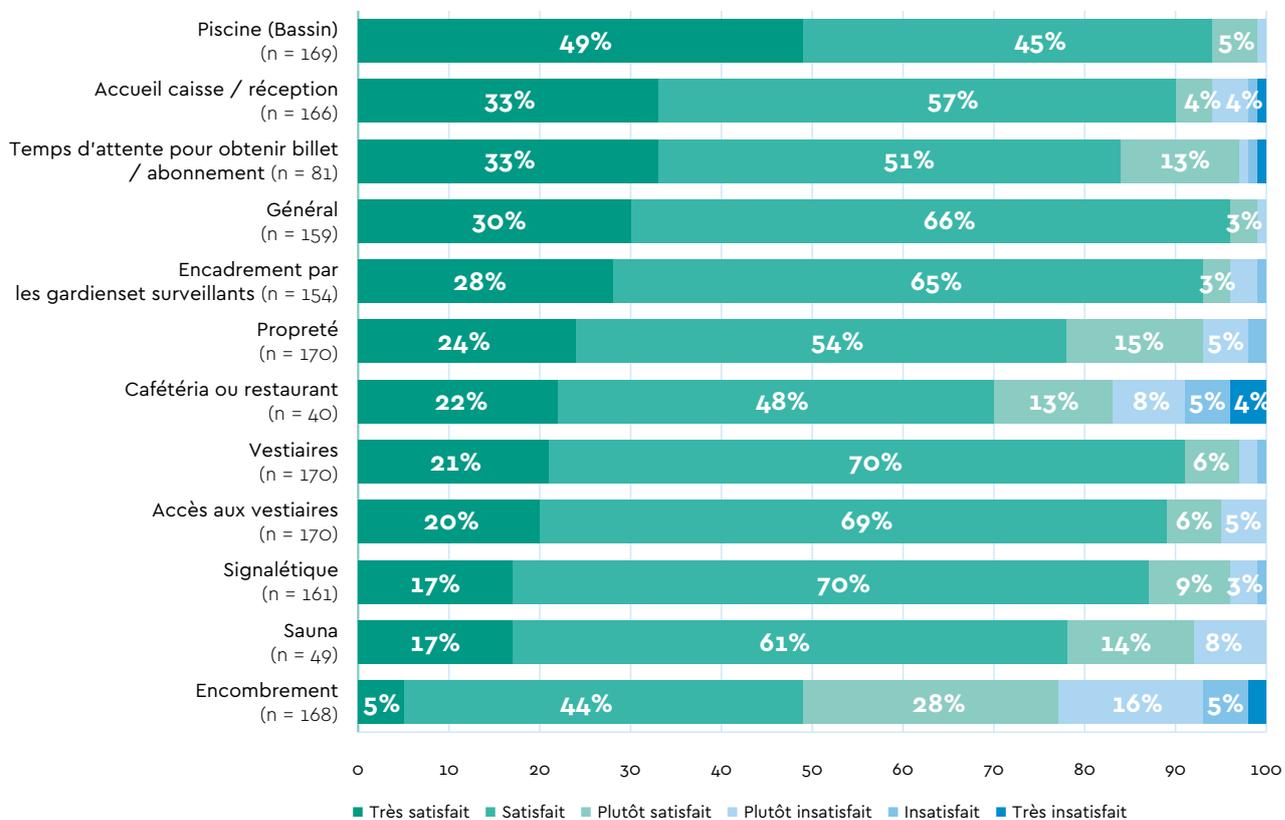
Moyen de transport

Les usagers et usagères se rendent au centre sportif des Vernets principalement à pied (28%) ou à vélo (25%); la part de celles et ceux qui viennent en voiture (20% contre 27% en 2017) ou en transports publics (16% contre 22% en 2017) a diminué par rapport l'an dernier.



La satisfaction des usagers et usagères

En 2018, le centre sportif des Vernets, considéré dans son ensemble, reste évalué très positivement par les répondant-e-s, 99% se déclarent « plutôt satisfait » à « très satisfait » du centre d'une manière générale. C'est également le cas des prestations fournies pour lesquelles le taux de satisfaction (« plutôt satisfait » à « très satisfait ») varie de 84% à 99%, soit pour les infrastructures : bassin – 99%, temps d'attente pour les billets – 97%, vestiaires – 97% ; leur accès : signalétique – 96%, accès aux vestiaires – 95% ; le personnel du centre sportif : accueil-réception – 94%, encadrement par les gardien-ne-s – 96%. Exception faite à nouveau de la question de l'encombrement des lignes de la piscine qui est évalué le plus négativement, 16% des usagers et usagères déclarent en être plutôt insatisfaits et 7% insatisfaits à très insatisfaits, ainsi que l'espace de restauration, sur lequel 8% du public dit à être plutôt insatisfaits et 9% insatisfaits à très insatisfaits. Dans une moindre mesure, 8% du public déclare être « plutôt insatisfait » du sauna ; 7% « plutôt insatisfait » à « insatisfait » de la propreté.



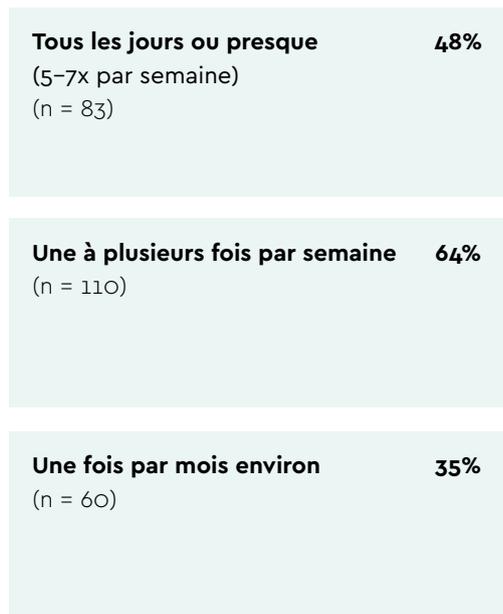
n > = 25

Les pratiques sportives des usagers et usagères

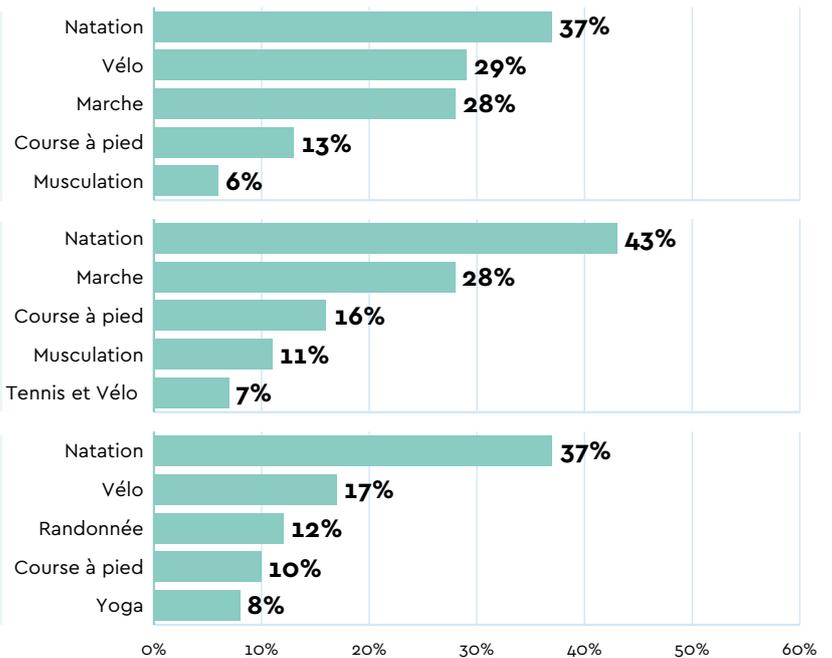
Sports pratiqués

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

Fréquence



5 sports les plus cités



n = 173 - nombre de répondant-e-s

Appartenance à un club de sport

19% des usagers et usagères sont aussi membres d'un club sportif.

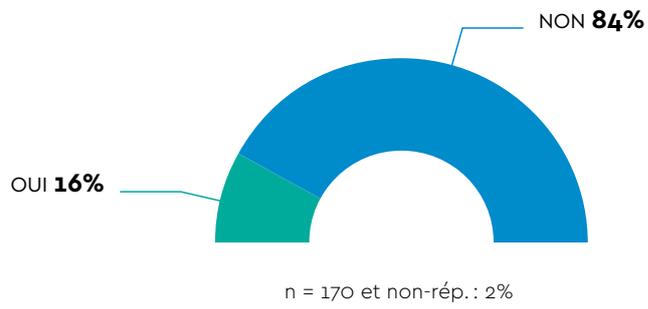
16% d'entre eux participent à des compétitions sportives

19% des répondant-e-s déclarent fréquenter également un centre de fitness.

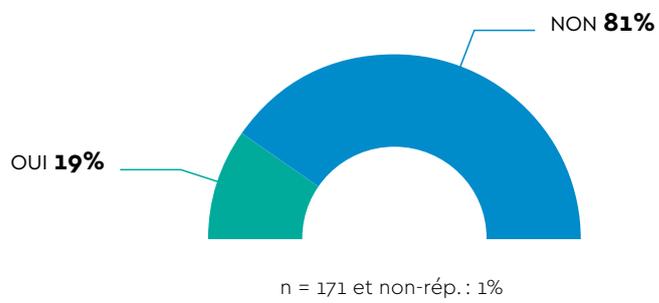


n = 170 et non-rép. : 2%

Participe à des compétitions sportives



Fréquente un fitness

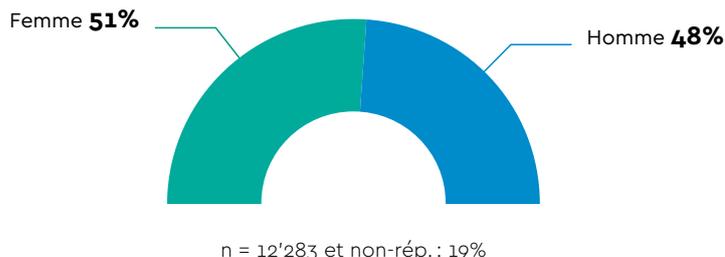


Centre sportif de Varembe

Qui sont nos visiteurs et visiteuses en 2018 ?

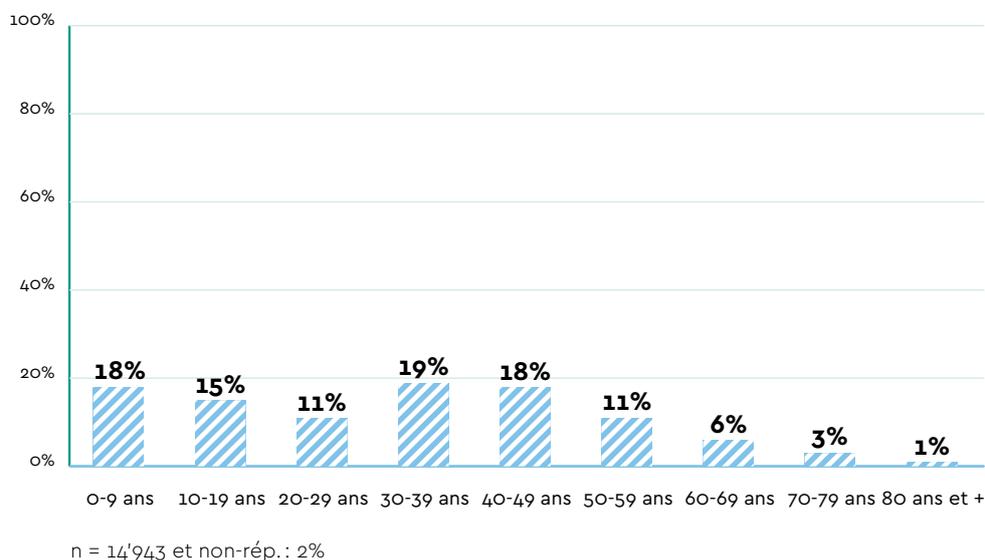
Genre

On dénombre à la piscine de Varembe une part égale de femmes et d'hommes (51% et 49%), comme c'est le cas à la piscine des Vernets.



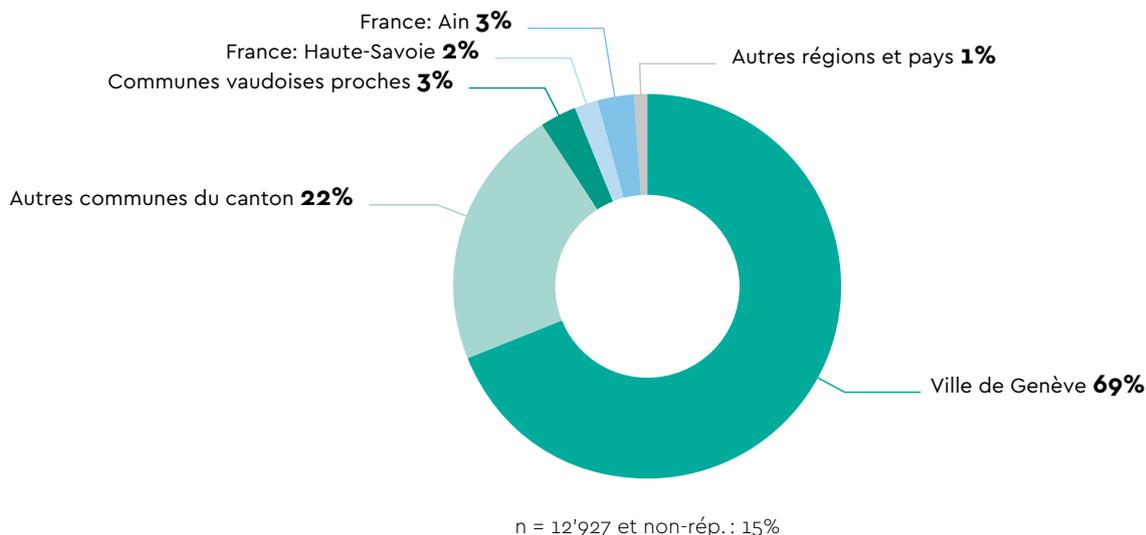
Classes d'âge

Si la proportion de jeune public reste importante, ainsi 33% des personnes qui fréquentent la piscine ont moins de 20 ans, elle a toutefois nettement diminué par rapport à l'an passé (33% en 2018 et 49% en 2017) au profit de la catégorie d'âge des adultes. En 2018, les 60 ans et plus représentent 8% des usagers et usagères, comme aux Vernets.



Commune d'habitation

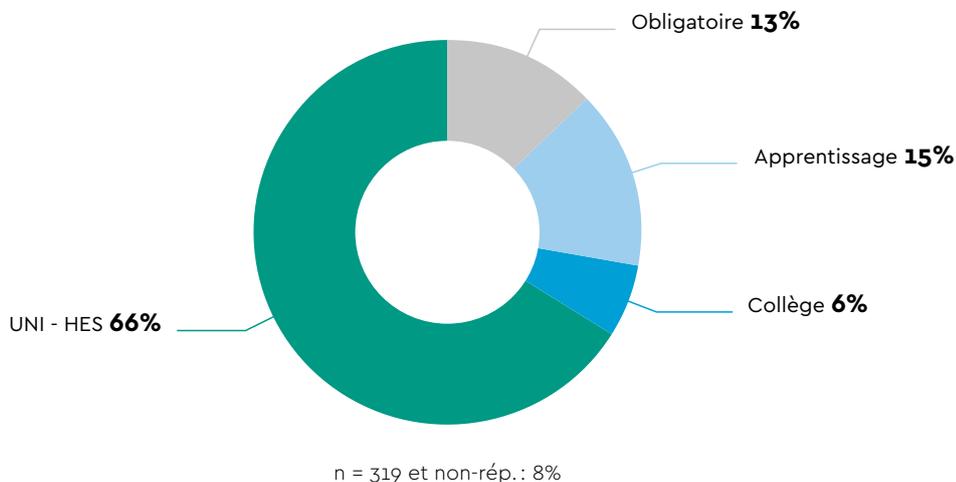
Le public usager de la piscine réside majoritairement en Ville de Genève, et ce taux s'élève à 69% en 2018 (contre 64% en 2017) ; il demeure plus important qu'aux Vernets dont le taux est de 53%. Les résident-e-s d'autres communes du canton sont 22% à fréquenter le site de Varembé et les habitant-e-s de la région 8%.



En savoir plus sur le profil de nos usagères et usagers

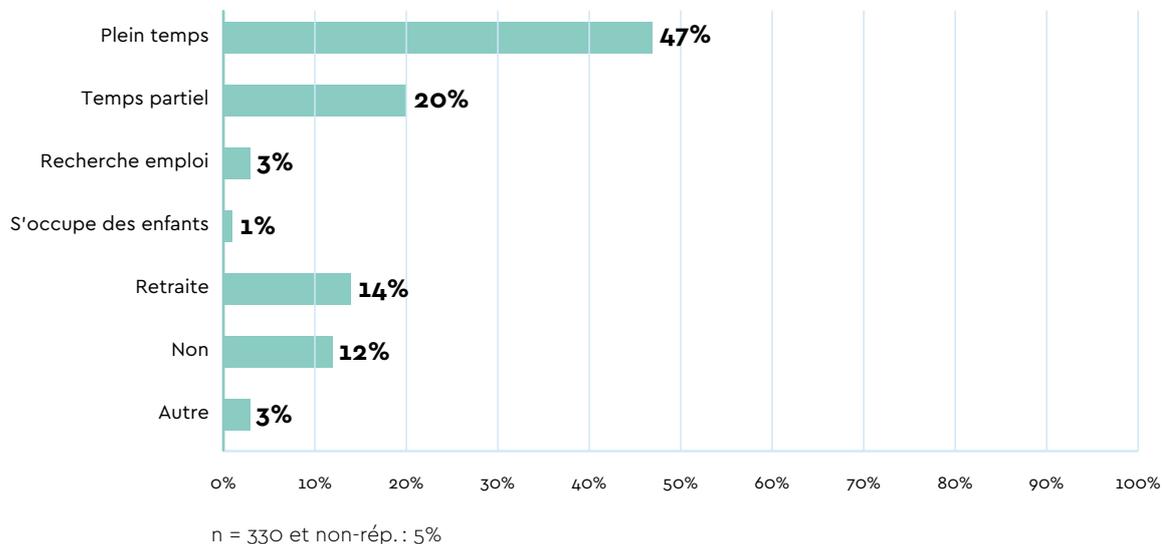
Niveau d'études

Les deux-tiers (66%) des usagers ou usagères la piscine de Varembé ont une formation de degré tertiaire (haute école spécialisée ou université); 21% ont une formation de niveau secondaire (collège ou apprentissage) et 13% ont une formation de niveau obligatoire. En 2018, la part du public ayant suivi une formation d'apprentissage est deux fois supérieure qu'en 2017 (15% en 2018 et 8% en 2017), en revanche le public ayant suivi la filière du collège ou de l'apprentissage n'est représenté qu'à hauteur de 6% (contre 14% en 2017).



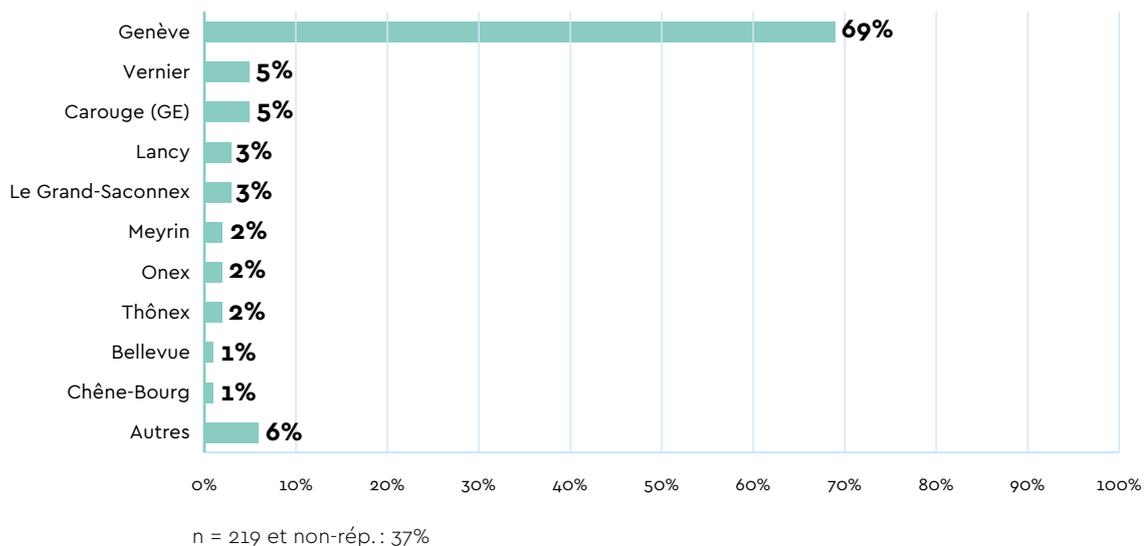
Exerce une activité professionnelle

Les deux-tiers (67%) du public sont actifs professionnellement, dont la majorité à plein temps (47%), le tiers restant déclare ne pas exercer d'activité professionnelle, pour divers motifs, dont la retraite.



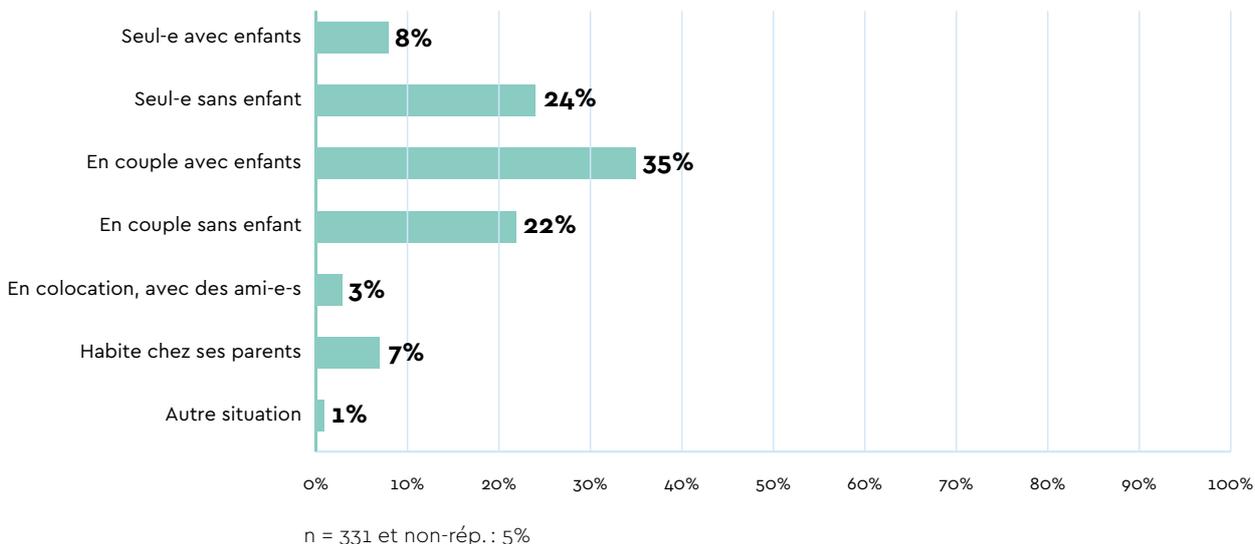
Commune de travail ou d'études

69% des usagers et usagères de la piscine de Varembe 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 5% à Vernier



Situation familiale

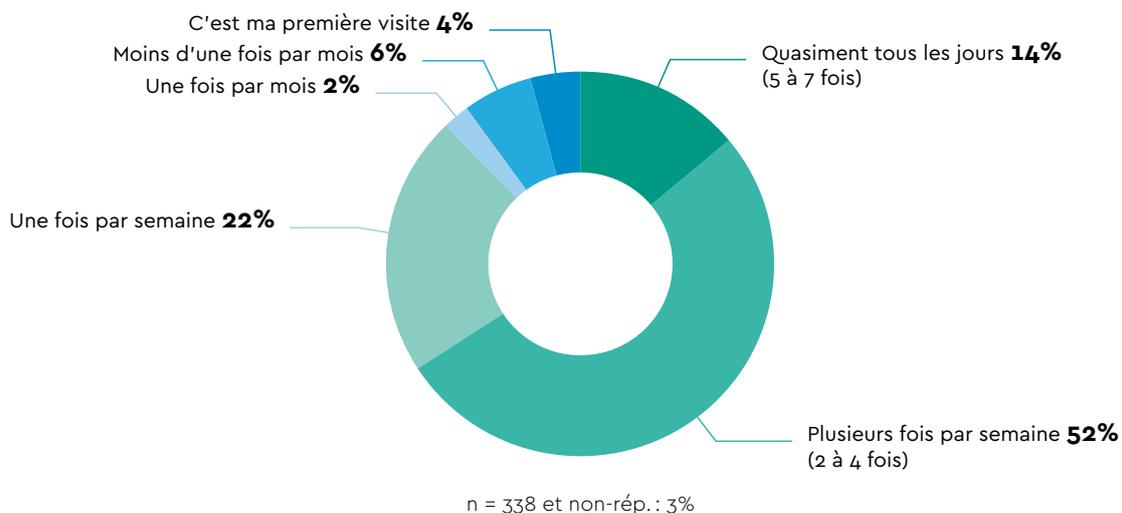
Les usagers et usagères de Varembe vivent majoritairement en couple avec enfant(s), soit 35% ; c'est moins qu'en 2017 où le taux s'élevait à 43%, et les couples sans enfant sont davantage représentés en 2018, 22% (contre 13% en 2017). Les personnes seules sans enfant constituent près d'un quart du public (24%)



Les modalités de fréquentation du centre sportif

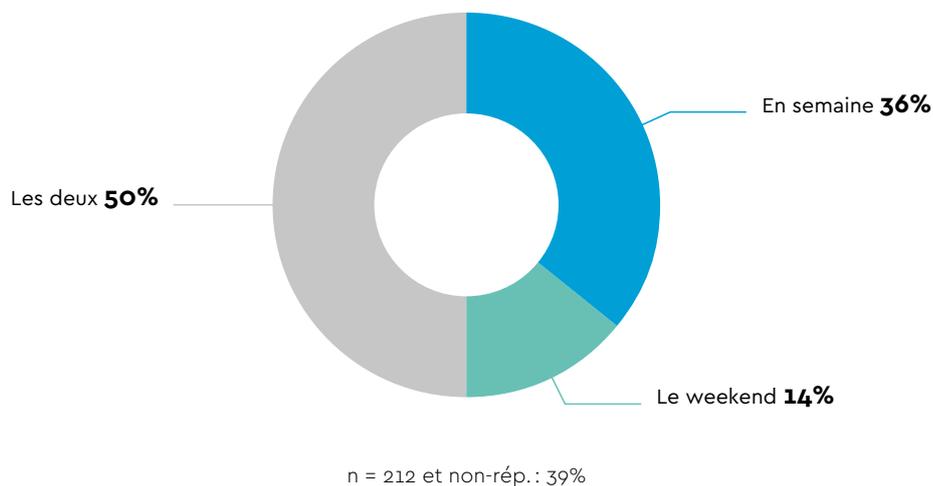
Fréquence de visite du centre sportif

Comme à la piscine des Vernets, près de neuf usagers ou usagères sur dix (88%) se rendent à Varembe 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 64% en 2018 (contre 53% en 2017). 4% des personnes déclarent venir pour la première fois.



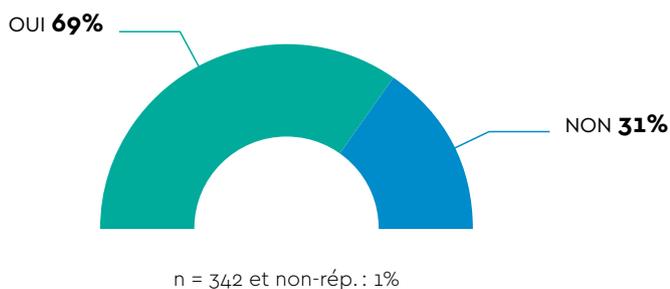
Fréquentation en semaine et/ou le weekend

Une personne sur deux vient à Varembeé indistinctement en semaine ou le week-end (50%), tandis que 36% ne fréquentent la piscine que la semaine et 14% uniquement le week-end. A titre de comparaison, aux Vernets, les usagers et usagères du week-end constituent le 20% du public.



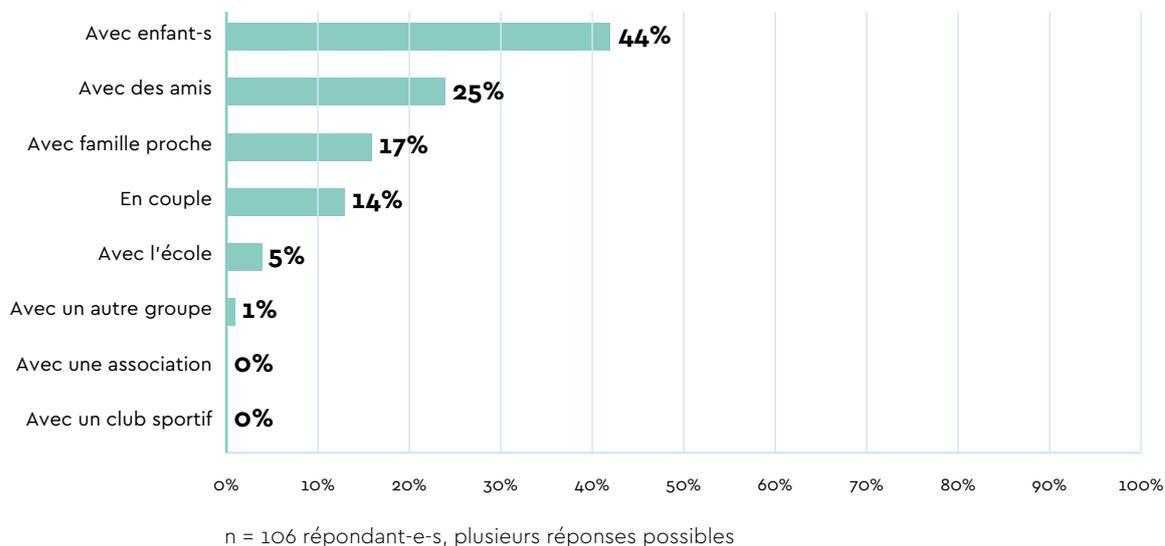
Est venu-e seul-e ?

Les usagers et usagères de Varembeé viennent majoritairement seul-e au centre sportif (69%) mais on observe néanmoins que près de trois personnes sur dix viennent accompagnées (31%). Aux Vernets la part des usagers et usagères qui fréquentent seul le centre sportif est plus importante et se monte à 78%.



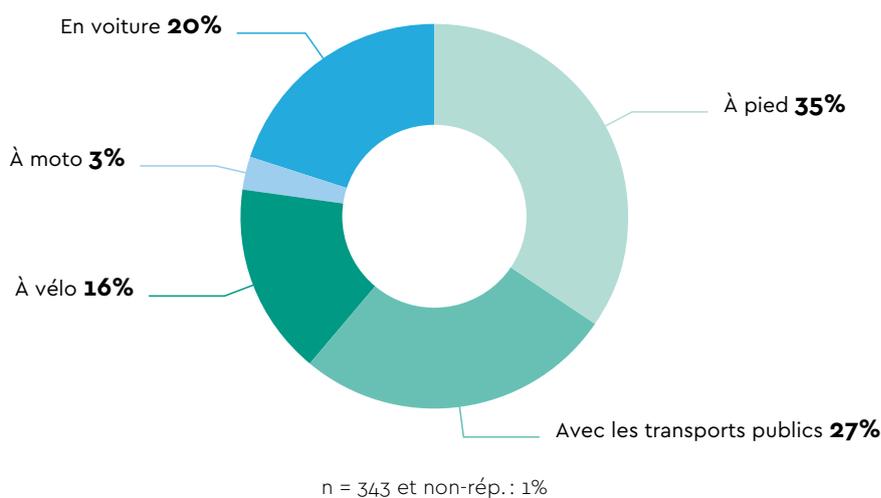
Accompagnement

Celles et ceux qui sont accompagné-e-s le sont principalement de leur(s) enfant(s), à hauteur de 44%, cette proportion est moindre aux Vernets où le taux est de 32%. Comparativement à 2017, la part des personnes qui fréquentent la piscine avec leur famille proche a doublé (17% en 2018 et 8% en 2017)³⁷.



Moyen de transport

En 2018, les usagers et usagères de Varembeé continuent de venir principalement à pied (35%) et en transports publics (27%); aux Vernets, la part des répondant-e-s utilisant ces modes de transport est inférieure, respectivement de 28% et 16%.

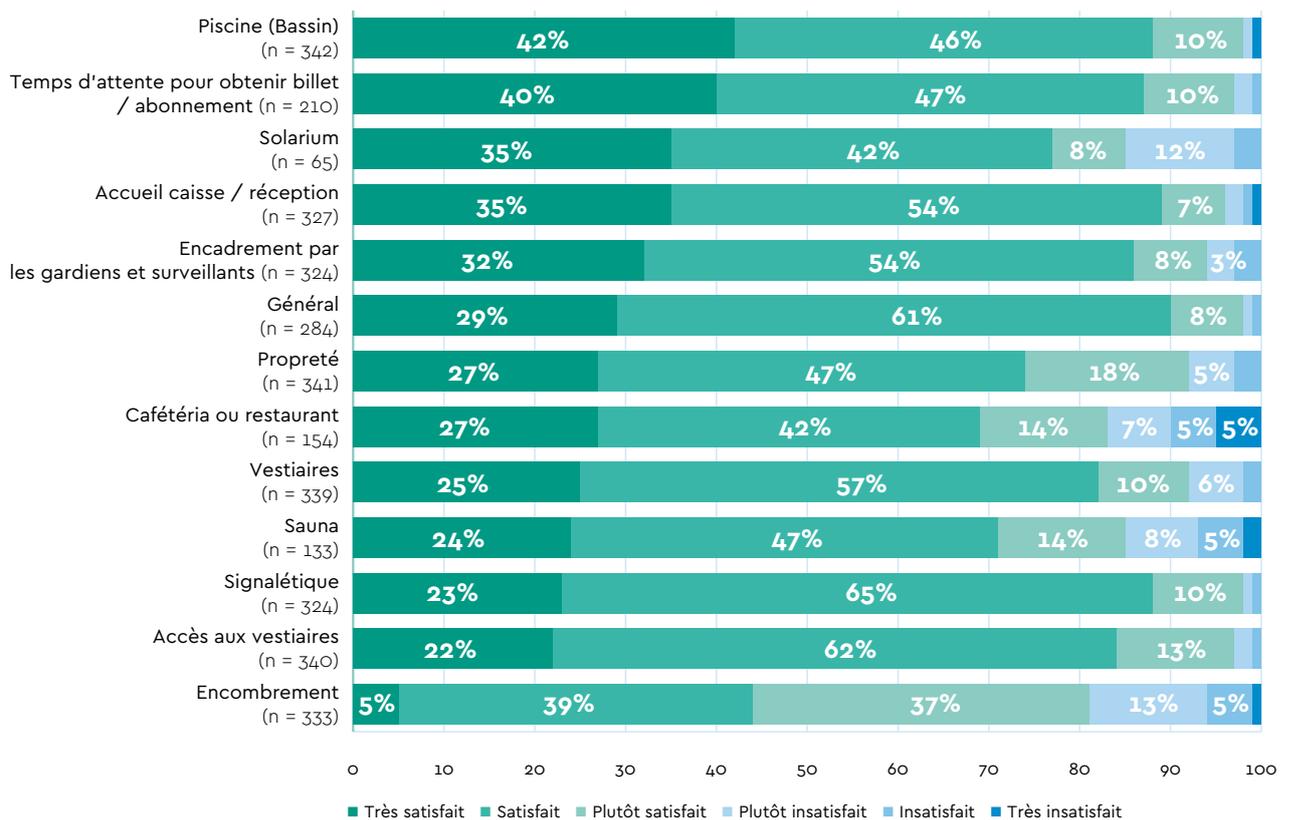


³⁷ Le nombre de répondant-e-s à la batterie de questions est petit, n=106

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 98% du public (« plutôt satisfait » à « très satisfait »), comme on l'a observé en 2017. Les prestations proposées satisfont aussi largement les usagers et usagères : on constate que le public dit être « plutôt satisfait » à « très satisfait » des infrastructures (bassin – 98%, temps d'attente pour les billets – 97%, vestiaires – 92%), de leur accès (signalétique – 98%, accès aux vestiaires – 97%) ou du personnel du centre sportif (accueil-réception – 96%, encadrement par les gardien-ne-s – 94%). Les points d'amélioration concernent avant tout l'encombrement des bassins, suivi de la cafétéria-restaurant du centre. Sur le premier point relatif à l'affluence dans la piscine, 13% des usagers et usagères disent être « plutôt insatisfait » et 6% « insatisfait » à « très insatisfait » ; quant à l'espace de restauration, ils sont 7% à être « plutôt insatisfait » et 10% « insatisfait » à « très insatisfait ».

15% du public déclare ne pas être pleinement satisfait du sauna (« pas du tout satisfait » à « plutôt insatisfait ») et la même proportion, 15%, dit ne pas être pleinement satisfait du solarium (« pas du tout satisfait » à « plutôt insatisfait »).



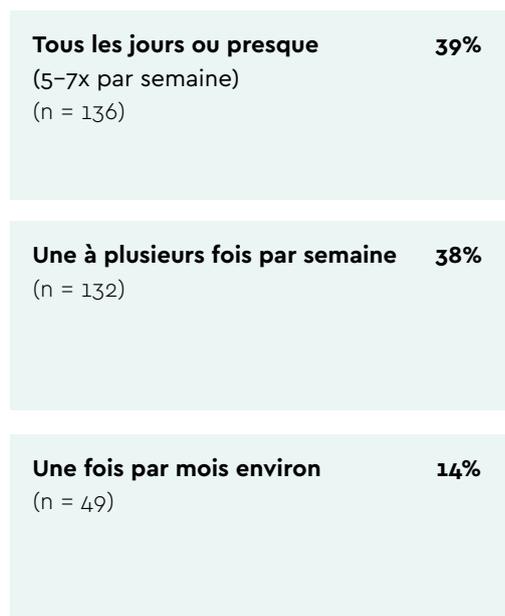
n > = 25

Les pratiques sportives des usagers et usagères

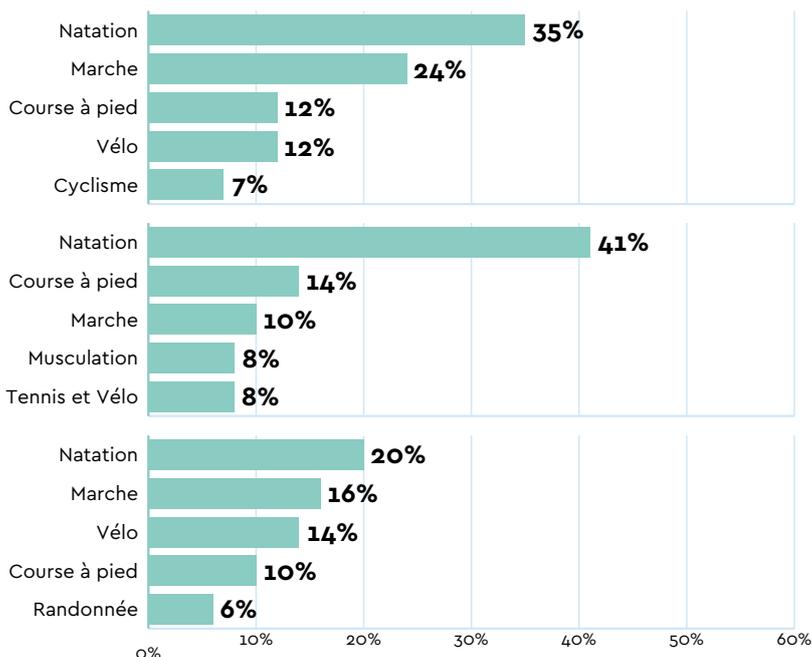
Sports pratiqués

Les répondant-e-s du centre sportif de Varembeé déclarent pratiquer également d'autres sports : après la natation sont principalement cités la marche, la course à pied, le vélo comme relevé aussi aux Vernets ; le yoga ou la randonnée sont également mentionnés.

Fréquence



5 sports les plus cités

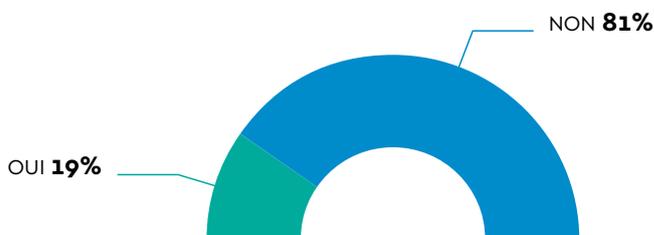


n = 347 nombre de répondant-e-s

Appartenance à un club de sport

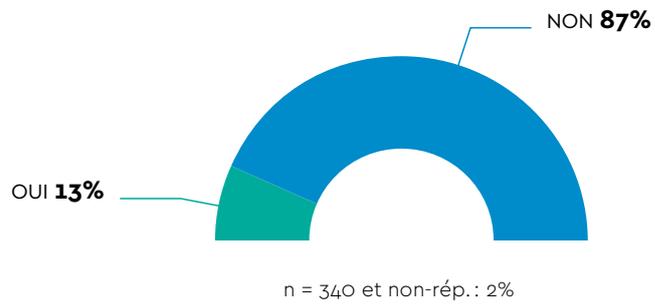
19% des usagers et usagères de Varembeé sont membres d'un club sportif ; 13% des personnes participent à des compétitions sportives.

En 2018, 20% des répondant-e-s déclarent fréquenter également un centre de fitness, c'est près de deux fois plus qu'en 2017.

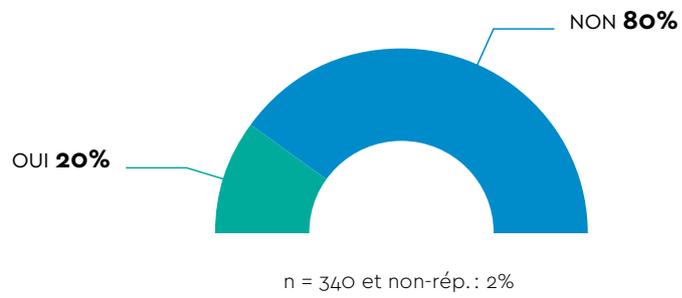


n = 331 et non-rép. : 5%

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 Varembé, 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^A:

- **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 Varembé (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 Varembé; la collecte de données s'est poursuivie en 2017 et 2018.

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.

^A 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, plus de 38'000 personnes ont été interrogées (n = 38'185) en 2018^B 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^C 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

Patinoire des Vernets	5'607
Piscine des Vernets	16'812
Total Vernets	22'996*
Piscine de Varembe	15'189
Total	38'185

* dont n = 577 « piscine/patinoire » non précisé

En 2018, 520 personnes ont répondu au **questionnaire C** : questionnaire complet sur les 2 sites des Vernets et Varembe.

1872 personnes ont été sollicitées pour répondre au questionnaire, ce qui porte le taux global de refus à 72%, soit près de trois personnes sur quatre ; en 2017 ce taux était de 57%. 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 aussi avoir déjà répondu à l'enquête (8% aux Vernets et 5% à Varembe).

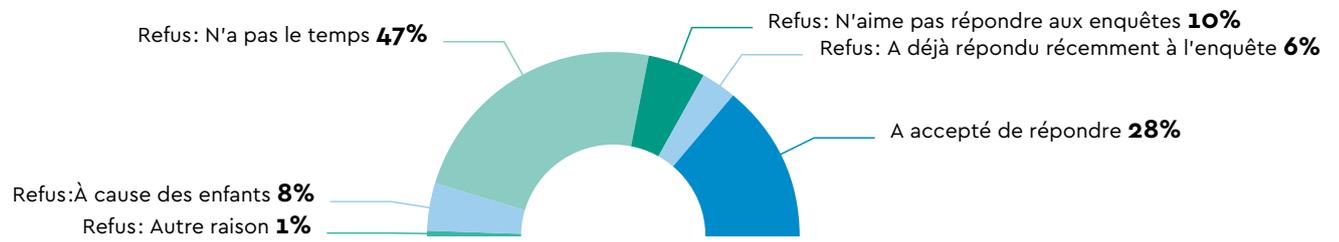
Nombre de répondant-e-s (C) par site

Vernets	173
Varembe	347
Total	520

^B 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.

^C 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 (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 Grosçarret (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, Raouf Hadidi, Clémence Héricault, Alice Escorel Boudreau, Béatrice Bretton, Isaac Solomon.

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 et 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: Cosetta Trivisan Faustini, 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

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

Tirage: 200 ex.

Genève, novembre 2019

© Unité Développement des Publics, Direction Département de la culture et du sport

Photo couverture : Nuit des musées, Nicolas Riguetti



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