

Connaissance des publics **2016**



Connaissance des publics **2016**

Table des matières

Avant-Propos	5
Musées	
Chiffres de fréquentation 2016	6
Méthodologie d'enquêtes	8
Résultats des enquêtes - R	10
Résultats des enquêtes - C	17
Évolution 2013-2016 : synthèse	35
Bibliothèques	
Quelques statistiques annuelles (BM et BGE)	37
Une étude à l'échelle du Département: « Usages des bibliothèques du DCS - enquête auprès des usagers actifs et des non-usagers »	39
Sport	
Chiffres de fréquentation 2016 (Vernets et Varembe)	56
Méthodologie d'enquêtes	57
Résultats des enquêtes - R	58
Résultats des enquêtes - C	63
Focus	
Ateliers verts des Conservatoire et Jardin botaniques	72



Avant-propos

Pour la 4^e fois, le Département de la culture et du sport (DCS) publie son Rapport annuel sur la connaissance des publics. Grâce aux récoltes de données menées de manière systématique dans les différentes institutions du département depuis 2013 et aux nouveaux dispositifs mis en place en 2016, notre base de données, unique en Suisse, nous permet des analyses de plus en plus fines des publics et des non-publics de la culture et du sport à Genève.

En 2016, notamment, des enquêtes plus complètes ont été élaborées pour le domaine sportif et menées dans les centres des Vernets et de Varembe, une enquête de satisfaction et de la fréquentation des bibliothèques de la Ville a été réalisée, un nouvel outil de mesure de la fréquentation a été mis en place aux Conservatoire et Jardin botaniques.

Toutes les données récoltées au fil des mois sont ensuite analysées dans le but de cerner les attentes et les besoins des publics et des non-publics afin de parfaire leur satisfaction et de les fidéliser. Les bases de données constituées sont donc des outils indispensables à la construction d'une politique culturelle – la connaissance des publics est un élément central des plans directeurs récemment adoptés par les musées, les bibliothèques et le Service des sports du DCS – et pour l'élaboration des programmations et des propositions de nos institutions.

Je remercie toutes celles et tous ceux qui œuvrent à cette patiente construction et vous souhaite une bonne lecture.

Sami Kanaan

Conseiller administratif en charge de la culture et du sport

Musées

Chiffres de fréquentation 2016

En 2016, la fréquentation des musées municipaux s'est élevée à **841'168 visites**.

Par rapport à l'année précédente, elle est en augmentation de 16 %.

En ajoutant les données des Conservatoire et Jardin botaniques – musée de plein air en accès libre – données à ce jour encore estimées, à plus de 500'000 visites en 2016, la fréquentation globale des musées du DCS dépasse largement le million de visites.

Cette année à nouveau, plusieurs musées ont compté **plus de 100'000¹ visites chacun**, à savoir le Musée d'art et d'histoire (n = 116'892), le Musée d'ethnographie (n = 207'786) et le Muséum d'histoire naturelle (n = 313'918).

Fréquentation par institution

(nombre de visites)

Musées du DCS ²	2016
Musée Ariana	51'767
Musées d'art et d'histoire	205'613
Musée d'art et d'histoire	116'892
Musée Rath	16'717
Maison Tavel	68'514
Cabinet d'arts graphiques	3'490
Musée d'ethnographie Genève	207'786
Muséum – Genève	371'402
Muséum d'histoire naturelle	313'918
Musée d'histoire des sciences	57'484
Bibliothèque de Genève	4'600
Total	841'168

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.).

1 Catégorie des musées de l'AMS (Association des Musées Suisses): Catégorie A > 100'000 visites.

2 Musée Rath: espace d'expositions temporaires uniquement (pas de collections permanentes);
Musée d'histoire des sciences: inclut en 2016 la Nuit de la science;
Bibliothèque de Genève: inclut les visites de l'Espace Ami-Lullin (site Bastions) et du Musée Voltaire.

Courant de l'année 2016, les **Conservatoire et Jardin botaniques** se sont dotés d'un outil performant et fiable pour mesurer la fréquentation de leur site, lequel, comme mentionné plus haut, est en plein air et en libre accès. Dès le 1^{er} septembre 2016, des bornes (éco-compteurs) ont été installées dans les 4 entrées du jardin, elles permettent pour la première fois de mesurer le flux des visiteurs et visiteuses entrants et sortants.

En 4 mois (1^{er} septembre – 31 décembre 2016), on dénombre plus de 155'000 visites. On compte très exactement $n = 173'224$ visites sur les bornes éco-compteurs, desquelles sont déduites les entrées du personnel, à hauteur de 10 % environ.

Ces bornes de comptages offrent aussi des informations clés sur les flux en termes d'horaires et de calendrier (jours, mois).

Le jour de la semaine le plus fréquenté est le dimanche.

Fréquentation – Conservatoire et Jardin botaniques

(1^{er} septembre-31 décembre 2016)

Visites **155'902**

Chiffres clés

(1^{er} septembre-31 décembre 2016)

Moyenne journalière **1'420**

Lundi-Vendredi 1'149

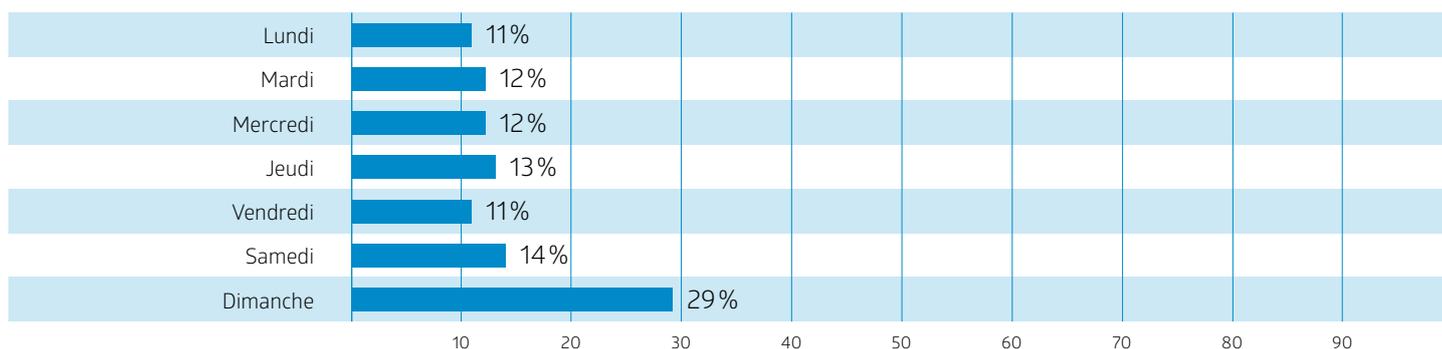
Week-end 2'093

Moyenne max. (septembre) 2'040

Moyenne min. (décembre) 820

Profil hebdomadaire

(1^{er} septembre-31 décembre 2016)



Méthodologie d'enquêtes

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

Rappelons ici que depuis 2013, un design d'enquête systématique³ a été mis en place dans les institutions suivantes: Musée Ariana; Musée d'art et d'histoire; Maison Tavel, Musée Rath; Muséum d'histoire naturelle, Musée d'histoire des sciences. Le Musée d'ethnographie est entré dans le processus de collecte de données lors de sa réouverture au mois de novembre 2014.

Le 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 questionnaire⁴:

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

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'elles et ils entrent dans le musée (en principe systématiquement).

Il comporte trois questions:

- **Le genre** de la personne interrogée
- **L'année de naissance** de la personne interrogée
- **Le lieu de résidence** de la personne interrogée

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 5 personnes, une option *groupe* (R-groupe) permet de saisir les trois questions (ou « variables ») du R pour plusieurs individus dans un même formulaire. Ce formulaire simplifié consiste en trois questions identiques au R-individuel mais les âges sont agrégés par catégories.

3 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.

4 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 un site Internet dédié.

Tous les visiteurs et visiteuses entrant au musée doivent être interrogé-e-s pour l'enquête R ou selon une méthodologie de collecte de échantillonnée et les répondant-e-s à cette enquête constituent la population-mère de nos études.

On relève un écart entre la fréquentation mesurée dans les institutions et les données R effectivement récoltées. Ainsi, dans certaines institutions, le personnel d'accueil n'arrive pas à interroger toutes les personnes entrantes, 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. Cependant, au vu du grand nombre de personnes interrogées, la taille de l'échantillon est suffisante pour pouvoir exploiter les données de manière fiable.

En 2016, dès le 5 avril, une nouvelle modalité de collecte de données R a été mis en place 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.

Le **questionnaire C** est administré par des enquêteurs et enquêtrices professionnelles ; les visiteurs et visiteuses sont interrogé-e-s durant leur parcours de visite, selon un mode d'échantillonnage (voir ci-dessous).

Il comporte 33 questions :

- Informations de base sur le contexte de l'entretien (renseigné par l'enquêteur ou l'enquêtrice)
 - Acte de visite – satisfaction, raison de la visite
 - Modalités de la visite – accompagnement, moyen de transport, fréquence
 - Lieu de résidence
 - Langues et nationalités
 - Formation
 - Activité(s) professionnelle(s)
 - Structure du ménage
 - Année de naissance
 - Remarques éventuelles – espace ouvert
- Informations de base et autre champs renseignés par l'enquêteur ou l'enquêtrice – genre, raisons du refus, météo, degré de coopérativité, situation de handicap.

La procédure de sélection des personnes interrogées pour les enquêtes C se fait au hasard et constitue donc un échantillon aléatoire. Un tournus dans le planning de collecte a été organisé pour les enquêteurs et enquêtrices afin de couvrir tous les jours de la semaine dans chaque musée. Dans l'idée originale, ce sont les données R qui permettent de cadrer les résultats des enquêtes en face-à-face.

Résultats des enquêtes – R

Sept musées municipaux sont intégrés dans le processus de collecte de données R : il s'agit du **Musée Ariana**, du **Musée d'art et d'histoire** (MAH) et de ses filiales **Musée Rath** et **Maison Tavel**, du Muséum Genève : **Muséum d'histoire naturelle** (MHN) et **Musée d'histoire des sciences** (MHS), ainsi que du **Musée d'ethnographie** (MEG).

Par données R, on entend ici les questionnaires R-individuel, R-famille et R-groupe (cf. p 8 Méthodologie d'enquêtes).

Au total, près de 250'000 visiteurs et visiteuses (n = 248'590)¹ ont été interrogés au moyen du questionnaire R dans l'ensemble des musées mentionnés ci-dessus.

Nombre de personnes interrogées – (R) par institution

Maison Tavel	53'331
Musée Ariana	47'789
Musée d'art et d'histoire	35'675
Musée d'ethnographie Genève	34'664
Musée d'histoire des sciences	23'899
Musée Rath	9'514
Muséum d'histoire naturelle	43'718
Total	248'590

On note un écart entre le nombre de personnes interrogées au moyen du questionnaire R et la fréquentation des institutions mentionnée en page 6. Cette différence tient en premier lieu au fait que les grandes manifestations – par exemple la Nuit des musées, les Journées européennes des métiers d'art, etc. – et les activités de médiation ne font pour l'instant pas partie des collectes de données R, mais sont comptabilisées dans la fréquentation (nombre de visites global) des institutions. En second lieu, certaines institutions n'arrivent pas à interroger tous les visiteurs et visiteuses entrants, comme nous l'avons exposé dans le chapitre Méthodologie d'enquêtes (p. 9). Aussi, pour pallier à cette difficulté rencontrée surtout par les grandes institutions à forte fréquentation, un nouveau design de collecte R qui procède par échantillonnage a été instauré au Muséum d'histoire naturelle et de fait, dans ce musée, un nombre moins élevé de personnes que l'an dernier ont été interrogées (cf. p 9).

À noter pour la lecture des résultats des enquêtes R qui suivent :

Maison Tavel : on note une proportion très forte de données R-groupe dans ce musée, l'usage de ce formulaire est potentiellement sur-représenté. Avec pour conséquence des informations moins précises quant à l'âge des visiteurs pour cette institution (ce formulaire, rappelons-le, utilise des classes d'âge et non l'année de naissance).

Musée d'art et d'histoire : il s'agit d'une grande institution à forte affluence, les données R collectées chaque jour sont très en deçà du nombre de visiteurs entrants, ce qui peut préjudicier la fiabilité des données. Un nouveau modèle de collecte doit être mis en place à l'avenir, à l'instar de ce qui a testé cette année en 2016 au Muséum d'histoire naturelle, autre grande institution du DCS (cf. p 9).

Musée d'ethnographie : les données R portent sur les visiteurs et visiteuses des expositions temporaires principalement, le dispositif d'enquête mis en place actuellement au MEG ne considère que le public des expositions temporaires et les groupes, lesquels passent par la borne d'accueil. Ne sont pas pris en compte les visiteurs et visiteuses de l'exposition permanente, en accès libre. En revanche, la mesure de la fréquentation ainsi que les enquêtes C sont effectuées auprès du public des deux expositions, temporaires et permanentes.

Musée Rath : le public du dimanche est sous-représenté dans les données R en 2016, car les données R collectées ce jour-ci sont très inférieures au nombre de visiteurs entrants. En 2016, le musée a présenté 3 expositions temporaires, sur une durée totale de 7 mois.

D'où viennent nos visiteurs et visiteuses ?

De quel pays ?

En 2016, parmi nos visiteurs et visiteuses, quatre personnes sur dix résident en Suisse (40%), taux légèrement inférieur à celui de 2015 (46%). Comme l'an dernier, la France est le deuxième pays le plus représenté (17%), suivi du Royaume-Uni (7%), de l'Espagne (5%) et de la Chine (4%).

Pays d'habitation

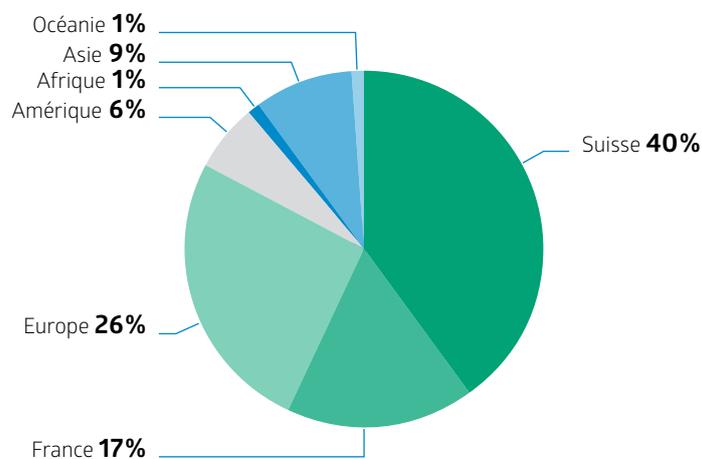
(Tous les musées ; n = 230'257)

Suisse	40 %
France	17 %
Royaume-Uni (UK)	7 %
Espagne	5 %
Chine	4 %
Italie	3 %
États-Unis d'Amérique	3 %
Allemagne	2 %
Portugal	2 %
Russie	2 %
Autres	16 %
Total	100 %

Si l'on considère le continent de résidence, au delà des 40% de visiteurs et visiteuses domiciliés en Suisse, le public provient essentiellement d'Europe à hauteur de 43% (dont 17% de France), tandis que 9% des personnes sont domiciliées en Asie et 6% en Amérique, seuls 1% résident respectivement en Afrique et en Océanie.

Région du monde d'habitation

(Tous les musées ; n = 230'210)



La proportion de visiteurs et visiteuses résidant en Suisse diffère selon les institutions. Elle est de l'ordre d'un quart à un tiers à la Maison Tavel (26%), au Musée Ariana (26%), au Musée d'histoire des sciences (29%) et au Musée d'art et d'histoire (32%); elle s'élève à la moitié au Muséum d'histoire naturelle (50%) et est de plus de trois-quarts au Musée Rath (76%) et au Musée d'ethnographie (79%).⁵

Relevons ici quelques spécificités déjà observées les années précédentes: le Muséum d'histoire naturelle accueille la plus importante proportion de public domicilié en France (32% contre 12% à 17% dans les autres institutions). Quant au Musée d'histoire des sciences, il connaît le taux le plus élevé de public en provenance du Royaume-Uni puisqu'il s'élève à 24% – contre 7% ou moins dans les autres musées. Le Musée Ariana continue à recevoir un public nombreux de résidents chinois (13%) et la Maison Tavel de public domicilié en Espagne (10%).

On notera encore que les musées suivants, Musée d'art et d'histoire, Musée Ariana et Maison Tavel, sont les trois institutions constituées du public le plus cosmopolite. En effet pour ces musées, plus de la moitié des visiteurs et visiteuses sont domicilié-e-s dans des pays très variés, autres que ceux mentionnés dans le tableau ci-dessous.

Pays d'habitation par institution

(Pays représentés à hauteur de 10% et plus; n = 230'257)

				Total catégories (pays repr. à hauteur de 10% et plus)			
Maison Tavel	Suisse	26%	France	17%	Espagne	10%	55%
Musée Ariana	Suisse	26%	Chine	13%	France	11%	50%
Musée d'art et d'histoire	Suisse	32%	France	15%			47%
Musée d'ethnographie Genève	Suisse	79%	France	15%			94%
Musée d'histoire des sciences	Suisse	29%	Roy.-Uni	24%	France	15%	66%
Musée Rath	Suisse	76%	France	12%			88%
Muséum d'histoire naturelle	Suisse	50%	France	32%			82%

⁵ Au Musée d'ethnographie, seuls les visiteurs et visiteuses des expositions temporaires sont interrogés dans le cadre des enquêtes R. On peut faire l'hypothèse que les touristes vont, pour certains, visiter uniquement l'exposition permanente, la proportion du public de l'étranger est probablement sous représentée pour ce musée.

De quelle commune ?

À l'échelle locale de la région, les analyses du lieu de résidence, en termes de commune d'habitation cette fois-ci, montrent que 20 % des personnes habitent sur la commune de la Ville de Genève et 12 % dans les autres communes du canton de Genève. 7 % résident autour de Genève, soit dans les départements de France voisine (Ain et Haute-Savoie) ou dans une commune vaudoise proche.

Commune d'habitation

(Tous les musées ; n = 230'210)

Ville de Genève	20 %
Autres communes du canton	12 %
Communes vaudoises proches	1 %
France: Haute-Savoie	4 %
France: Ain	2 %
Autres régions et pays	61 %
Total	100 %

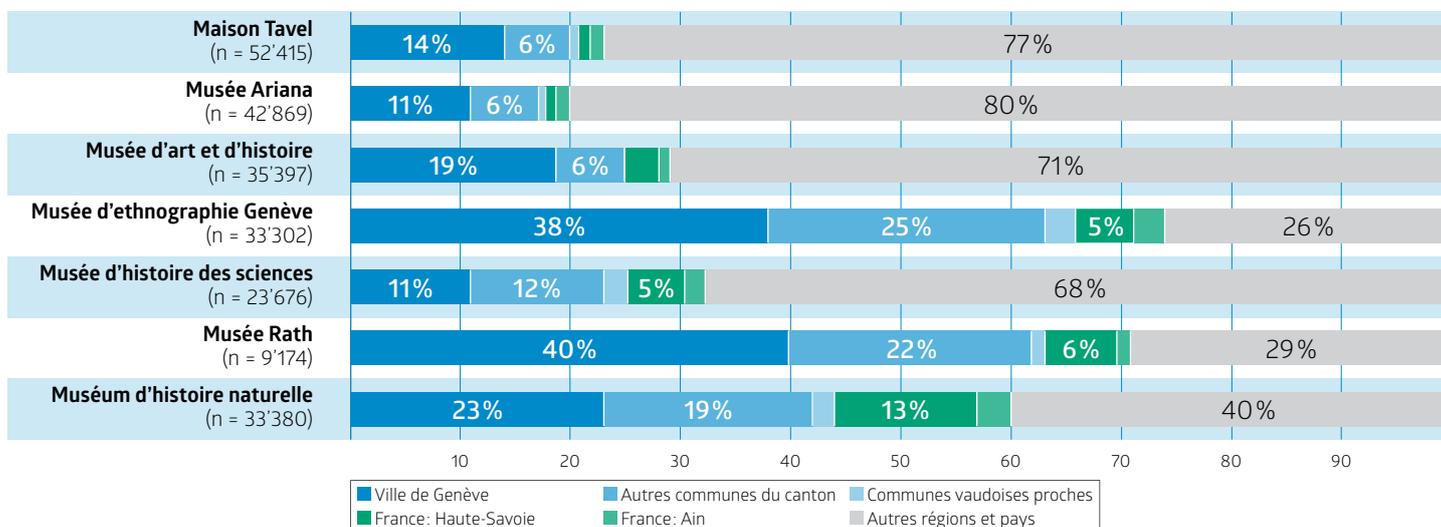
On dénombre le plus de visiteurs et visiteuses « locaux » au Musée Rath et au Musée d'ethnographie⁶ : ainsi pour ces deux musées respectivement 62 % et 63 % du public réside dans le canton de Genève.

Le Muséum d'histoire naturelle compte aussi une large proportion de public habitant le canton de Genève, soit près d'une personne sur deux (45 %) ; c'est aussi le musée qui accueille la plus grande proportion de personnes domiciliées en Haute-Savoie.

À contrario, les quatre autres musées – le Musée d'histoire des sciences, le Musée d'art et d'histoire, la Maison Tavel et le Musée Ariana – reçoivent davantage de visiteurs et visiteuses en provenance de plus loin, comme nous l'avons vu plus haut, que cela soit du reste de la Suisse et de la France ou ailleurs en Europe et dans le monde.

Commune d'habitation par institution

(n = 230'210)



⁶ Ces deux musées n'interrogent que des visiteurs d'exposition temporaires.

Qui sont nos visiteurs et visiteuses ?

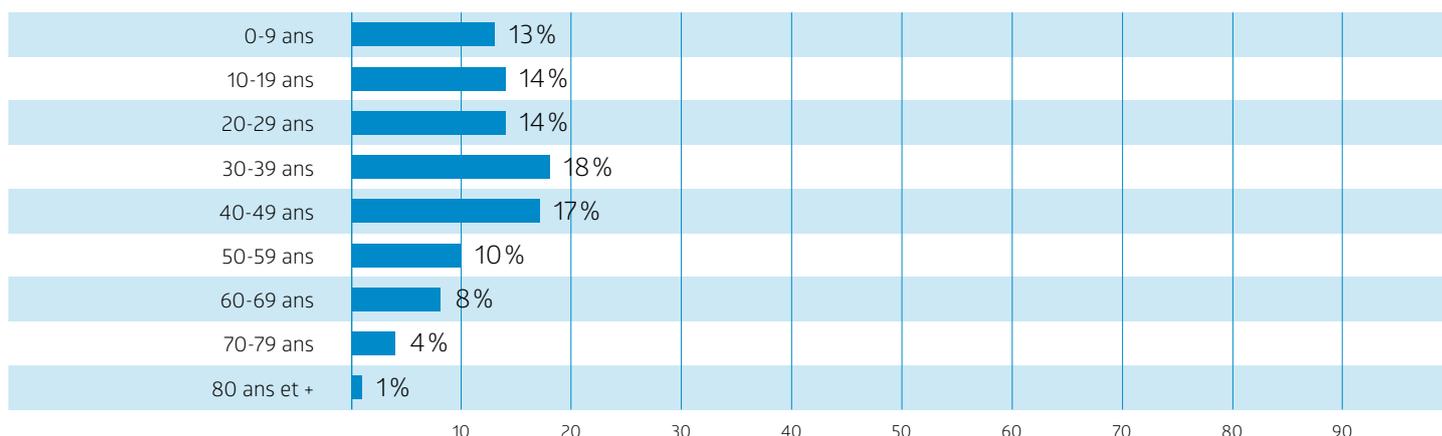
Sept ou septante-sept ans ?

Les musées accueillent des visiteurs et visiteuses de toutes les catégories d'âge. Les différentes classes d'âge se répartissent de façon relativement homogène et confirment les tendances observées les années précédentes de 2013 à 2015.

Un quart du public (27%) est composé de jeunes, âgés de moins de 20 ans ; les 60 ans et plus représentent 12% des visiteurs et visiteuses. Les 20-59 ans représentent le 61% du public des musées.

Classes d'âge

(Tous les musées ; n = 227'736)

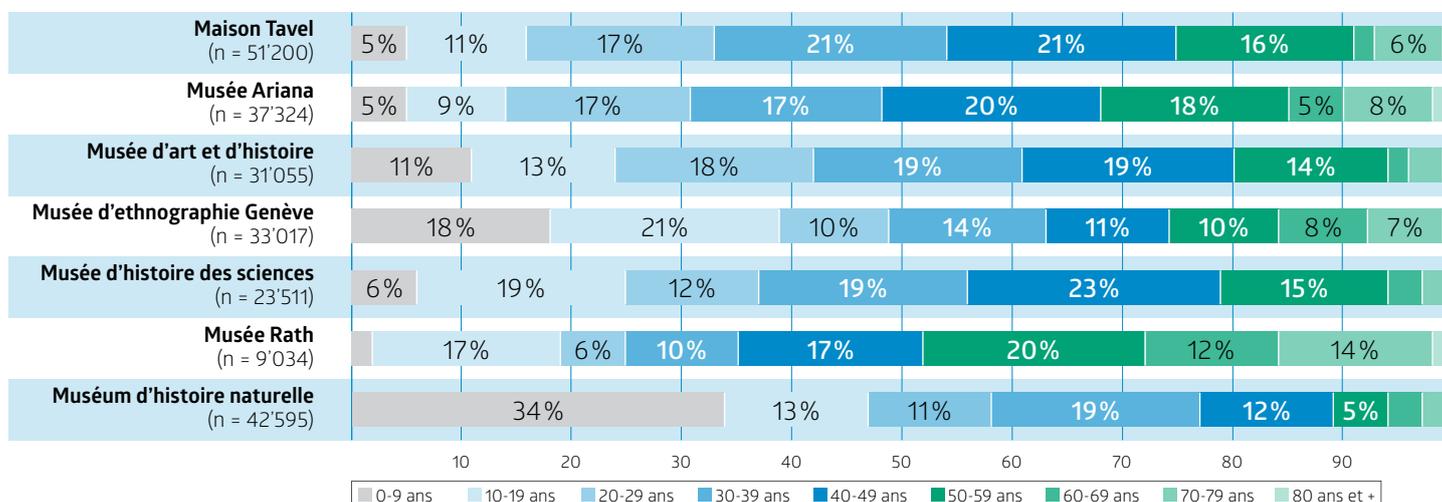


L'âge du public varie toutefois selon les musées.

On compte un taux plus élevé de jeune public au Muséum d'histoire naturelle et au Musée d'ethnographie, ceci est particulièrement marqué au Muséum dont près d'une personne sur deux est âgée de moins de 20 ans (47%). Le Musée d'ethnographie compte quant à lui 39% de jeunes visiteurs et visiteuses.

Classes d'âge par institution

(n = 227'736)



Hommes ou femmes ?

Le public des musées est composé plus largement de femmes (55 %) que d'hommes (45 %), ces chiffres confirment les tendances déjà observées dès 2013.

Genre

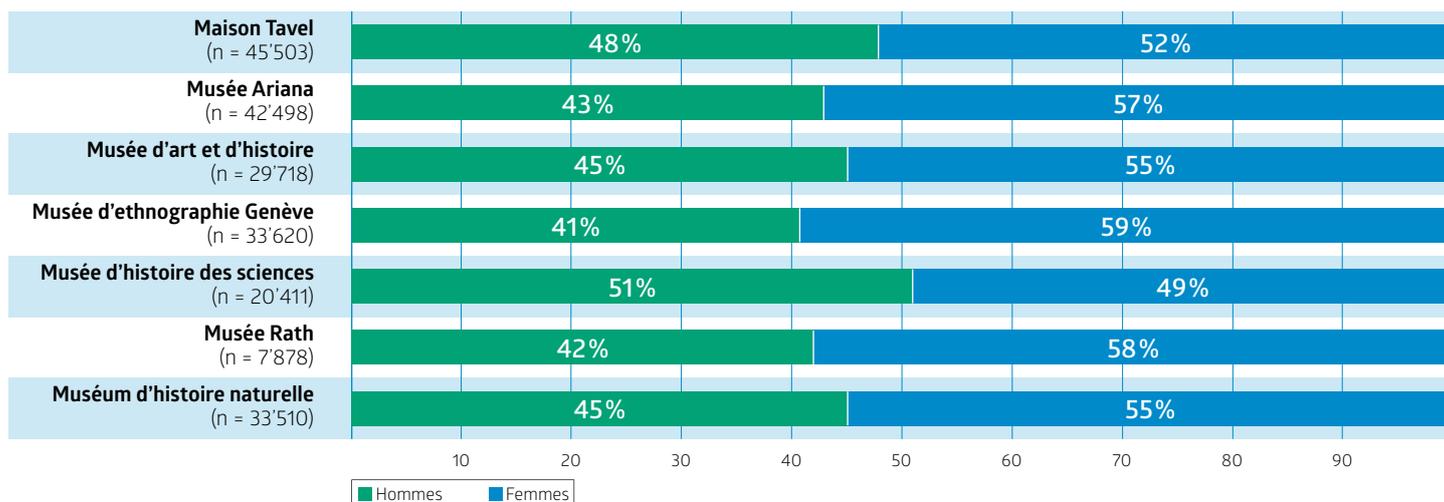
(Tous les musées ; n = 213'138)⁷



Le taux de femmes est supérieur dans tous les musées (de 52 % à 59 %), excepté au Musée d'histoire des sciences, qui compte un taux légèrement plus important d'hommes parmi ses visiteurs et visiteuses (51 %), tendance observée depuis le début des collectes il y a 3 ans.

Genre par institution

(n = 213'138)



⁷ Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 14 %, n = 35'452, ce taux provient principalement du formulaire R-groupe, pour lequel le genre des enfants n'est pas renseigné. Étant donné la taille de l'échantillon, plus de 200'000 personnes interrogées, cela n'a pas d'incidence sur les résultats.

Résultats des enquêtes – C

En 2016, plus de 2'000 personnes ont été sollicitées (n = 2'050) dans les musées pour passer un questionnaire C – complet. Avec un taux de refus à participer à l'enquête de 23% – variant entre 10% et 28% selon les institutions – ce sont près de 1'500 personnes qui ont effectivement répondu à un questionnaire C (n = 1'466).

Nombre de personnes interrogées – (C) par institution

Maison Tavel	325
Musée Ariana	238
Musée d'ethnographie Genève	459
Musée d'histoire des sciences	125
Musée Rath	72
Muséum d'histoire naturelle	247
Total	1'466

Taux de réponses et de refus par institution

(n = 2'050)

	Taux de réponses	Taux de refus
Maison Tavel	73%	27%
Musée Ariana	72%	28%
Musée d'ethnographie Genève	81%	19%
Musée d'histoire des sciences	90%	10%
Musée Rath	85%	15%
Muséum d'histoire naturelle	72%	28%

En 2016, le Musée d'art et d'histoire ne figure pas dans les résultats ci-après; le processus de collectes R et C doit être revu dans ce musée (cf. p. 11).

En savoir plus sur le profil de nos visiteurs et visiteuses

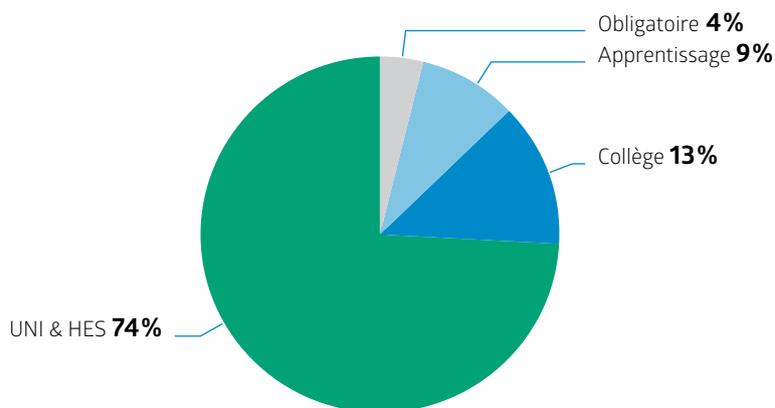
Le questionnaire C – complet – apporte des informations supplémentaires sur le profil du public de nos musées, en termes de niveau de formation, de taux d'activité professionnelle et de situation familiale.

Sont-elles et ils diplômé-e-s ?

En 2016 toujours, les trois-quarts des visiteurs et visiteuses ont un niveau élevé de formation puisque 74% ont terminé une formation du degré tertiaire – haute école spécialisée ou université ; 22% ont une formation de niveau secondaire et 4% ont une formation obligatoire.

Niveau d'études

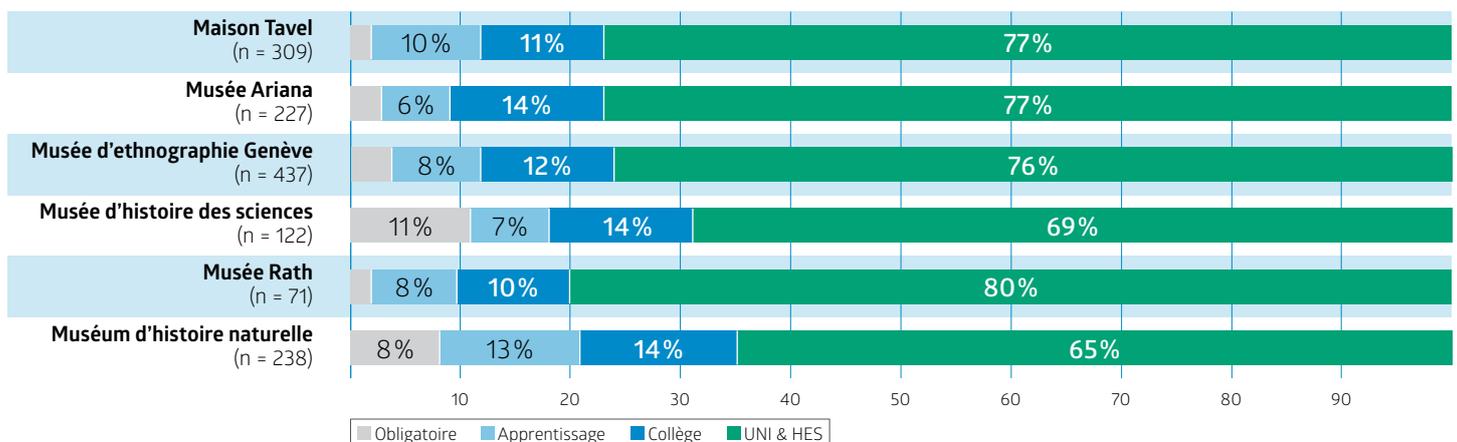
(Tous les musées ; n = 1'404)



Cette tendance est observée dans tous les musées. Toutefois le Muséum d'histoire naturelle et le Musée d'histoire des sciences comptent davantage de public avec un niveau de formation obligatoire.

Niveau d'études par institution

(n = 1'404)

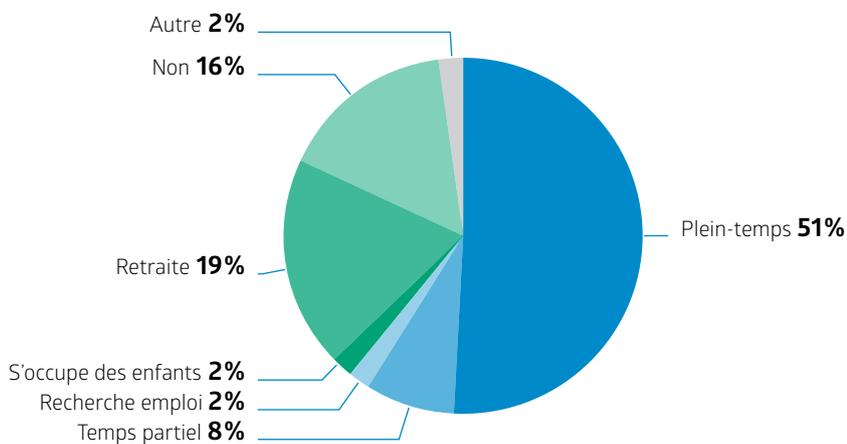


En activité professionnelle?

En 2016 à nouveau, une très large moitié des visiteurs et visiteuses des musées sont actifs professionnellement (59 %), dont la plupart travaillent à plein-temps (51%).

Exerce une activité professionnelle

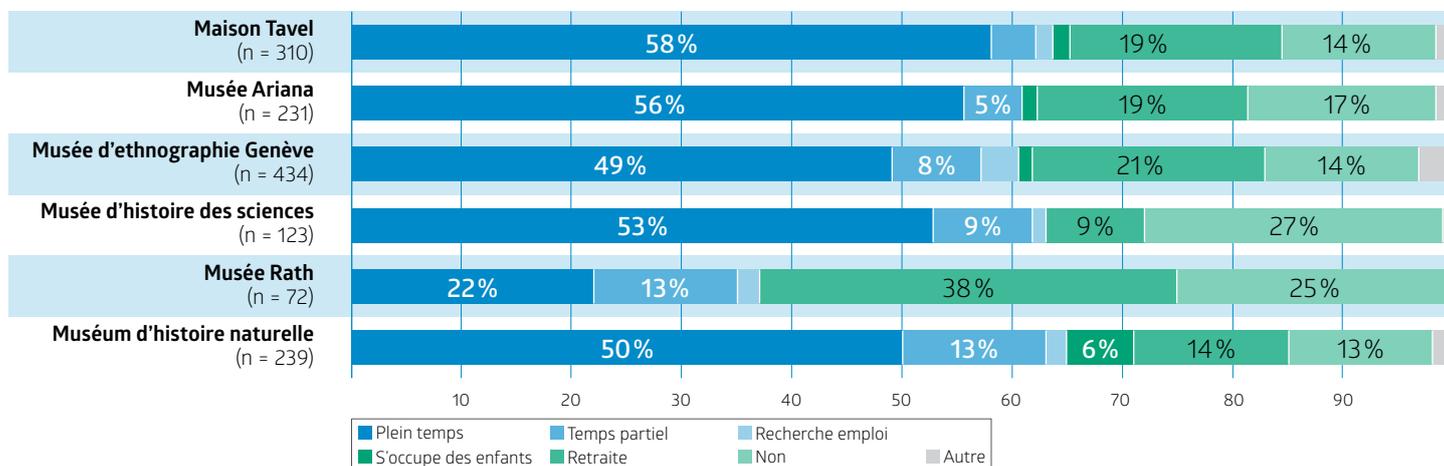
(Tous les musées; n = 1'409)



Le Musée Rath accueille la plus large part de personnes à la retraite, soit 38 % contre 9 % à 21% dans les autres musées.

Exerce une activité professionnelle par institution

(n = 1'409)

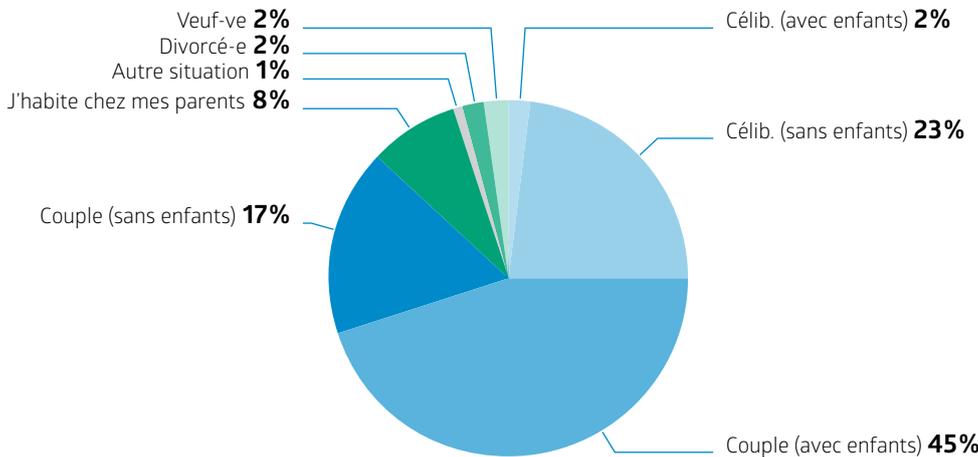


Quelle est leur situation familiale ?

Cette année encore, les couples avec enfant(s) constituent la situation familiale majoritaire parmi nos visiteurs et visiteuses (45%). Les personnes seules sans enfant sont la seconde situation familiale la plus représentée (23%) suivi des couples sans enfant (17%).

Situation familiale

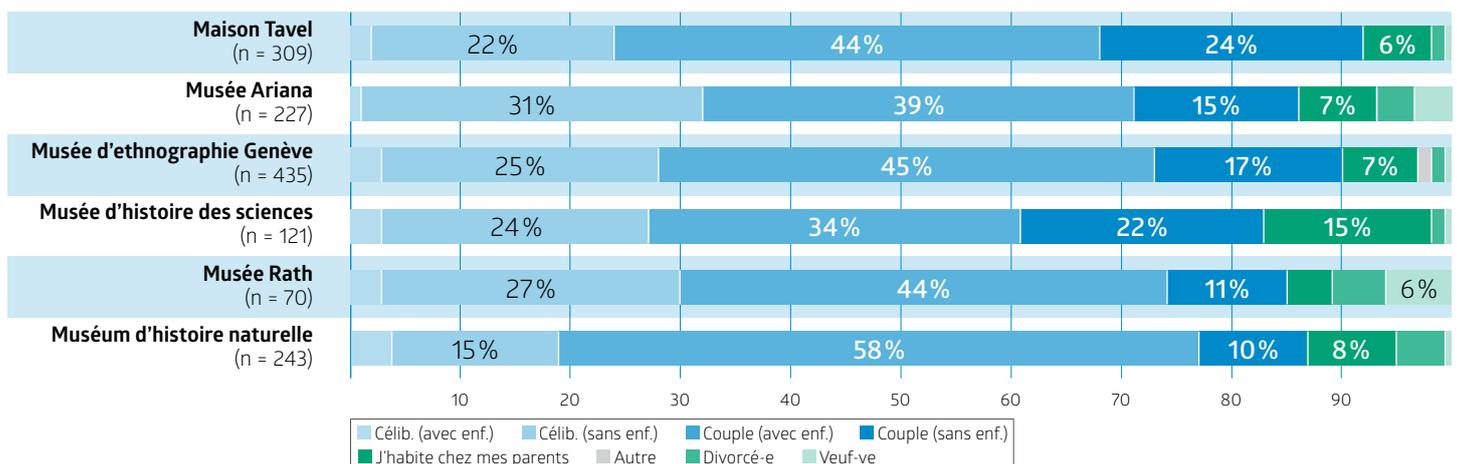
(Tous les musées ; n = 1'405)



En 2016, le Muséum d'histoire naturelle est à nouveau le musée qui compte parmi son public le plus de personnes vivant en couple avec enfant(s), mais ce taux est encore plus haut cette année et s'élève à 58% contre 50% en 2015.

Situation familiale par institution

(n = 1'405)



Les pratiques muséales de nos visiteurs et visiteuses

Fidèles ou occasionnel-le-s ?

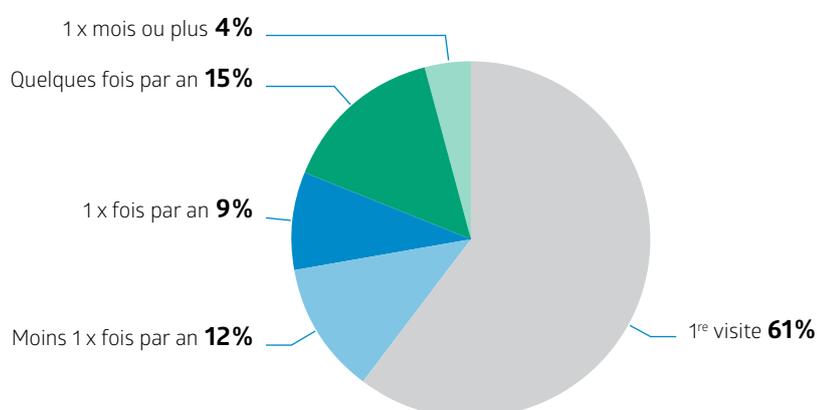
Les musées continuent à accueillir une part très importante de primo-visiteurs : en 2016, parmi le public, 6 personnes sur 10 (61%) ont franchi pour la première fois les murs d'un des musées municipaux.

Plus d'un quart des visiteurs et visiteuses sont des « fidèles » des institutions puisqu'ils viennent une fois par an ou plus.

12 % se rendent moins d'une fois par année au musée ou s'y sont rendus des années auparavant. Ces tendances confirment les résultats observés de 2013 à 2015.

Fréquence de visite du musée

(Tous les musées ; n = 14'439)



Fréquence détaillée de visite du musée

(Tous les musées ; n = 1'443)

1 x par mois ou plus	4%
1 x par 2 mois	2%
1 x par 3 mois	5%
1 x par 6 mois	8%
1 x par an	9%
Moins de 1 x par an	9%
Il y a des années	3%
1 ^{re} visite	61%
Total	100%

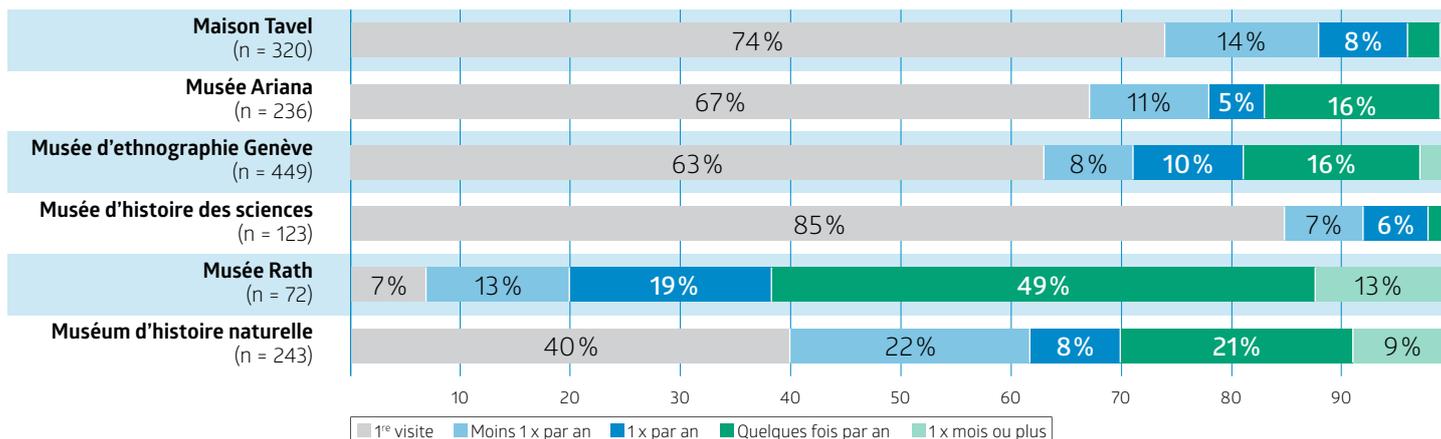
Le Musée d'histoire des sciences et la Maison Tavel accueillent une proportion plus importante de primo-visiteurs et visiteuses que les autres musées, soit respectivement 85% et 74%. En 2016, au Musée d'histoire des sciences toujours, ce taux est encore plus élevé qu'en 2015 où il s'élevait à 74%.

Cette année en revanche, le Musée d'ethnographie compte quant à lui une proportion un peu moindre de primo-visiteurs et visiteuses, soit 63% contre 71% en 2015. Le Musée Ariana se rapproche du profil du Musée d'ethnographie sur cette dimension d'analyse.

Le Musée Rath et le Muséum d'histoire naturelle sont à nouveau les deux musées qui accueillent le plus de visiteurs réguliers qui viennent une fois par an ou plus, soit respectivement à hauteur de 81% et 38%. Ils comptent aussi la proportion la plus élevée de personnes qui viennent une fois par mois ou plus, soit entre 9% et 13%.

Fréquence de visite du musée par institution

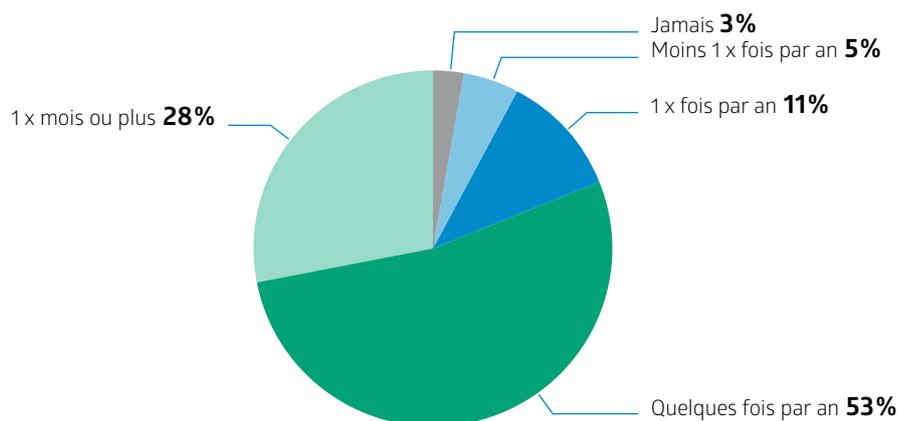
(n = 1'443)



Les données nous renseignent également sur les habitudes de fréquentation d'autres musées de la part de notre public. Nos visiteurs et visiteuses sont des habitués des musées puisque la quasi-totalité (92%) déclare se rendre dans d'autres musées au moins une fois l'an, dont plus d'un quart au moins une fois par mois (28%).

Fréquence de visite d'autres musées

(Tous les musées; n = 1'440)



Seul-e-s ou accompagné-e-s ?

La grande majorité des personnes (83%) vient accompagné au musée, que cela soit en couple, avec des amis, avec des enfants ou encore avec de la famille. Le taux de personnes qui viennent seules s'élève donc à 17%.

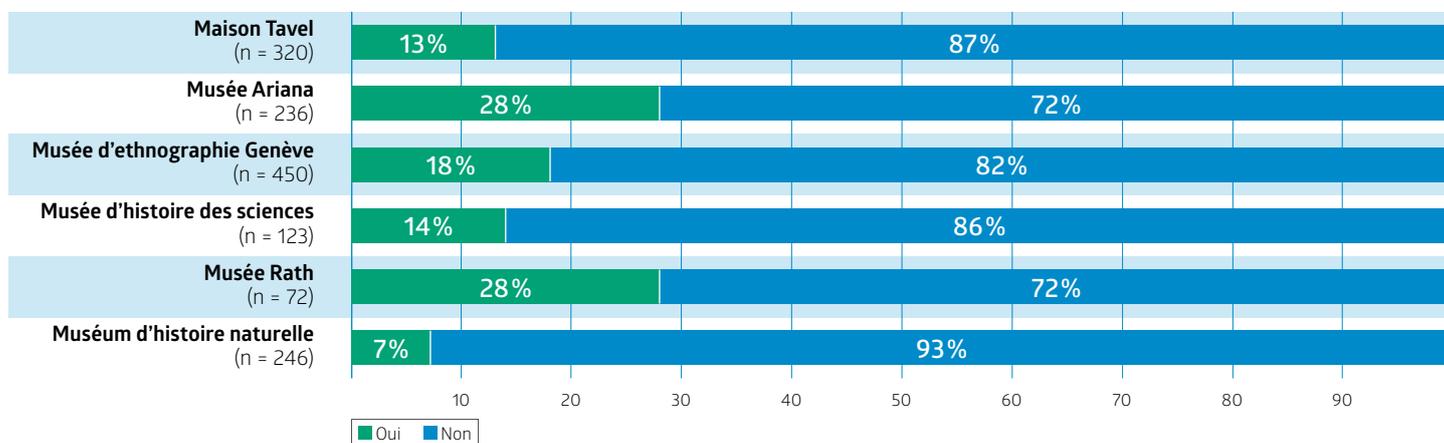
Est venu-e seul-e ?

(Tous les musées ; n = 1'447)



Est venu-e seul-e ? Par institution

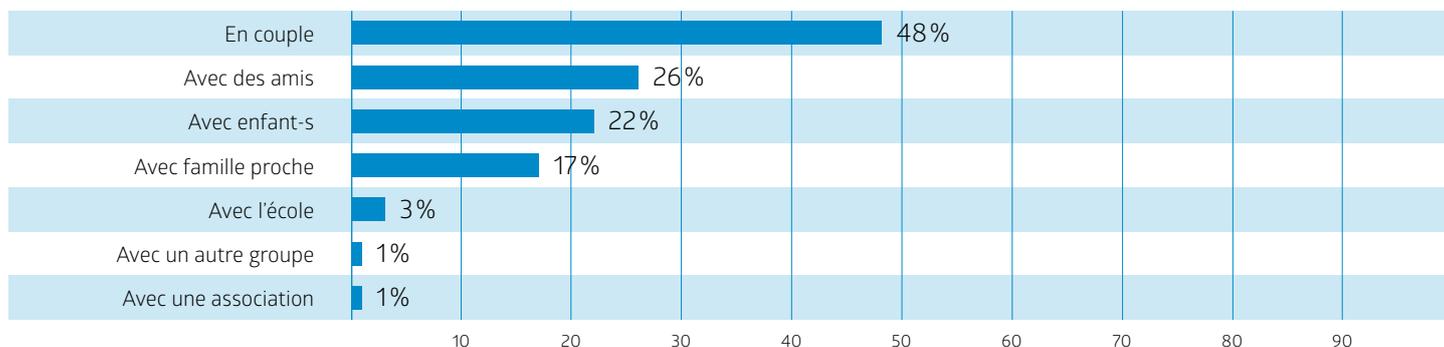
(n = 1'447)



On observe un taux plus important de personnes qui viennent seules au Musée Rath et au Musée Ariana, à hauteur de 28%. Pour ce dernier musée, ce taux est encore plus élevé qu'en 2015 (21%). À contrario l'immense majorité du public du Muséum d'histoire naturelle vient accompagné (93%). Ces tendances étaient déjà présentes en 2014 et 2015.

Accompagnement

(Tous les musées ; n = 1'201 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)



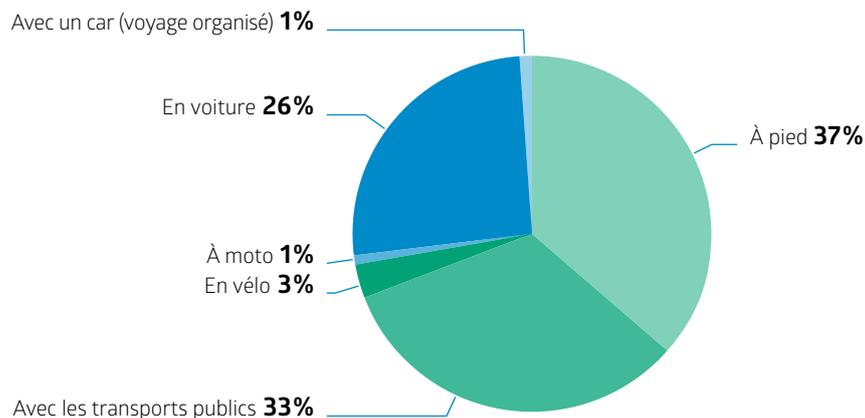
Quels moyens de transport utilisent-ils ou elles ?

En 2016 à nouveau, trois modalités de transport sont privilégiées par le public pour venir visiter le musée : à pied (37%), avec les transports publics (33%) et en voiture (26%).

Les autres moyens de déplacement restent marginaux (vélo, moto, car en voyage organisé, autre).

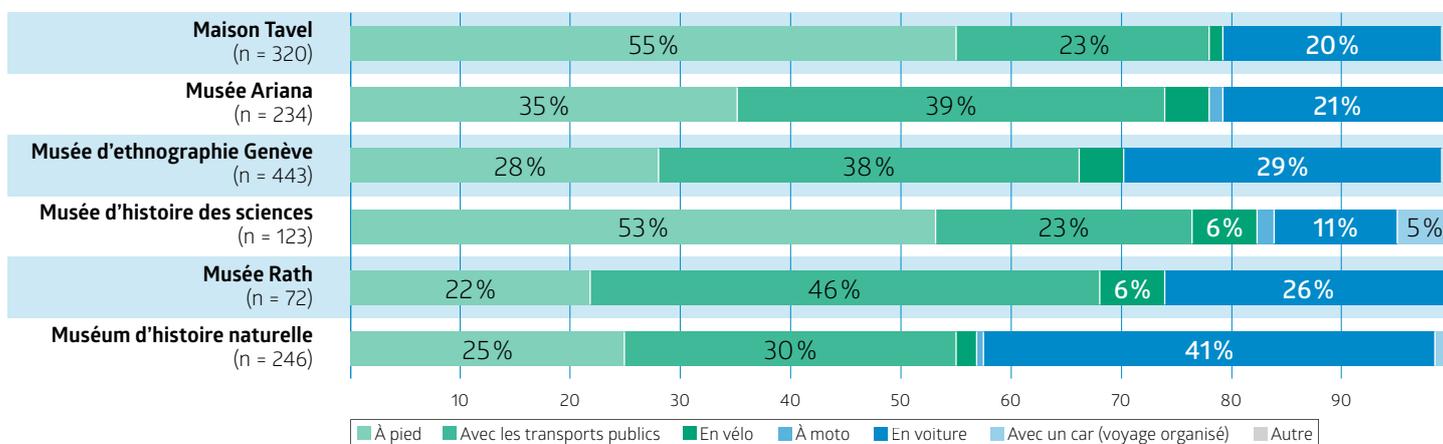
Moyen de transport

(Tous les musées ; n = 1'438)



Moyen de transport par institution

(n = 1'438)



Plus d'une personne sur deux se rend à pied dans deux musées de la Ville, soit à la Maison Tavel (55%) et au Musée d'histoire des sciences (53%). Dans les autres musées, le taux de « piétons » s'élève de 22% à 35%.

Les visiteurs et visiteuses du Muséum d'histoire naturelle sont les plus nombreux à venir en voiture pour visiter un musée. Comme énoncé plus haut (p. 14), ce musée accueille aussi une plus forte proportion que les autres institutions de personnes résidant dans la région (Ain et Haute-Savoie).

Les raisons et la satisfaction de la visite au musée

Comment connaît-on le musée ?

Les visiteurs et visiteuses déclarent avoir connaissance de nos institutions muséales principalement par le « bouche-à-oreille » (22%). Les musées sont ensuite connus du public de par le fait de vivre à Genève et de savoir que le musée existe (19%) ou d'être passé devant par hasard (17%).

Les guides touristiques (13%) et les sites web, autre que celui du musée, (11%) sont d'autres moyens de connaissance de l'existence des musées, cités par les répondant-e-s. Une analyse sur la connaissance du musée via des guides touristiques et fonction du pays d'habitation montre que les personnes qui habitent en Suisse sont 2% (n = 654) à citer cette raison, ceux qui habitent en France 12% (n = 377), aux USA 20% (n = 44), en Allemagne 24% (n = 25), en Espagne 28% (n = 43) et en Italie 50% (n = 22).

Les réseaux sociaux ou autres moyens de communication émis par le musée sont faiblement cités par les visiteurs et visiteuses, lesquels n'utilisent pas, on peut le supposer, ces médias pour connaître le musée à proprement parler mais plutôt pour s'informer sur le contenu du programme proposé par l'institution.

Connaissance du musée

(Tous les musées ; n = 1'466 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

	% répondants
Bouche à oreille	22%
Vit à Genève	19%
Passé par hasard	17%
Guide touristique	13%
Autres sites web	11%
Autre	8%
Affiche	8%
Vient parfois	7%
Presse écrite	6%
Vient depuis enfant	4%
Office du tourisme	4%
École	3%
Site web du musée	2%
Mes enfants	1%
TV	1%
Radio	1%
Newsletter du musée	1%
Dépliant du musée	1%
Nouveaux médias	0%
Spot multimédia	0%
Autres enfants	0%

Connaissance du musée par institution

(Les cinq catégories de réponse les plus représentées; n = 1'466 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

% de répondant-e-s (coché)	1.	2.	3.	4.	5.
Maison Tavel (n = 318)	25 % guide touristique	23 % passé par hasard	18 % bouche à oreille	16 % autres sites web	15 % vit à Genève
Musée Ariana (n = 236)	38 % passé par hasard	16 % bouche à oreille	15 % guide touristique	14 % vit à Genève	10 % autre
Musée d'ethnographie Genève (n = 459)	30 % bouche à oreille	24 % vit à Genève	18 % affiche	13 % presse écrite	10 % autres sites web
Musée d'histoire des sciences (n = 125)	27 % passé par hasard	20 % autres sites web	20 % guide touristique	15 % bouche à oreille	11 % école + 11 % autre
Musée Rath (n = 72)	36 % vit à Genève	22 % vient temps en temps	22 % affiche	15 % autre	13 % bouche à oreille
Muséum d'histoire naturelle (n = 247)	28 % bouche à oreille	24 % vit à Genève	17 % vient parfois	12 % vient depuis enfant	11 % autres sites web + 11 % guide touristique

À nouveau on constate des différences selon les musées.

Dans les institutions qui accueillent une large part de public local, bien évidemment la réponse « vit à Genève et connaît l'existence du musée » arrive plutôt en tête des réponses citées, au même titre que le « bouche-à-oreille » (Musée d'ethnographie, Muséum d'histoire naturelle et Musée Rath). Les musées de la rive droite de la Ville, situés dans des parcs, semblent attirer des promeneurs qui déclarent avant tout connaître le lieu pour y être « passé par hasard » (Musée Ariana et Musée d'histoire des sciences).

En 2016, plusieurs musées sont potentiellement bien référencés dans les « guides touristiques », puisque cette réponse est plébiscitée à la Maison Tavel (25%), au Musée d'histoire des sciences (20%) et au Musée Ariana (15%), et ce davantage qu'en 2015 pour ces trois institutions.

Les affiches restent, au Musée d'ethnographie, un canal de communication reconnu, cité par 18% des visiteurs et visiteuses, soit deux fois plus qu'en 2015.

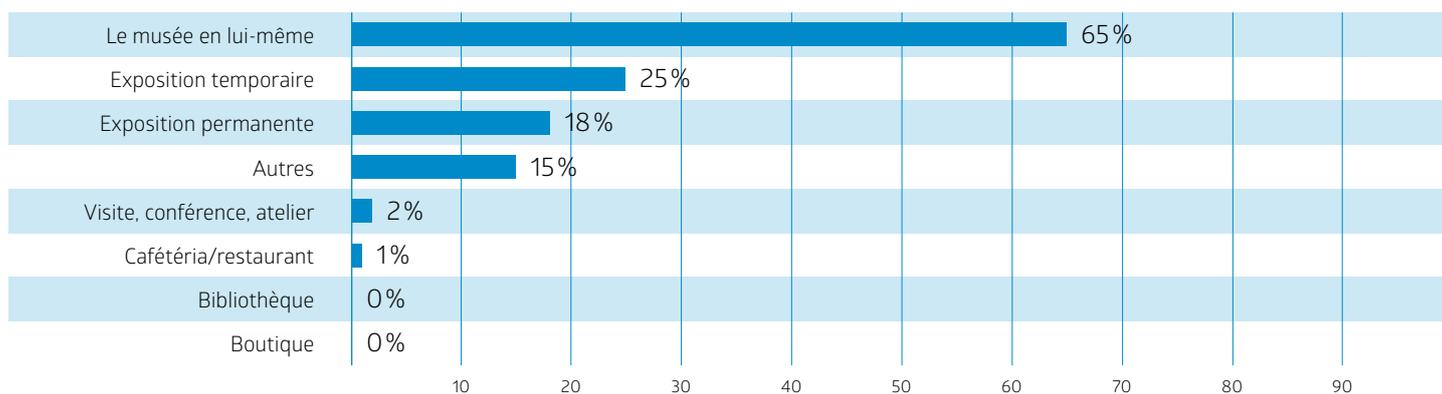
Quels sont les motifs de la visite ?

Concernant les motifs de visite, les deux-tiers des personnes (65 %) déclarent venir pour « le musée en lui-même », ce taux est un peu plus élevé qu'en 2015 où il s'élevait à 53 % ; un quart des répondants (25 %) citent « l'exposition temporaire » et 18 % « l'exposition permanente ». 15 % déclarent venir pour des motifs « autres ».

Les « visites, conférences, ateliers », la « cafétéria/restaurant »⁸, la bibliothèque ou la boutique des institutions ne sont cités que marginalement ou pas en tant que motifs premiers de visite de l'institution.

Motifs de la visite

(Tous les musées ; n = 1'447 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)



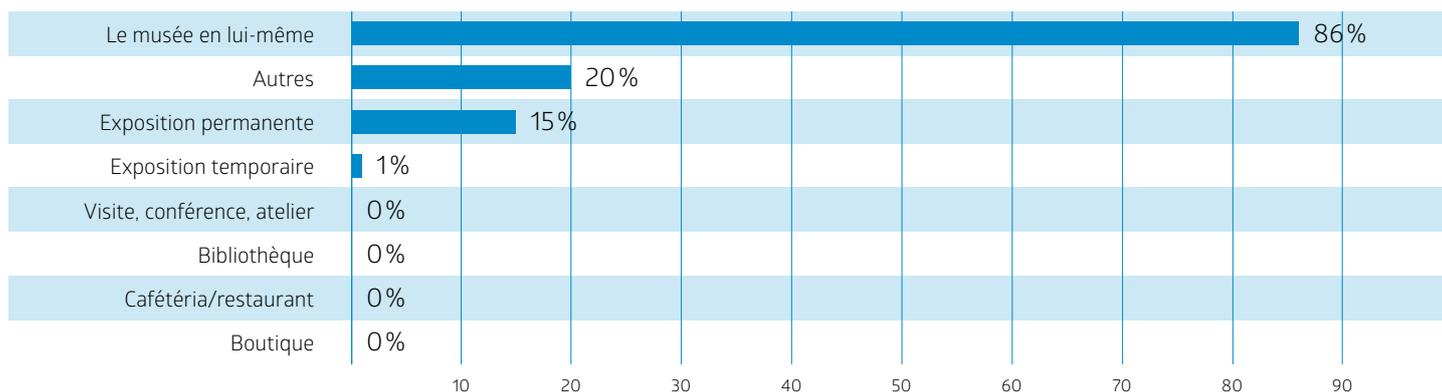
Dans tous les musées, on déclare en premier lieu venir pour le « musée en lui-même » (de 50 % au MEG à 86 % à la Maison Tavel), sauf au Musée Rath où l'on vient pour les expositions temporaires à hauteur de 88 % – le lieu n'expose pas de collection permanente. Comme en 2015, les « expositions temporaires » sont les seconds motifs de visite les plus cités au Musée Ariana (19 %) ainsi qu'au Musée d'ethnographie où ce taux s'élève cette année à 40 %.

Les motifs « autres » sont cités assez largement à la Maison Tavel (20 %) et au Muséum d'histoire naturelle (27 %) (2^e motif cité). Dans ces deux institutions, les trois premiers mots-clés mentionnés sont, à la Maison Tavel : « maquette », « Genève », « histoire » et au Muséum d'histoire naturelle : « enfants », « visite » et « animaux ».

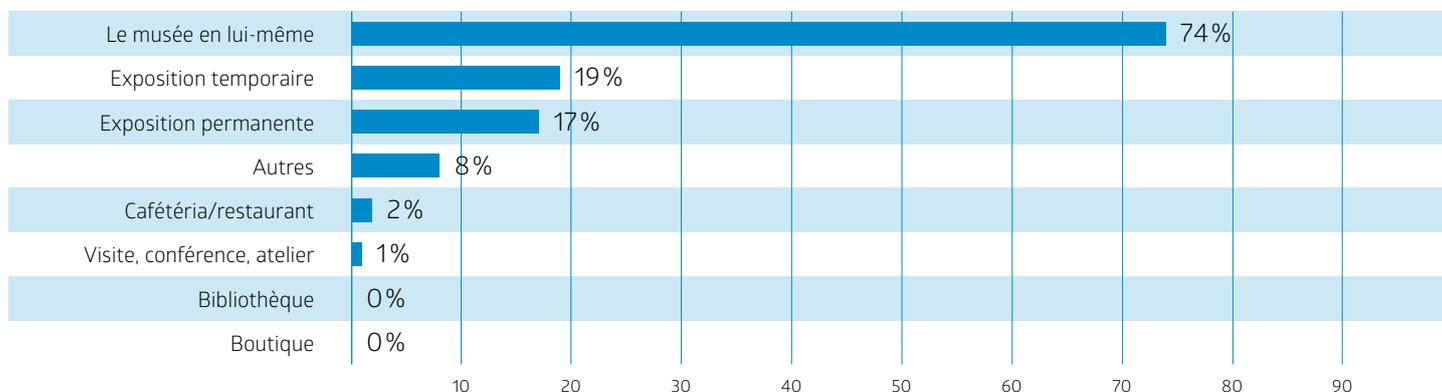
⁸ Le Musée Rath, la Maison Tavel et le Musée d'histoire des sciences ne disposent pas de cafétéria.

Motifs de la visite – Maison Tavel

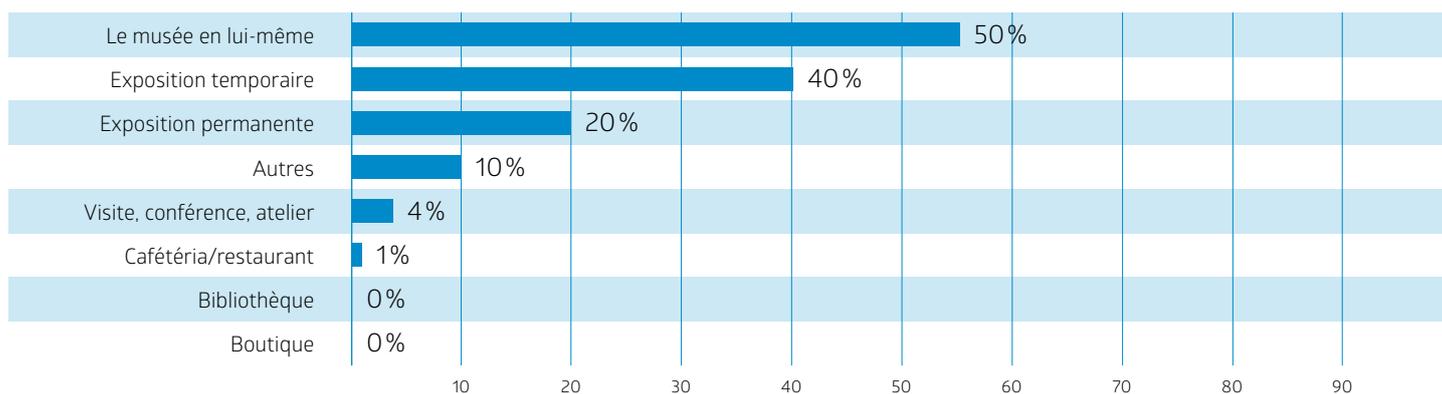
(n = 325 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

**Motifs de la visite – Musée Ariana**

(n = 238 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

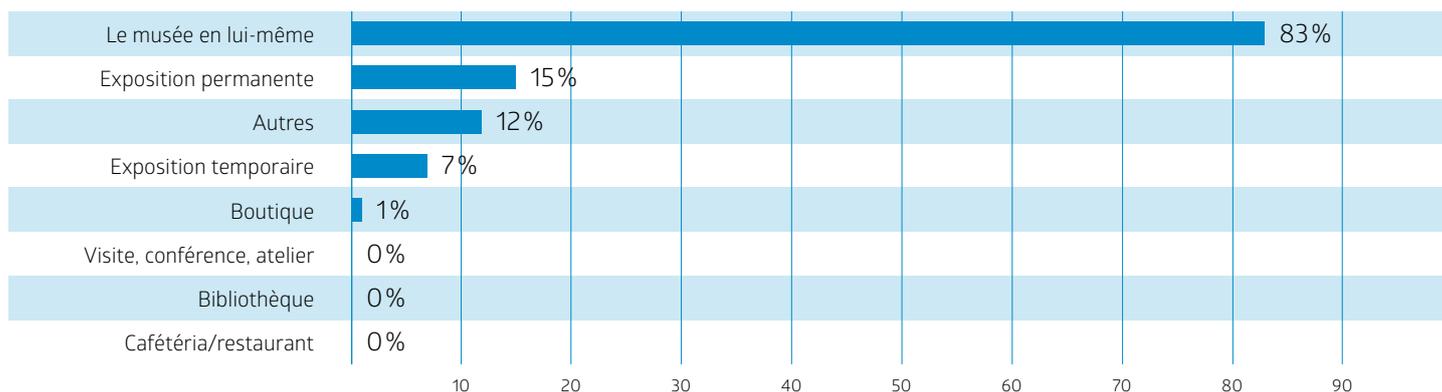
**Motifs de la visite – Musée d'ethnographie**

(n = 459 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

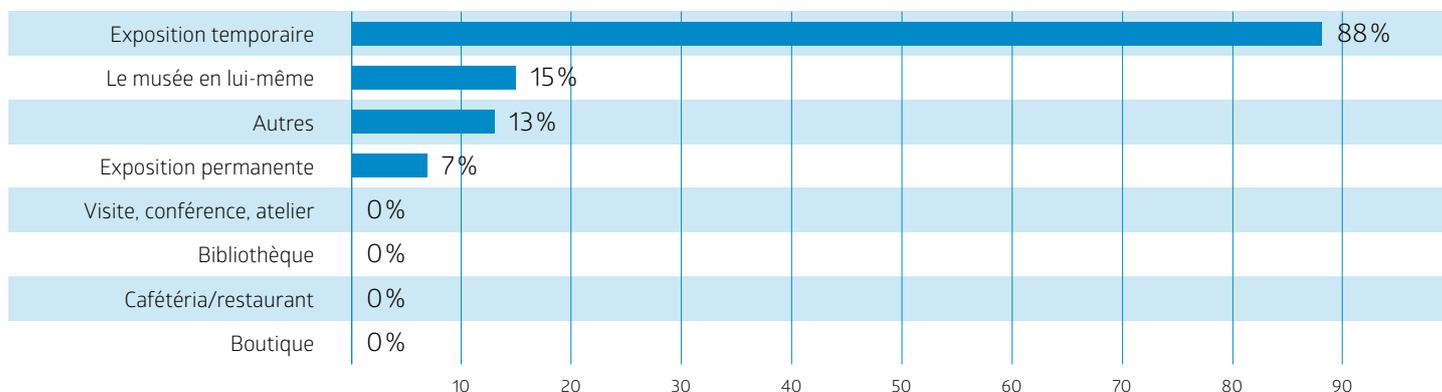


Motifs de la visite – Musée d'histoire des sciences

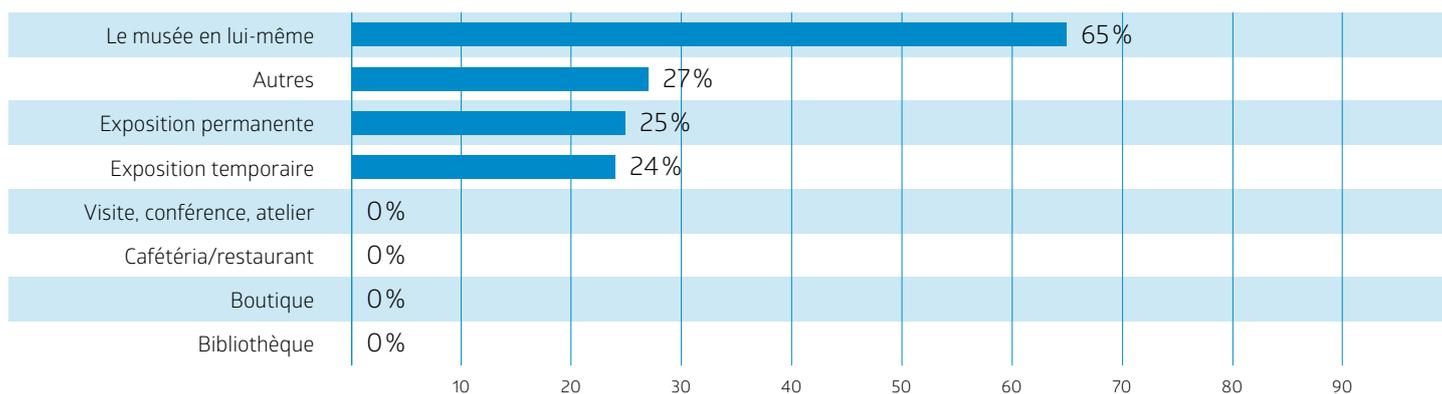
(n = 125 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

**Motifs de la visite – Musée Rath**

(n = 72 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)

**Motifs de la visite – Muséum d'histoire naturelle**

(n = 247 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles)



Satisfait-e-s ou non ?

Plusieurs prestations proposées par les musées sont évaluées. D'une manière générale le public reste, en 2016, largement satisfait par ces prestations. Sur l'échelle de mesure « satisfait » à « très satisfait », on relève des taux de 96 % à 74 % selon les dimensions évaluées : visite guidée, conférence, stage (96 %) ; accueil (93 %) ; discrétion de la surveillance (93 %) exposition permanente (92 %) ; exposition temporaire (91 %) ; cafétéria ou restaurant (87 %) ; support d'aide à la visite (77 %) ; boutique (76 %) ; signalétique intérieure (74 %).

L'offre muséale en termes d'exposition permanente et d'exposition temporaire ainsi que les programmes de médiation culturelle satisfont les visiteurs et les visiteuses.

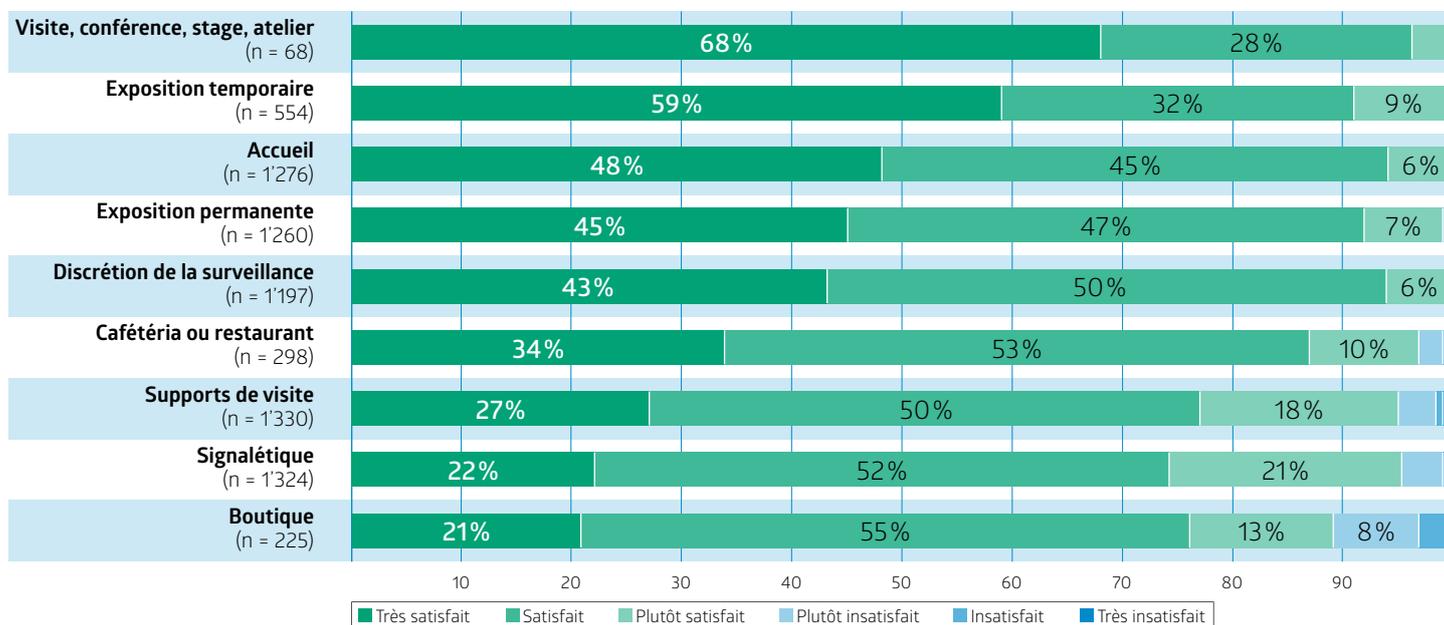
Par rapport à 2015, l'évaluation de toutes les prestations est à la hausse ou stable.

L'insatisfaction déclarée (catégories « plutôt insatisfait » à « très insatisfait ») concerne uniquement quelques dimensions, avec de faibles taux : la « boutique du musée » 11% (contre 19% n = 857 en 2015), les « supports de visite » 5% (12% n = 3'309 en 2015), la « cafétéria-restaurant »⁹ 3% (contre 8% n = 837 en 2015) et enfin la signalétique intérieure 4% (7% n = 3'670 en 2015). Cette année encore, les boutiques¹⁰ des musées sont mieux évaluées par le public que les années précédentes, où en 2014 par exemple on comptait 33% de personnes insatisfaites.

Les supports de visite restent une dimension sur laquelle une amélioration peut être apportée afin de mieux satisfaire le public aux Musée Ariana, Musée d'histoire des sciences et Musée Rath. Un effort pourrait être porté sur la signalétique intérieure principalement à la Maison Tavel et au Musée Rath.

Satisfaction avec les prestations du musée

(Tous les musées ; n = 1'425 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles [échantillon : n > 25 personnes])

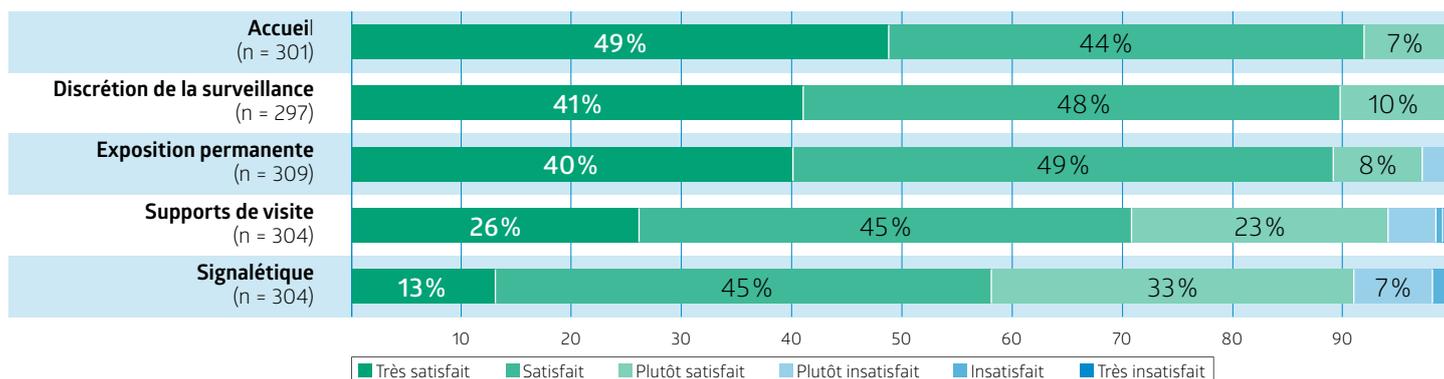


9 Le Musée Rath, la Maison Tavel et le Musée d'histoire des sciences ne disposent pas de cafétéria.

10 Le Musée Ariana, le Musée d'ethnographie et le Muséum d'histoire naturelle disposent d'un espace boutique dédié.

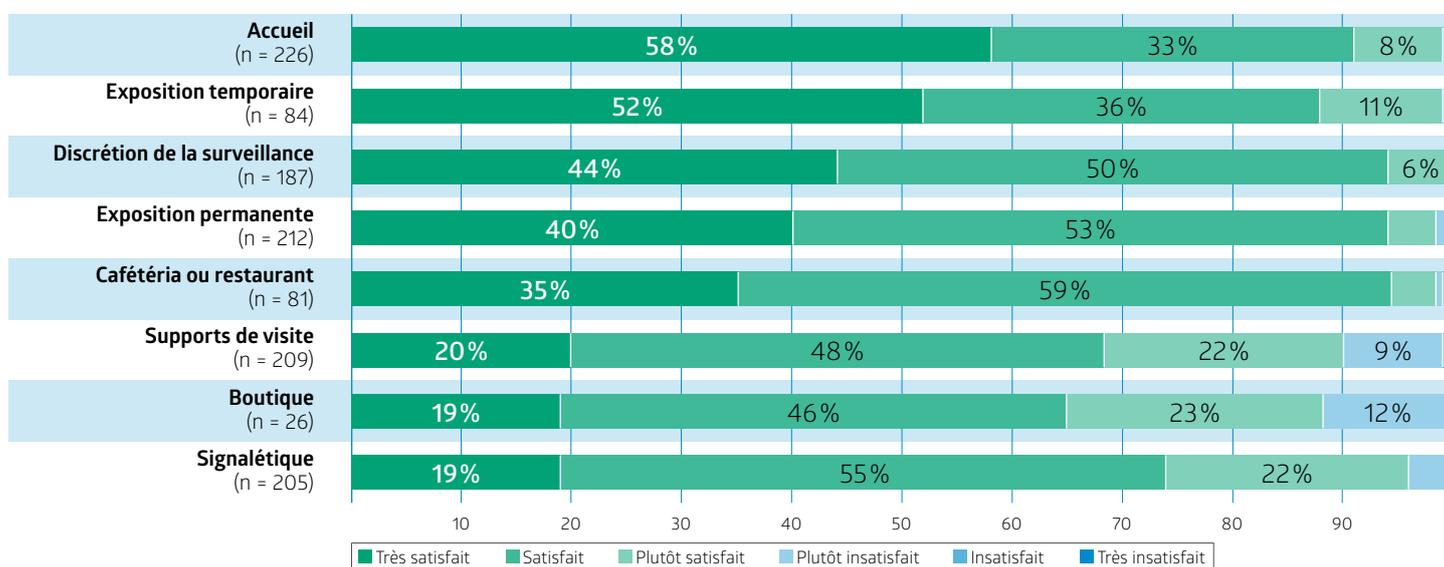
Satisfaction avec les prestations du musée – Maison Tavel

(n = 325 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles [échantillon: n > 25 personnes])



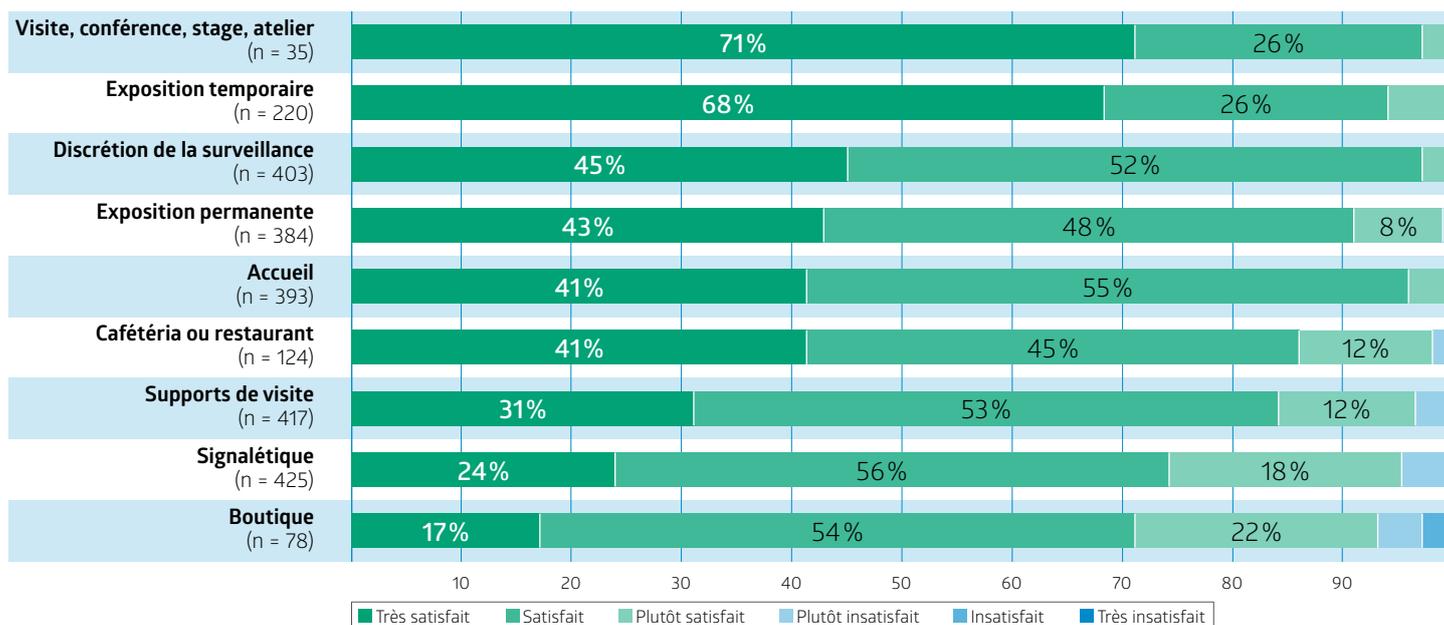
Satisfaction avec les prestations du musée – Musée Ariana

(n = 238 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles [échantillon: n > 25 personnes])



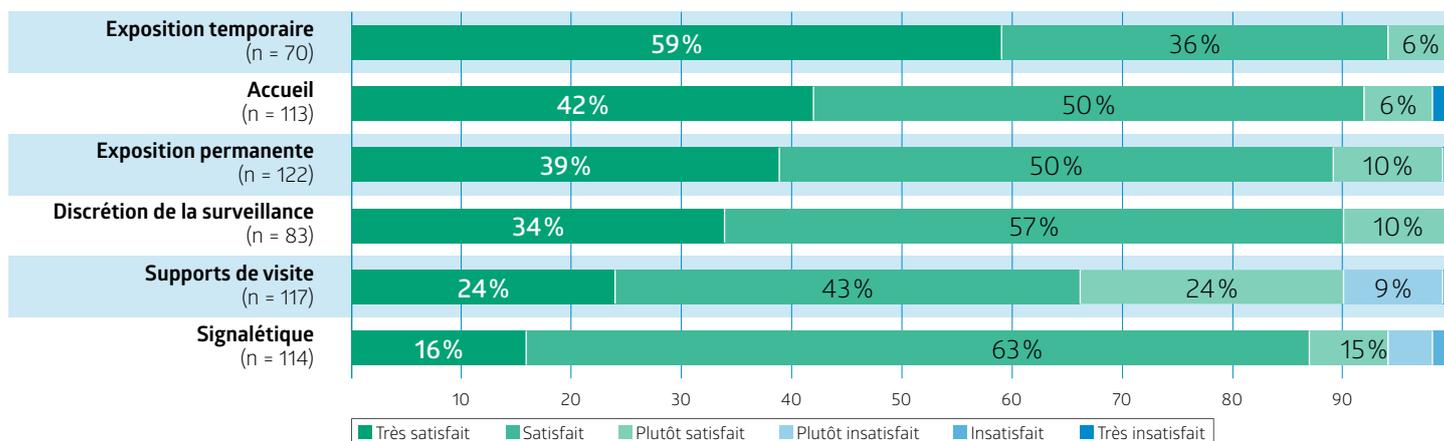
Satisfaction avec les prestations du musée – Musée d'ethnographie

(n = 459 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles [échantillon: n > 25 personnes])



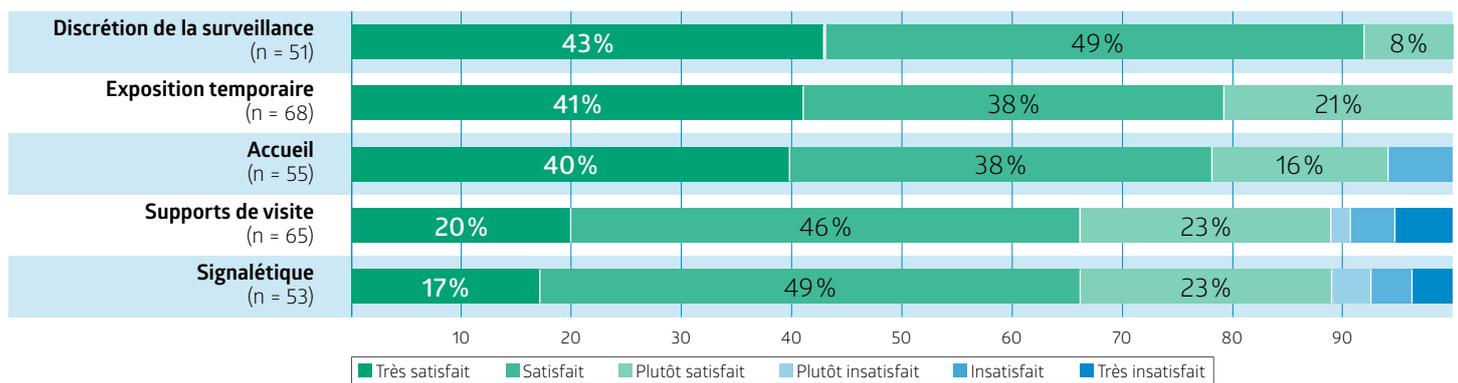
Satisfaction avec les prestations du musée – Musée d'histoire des sciences

(n = 125 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles [échantillon: n > 25 personnes])



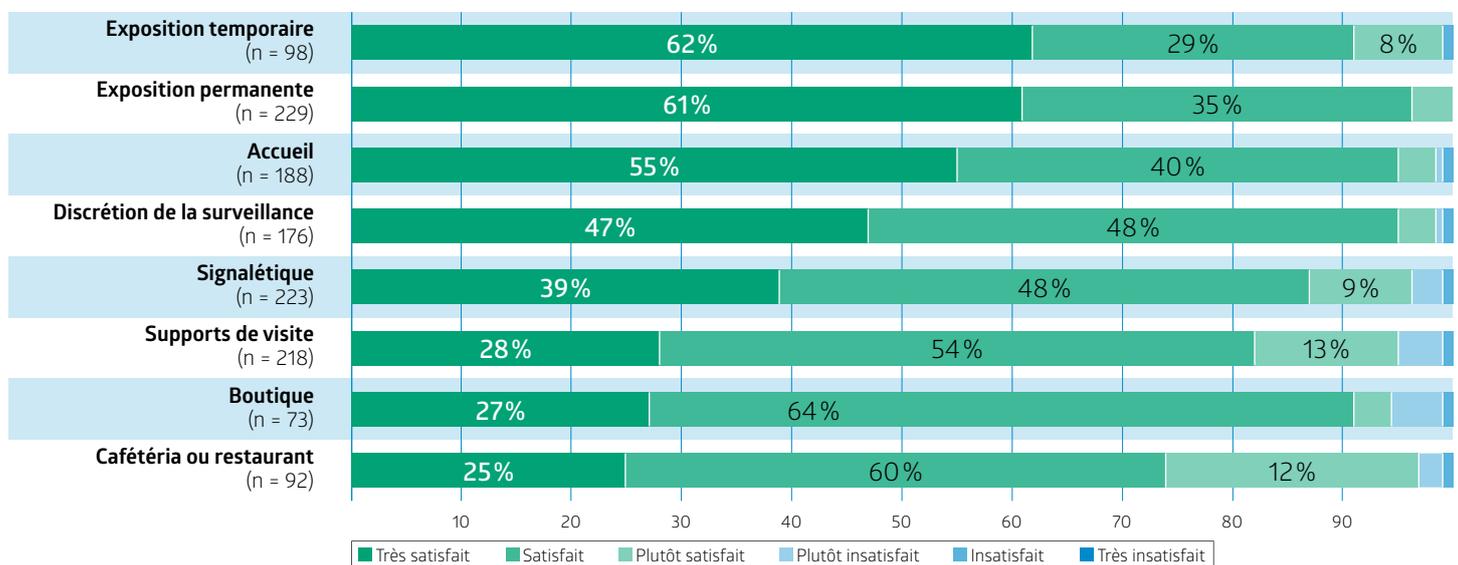
Satisfaction avec les prestations du musée – Musée Rath

(n = 72 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles [échantillon: n > 25 personnes])



Satisfaction avec les prestations du musée – Muséum d'histoire naturelle

(n = 247 répondant-e-s, plusieurs réponses possibles [échantillon: n > 25 personnes])



Évolution 2013-2016: synthèse

Enquêtes - R

		2016 (%)	2015 (%)	2014 (%)	2013 (%)
Pays d'habitation	Suisse	40	46	45	42
	France	17	19	18	22
	Autres pays	43	35	37	36
Commune d'habitation	Ville de Genève	20	24	23	21
	Autres communes du Canton	12	13	13	14
	France voisine (Haute-Savoie et Ain)	6	8	9	10
Classe d'âge	0-9 ans	13	15	14	15
	10-19 ans	14	15	12	13
	20-29 ans	14	15	14	15
	30-39 ans	18	18	17	16
	40-49 ans	17	16	17	16
	50-59 ans	10	9	12	12
	60-69 ans	8	7	5	3
	70-79 ans	4	4	7	7
80+ ans	1	1	1	1	
Genre	Hommes	45	44	45	45
	Femmes	55	56	55	55

Évolution 2013-2016: synthèse

Enquêtes - C¹¹

		2016 (%)	2015 (%)	2014 (%)	2013 (%)
Niveau d'études	Uni & HES	74	76	76	74
	Collège	13	13	10	13
	Apprentissage	9	9	11	9
	Obligatoire	4	3	3	4
Fréquence de visite du musée	1 ^{re} visite	61	58	54	55
	1 x mois ou plus	4	4	3	5
	Quelques fois par an	15	19	17	15
	1 x an	9	8	10	9
	Moins 1 x an	12	11	15	15
Est venu-e seul-e	Oui	17	21	21	20
	Non	83	79	79	80
Moyen de transport	À pied	37	36	34	33
	Avec les transports publics	33	31	33	35
	En voiture	26	28	28	27
	En vélo	3	3	3	3
	Autres	1	2	2	2
Connaissance du musée¹²	Vit à Genève	19	23	20	15
	Bouche à oreille	22	20	18	16
	Passé par hasard	17	14	15	14
	Autre	8	12	13	13
	Guide touristique	13	9	7	14
	Vient parfois	7	8	8	15
	Presse écrite	6	6	10	4
	Autres sites web	11	11	9	8
Satisfaction¹³	Exposition permanente	92	87	85	83
	Exposition temporaire	91	81	85	76
	Supports de visite	77	67	71	64
	Visite, conférence, stage, atelier ¹⁴	96	82	93	75
	Accueil	93	93	92	90
	Discretion surveillance	93	94	95	96
	Cafétéria ou restaurant	87	78	74	70
	Boutique	76	61	53	56
	Signalétique	74	76	77	76

11 En 2013 et 2014: Maison Tavel, Musée Ariana, Musée d'art et d'histoire, Musée d'histoire des sciences, Musée Rath, Muséum d'histoire naturelle.

En 2015: Maison Tavel, Musée Ariana, Musée d'art et d'histoire, Musée d'ethnographie, Musée d'histoire des sciences, Musée Rath, Muséum d'histoire naturelle.

En 2016: Maison Tavel, Musée Ariana, Musée d'ethnographie, Musée d'histoire des sciences, Musée Rath, Muséum d'histoire naturelle.

12 En 2016, sont cités les % supérieurs à 5%.

13 Très satisfait/satisfait

14 n = 68

Bibliothèques

Quelques statistiques annuelles

Bibliothèques municipales

Nombre d'entrées – Bibliothèque de la Cité

2016

238'766

Nombre de nouvelles inscriptions – Réseau des BM

2016

2015

2014

6'183

5'861

5'644

Nombre d'usagers actifs – Réseau des BM

2016

2015

2014

Femmes

22'398

23'099

22'341

Hommes

13'971

14'631

13'575

Total¹⁵

36'979

38'361

36'506

Volume des collections – Réseau des BM

2016

2015

2014

692'787

697'680

729'419

Nombre de prêts – Réseau des BM

Nombre de prêts

2016

2015

2014

Collections adultes

680'084

619'950

599'882

Collections jeunesse

682'500

632'019

595'124

Collections musicales

88'117

81'189

97'160

Bibliobus¹⁶

–

–

82'930

Prolongation en ligne

259'727

217'832

209'631

Total

1'710'428

1'550'990

1'584'727

Nombre de titres téléchargés Press Reader

2016

99'237

–

¹⁵ La différence entre la somme des femmes et des hommes et le total s'explique par le fait que le sexe n'est pas indiqué pour les inscriptions de collectivités ou par des erreurs d'inscriptions.

¹⁶ Distingué entre jeunes et adultes dès 2015.

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

2016	2015	2014
179'976	176'989	182'242

Nombre d'usagers actifs

2016	2015	2014
7'692	9'250	7'212

Volume des collections (offre totale)

2016	2015	2014
7'284'906	7'243'427	7'093'747

Nombre de prêts

2016	2015	2014
119'066	134'286	128'445

Une étude à l'échelle du Département: « Usages des bibliothèques du DCS – enquête auprès des usagers actifs et des non-usagers »

Problématique et méthodologie

En 2016, une grande étude transversale sur les bibliothèques a été réalisée à l'échelle du Département de la culture et du sport (DCS).

Cette étude avait pour objectifs principaux de déterminer dans quelle mesure les prestations actuelles des bibliothèques du DCS répondent aux besoins de la population et d'identifier les freins et les obstacles à leur fréquentation. Aussi les informations récoltées dans le cadre de l'étude devaient d'une part permettre d'évaluer l'adéquation entre l'offre et les attentes de la population en matière d'usages des bibliothèques et d'autre part fournir des informations utiles quant à la fidélisation des usagers actuels et la conquête de nouveaux publics.

Rappelons que le domaine des bibliothèques du DCS est constitué :

- d'un réseau de 7 **bibliothèques municipales** :
 - la Bibliothèque de la Cité (bibliothèque centrale)
 - et les bibliothèques de quartier (Bibliothèque des Eaux-Vives; Bibliothèque de la Jonction; Bibliothèque des Minoteries; Bibliothèque des Pâquis; Bibliothèque de Saint-Jean, Bibliothèque de la Servette)
- de plusieurs **bibliothèques scientifiques et patrimoniales** :
 - Bibliothèque d'art et d'archéologie (BAA) des Musées d'art et d'histoire
 - Bibliothèque du Musée Ariana (section de la BAA)
 - Bibliothèque des Conservatoire et Jardin botaniques
 - Bibliothèque du Musée d'ethnographie de Genève
 - Bibliothèques du Muséum d'histoire naturelle et du Musée d'histoire des sciences
 - Bibliothèque de Genève, composée de 4 sites: Bastions, Centre d'iconographie, Musée Voltaire, La musicale

Le mandat de recherche a été confié à l'Institut LINK, lequel a élaboré une méthodologie permettant de collecter des données fiables et représentatives dans les institutions.

L'étude comprend trois volets :

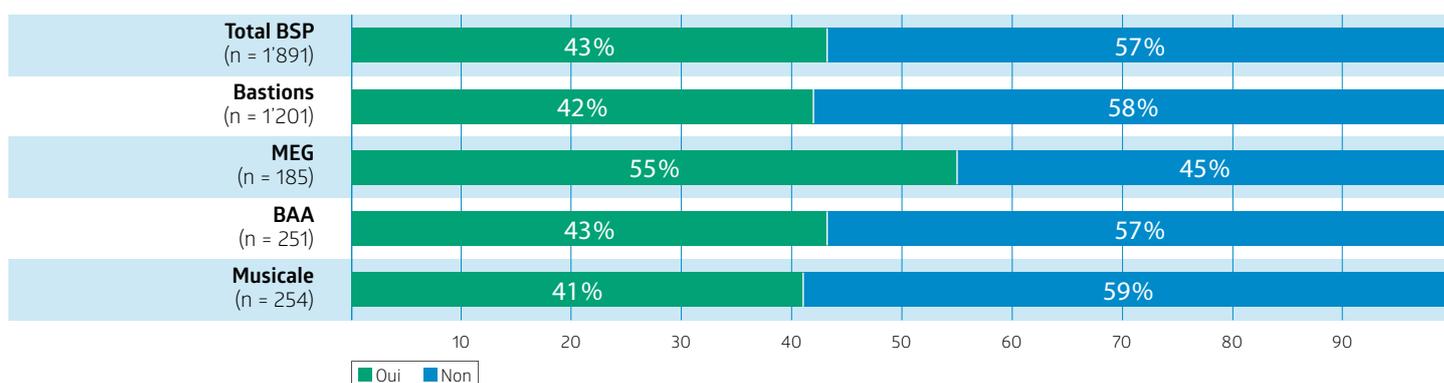
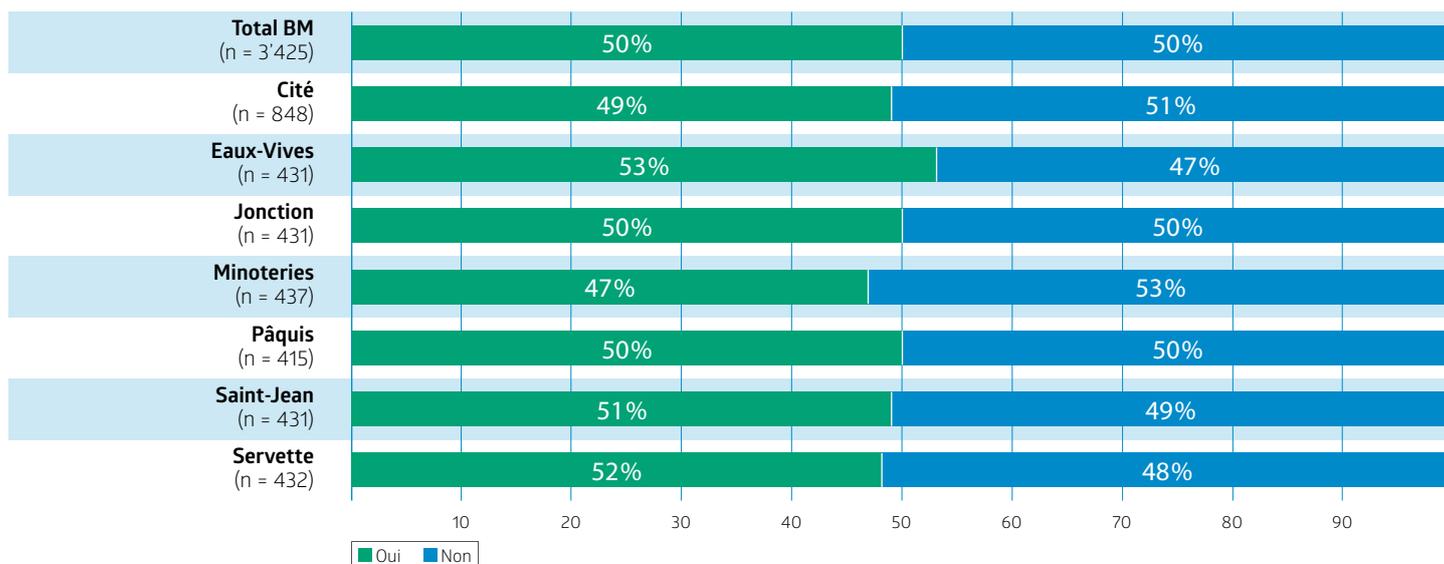
- Enquête auprès des **usagers actifs** des bibliothèques du DCS
 - Distinction entre bibliothèques municipales (**BM**) et bibliothèques scientifiques et patrimoniales (**BSP**)¹⁷ avec effectif consistant pour chaque bibliothèque
 - Usager actif défini comme résidant dans le canton de Genève, âgé de 18 ans et plus, inscrit à la bibliothèque et ayant emprunté un document au cours des 12 derniers mois
 - Méthode d'enquête mixte avec questionnaire online et téléphonique
- Enquête auprès des **non-usagers** des bibliothèques
 - Population définie comme toute personne, résidant dans le canton de Genève, qui n'a pas emprunté pour elle-même ou pour quelqu'un d'autre un document (livre, bande dessinée, disque, etc.) dans une bibliothèque de la Ville de Genève et qui n'a pas non plus visité physiquement une bibliothèque de la Ville de Genève au cours des 12 derniers mois
 - Sondage d'opinion téléphonique auprès des non-usagers sur la base d'un échantillon représentatif de la population genevoise
- Un **état des lieux** dans les bibliothèques

¹⁷ Certaines bibliothèques prévues n'ont pu être considérées dans le volet « usages actifs » de l'étude étant donné le faible nombre des inscriptions qui les concernaient (bibliothèques du Musée Ariana, des Conservatoire et Jardin botanique, du Muséum d'histoire naturelle et du Musée d'histoire des sciences, du Centre d'iconographie ou du Musée Voltaire). Elles ont été considérées dans le volet « état des lieux » de l'enquête.

Le terrain des enquêtes a eu lieu durant la période du 9 septembre au 7 novembre 2016 et l'étude a été menée auprès de plus de 3'000 personnes, usagers et non-usagers des bibliothèques (n = 3'158).

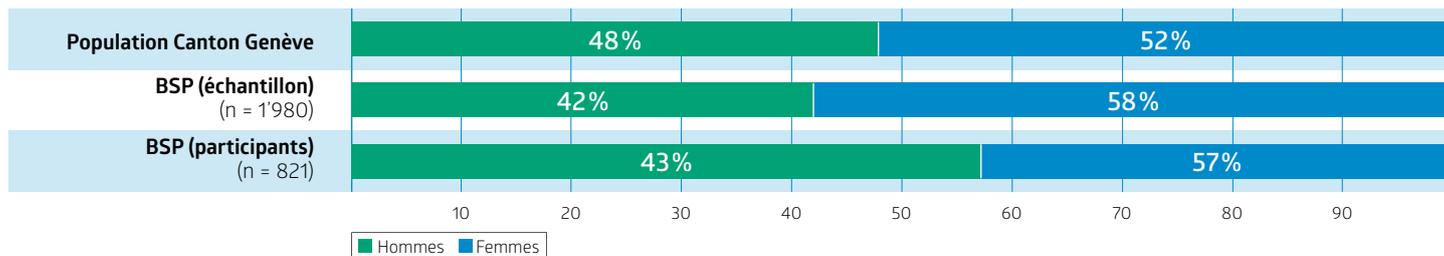
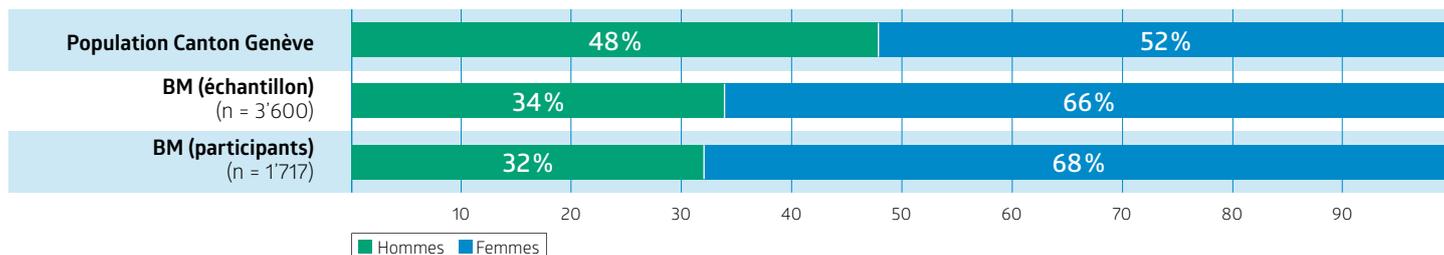
La population de référence était composée des personnes de 18 ans et plus, résidant dans le canton de Genève. L'objectif d'interroger 2'400 usagers actifs a été dépassé (n = 2'538, soit n = 1'717 Bibliothèques municipales et n = 821 Bibliothèques scientifiques et patrimoniales) et celui de questionner 600 non-usagers atteint. Le taux de participation parmi les usagers a été proche de 50 %; l'analyse des échantillons initiaux (des adresses) et échantillons des participants montre des structures très proches et atteste de la consistance et de la représentativité des échantillons obtenus.

Participation enquête « usagers actifs » – BM et BSP

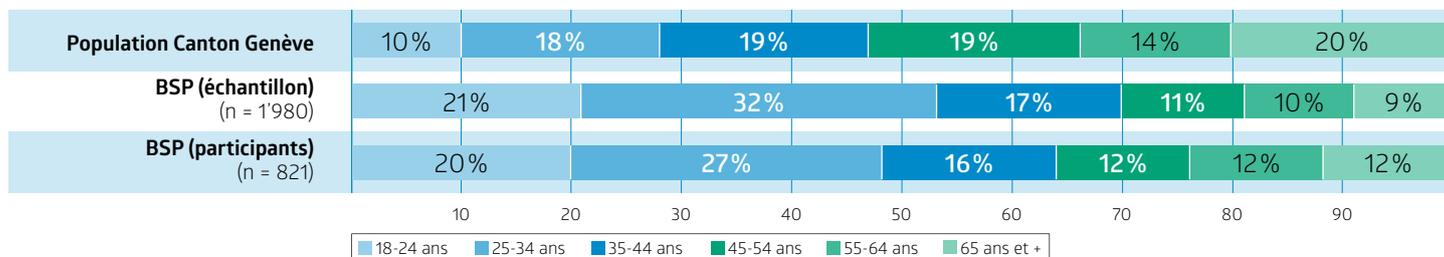
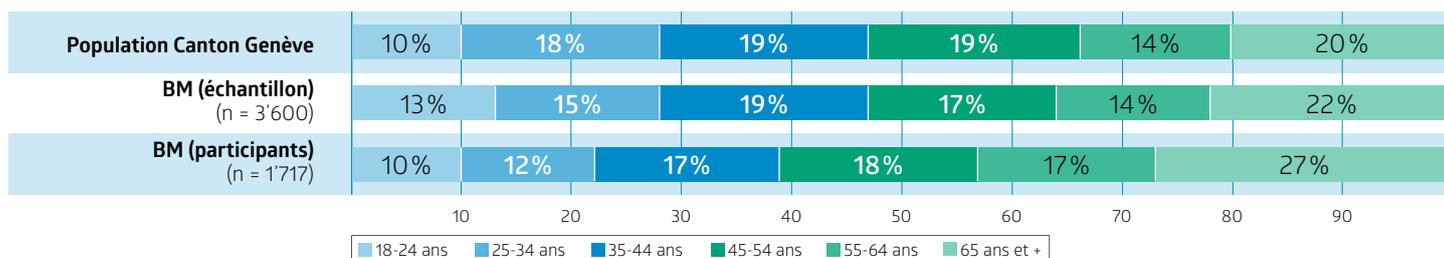


Profils échantillons et participants enquête « usagers actifs » – BM et BSP

Genre



Classes d'âge



Quelques principaux résultats de l'enquête auprès des usagers actifs¹⁸

Le profil-type de l'utilisateur BM et BSP¹⁹

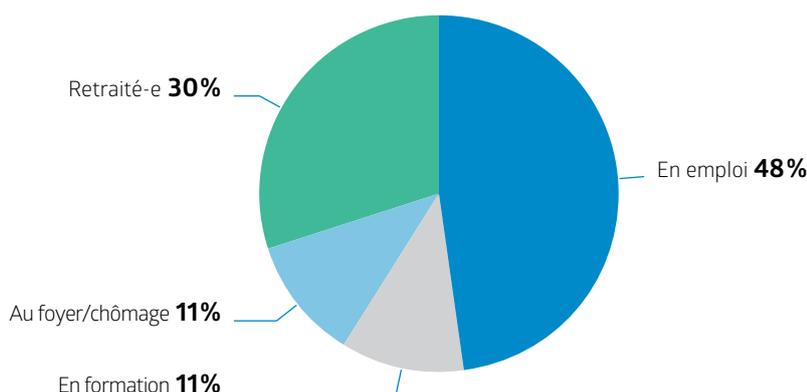
L'étude fournit des informations détaillées sur la composition du public des usagers et sur leurs modalités de fréquentation des lieux.

Entre autres résultats, on notera :

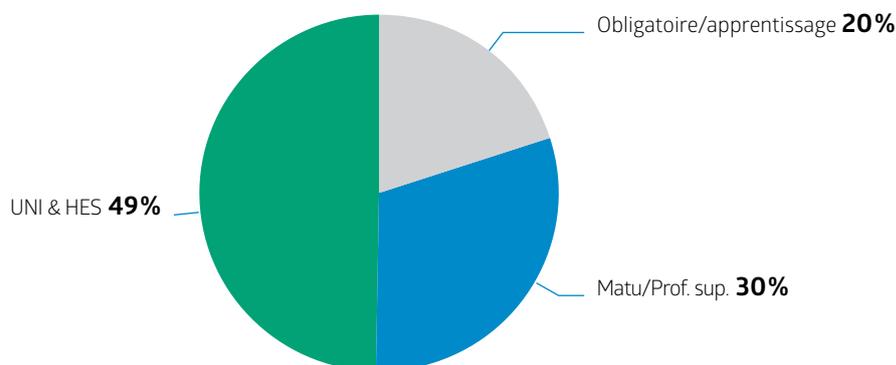
Bibliothèques municipales

- Les usagers des BM se caractérisent par une population plus fortement féminine (69 %) et plutôt âgée, avec 50 % d'usagers âgés de plus de 50 ans (âge moyen de 51 ans).
- 45 % des usagers des BM déclarent être actifs professionnellement (temps plein et temps partiel), 11 % d'usagers se déclarent en formation et 29 % à la retraite.
- En termes de formation achevée, 49 % des usagers déclarent une formation de type universitaire ou haute école.

Situation professionnelle



Niveau de formation



¹⁸ Pour rappel, par « usager actif » on entend toute personne adulte ayant emprunté au moins un document au cours des 12 derniers mois – mentionné dans ce texte par « usager ».

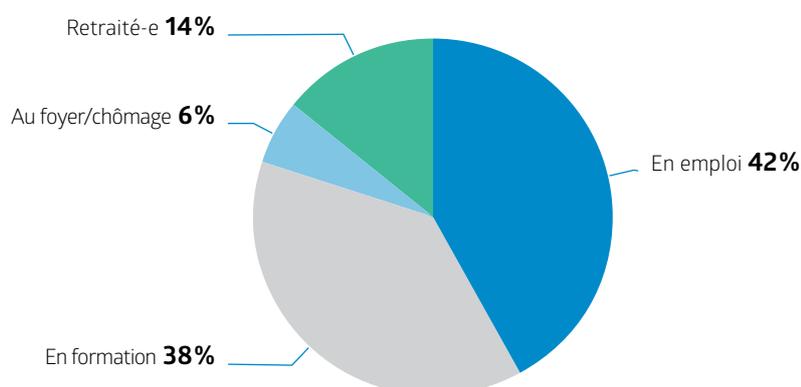
¹⁹ BM : Bibliothèques municipales ; BSP : Bibliothèques scientifiques et patrimoniales.

Bibliothèques scientifiques et patrimoniales

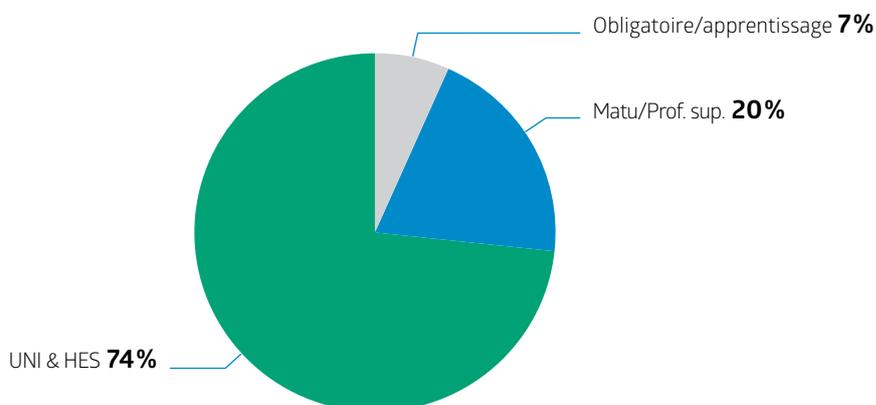
Les usagers des BSP se caractérisent par une population majoritairement féminine (58%)

- Comparativement aux usagers des BM, ceux des BSP sont plus jeunes avec une moyenne d'âge de 41 ans et une majorité d'usagers âgés de moins de 40 ans (55%). Seule la bibliothèque La Musicale présente une moyenne d'âge un peu plus élevée (41% d'usagers de moins de 40 ans).
- Concernant le statut d'activité professionnel, la population des usagers se répartit principalement entre 39% d'actifs professionnellement (temps plein et temps partiel), 36% de personnes en formation et 13% de retraités.
- En termes de formation achevée, plus de 70% des usagers des BSP déclarent une formation de type universitaire ou haute école.

Situation professionnelle



Niveau de formation

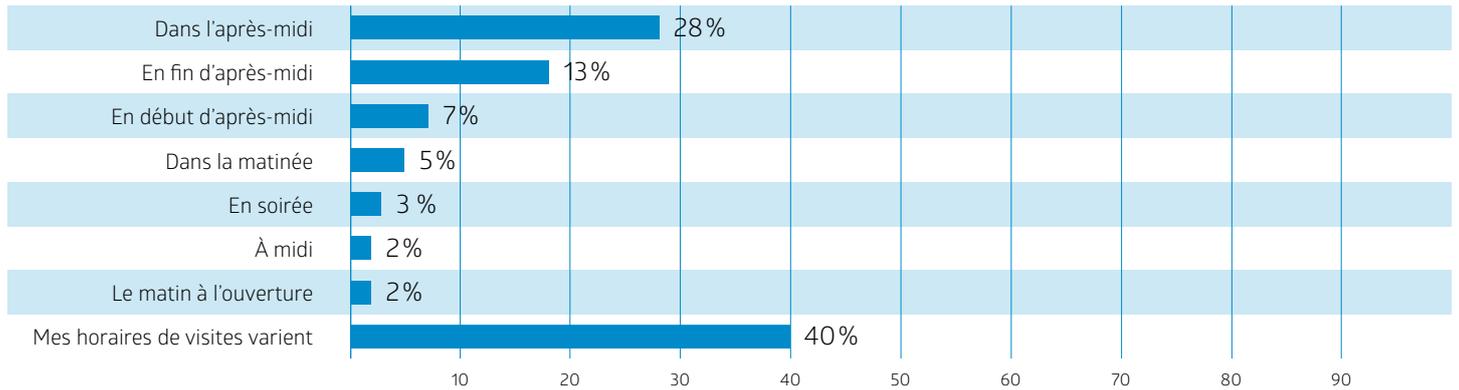


L'étude met aussi en évidence des profils d'utilisateurs distincts, soit un public d'utilisateurs « fidèles » (plus âgés, fréquentant plus assidûment ou depuis plus longtemps la bibliothèque) et un public d'utilisateurs plus « utilitaristes » (plus jeunes et actifs).

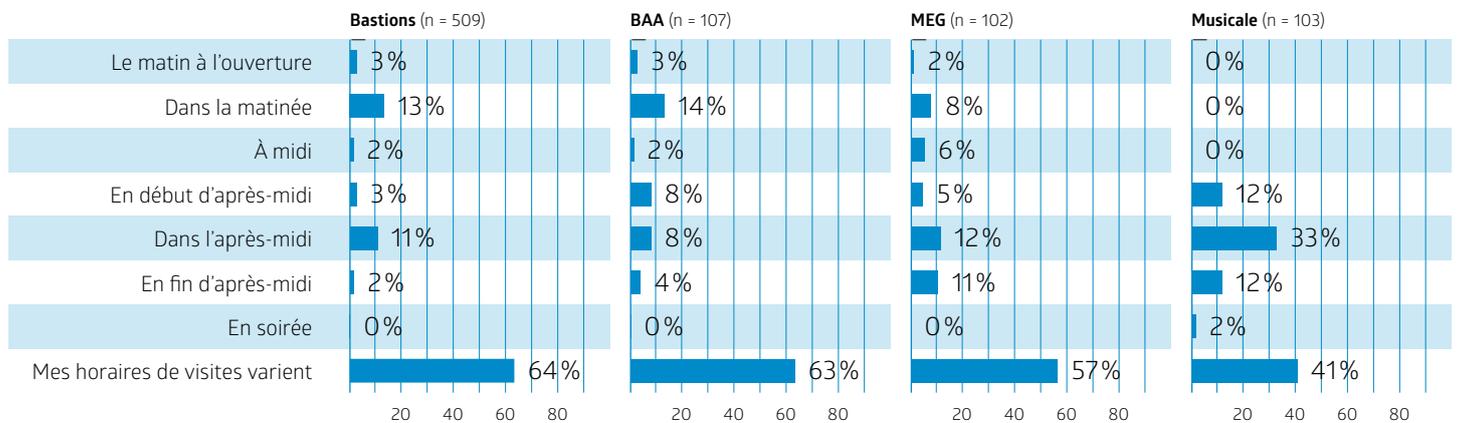
La durée des visites est plutôt courte, soit moins d'une heure pour 66 % (BM)/50% (BSP) des usagers.

La fréquentation des horaires de visites est plutôt flexible pour 40 % (BM)/60% (BSP) des personnes interrogées.

Moment de la visite à la bibliothèque – BM



Moment de la visite à la bibliothèque – BSP



Une confirmation des usages différenciés selon les bibliothèques (BM ou BSP)

Globalement on fréquente les bibliothèques municipales principalement pour ses loisirs et les bibliothèques scientifiques et patrimoniales davantage pour des raisons professionnelles ou de formation, même si la Bibliothèque La Musicale ou la Bibliothèque de la Cité par exemple ont un statut « mixte ».

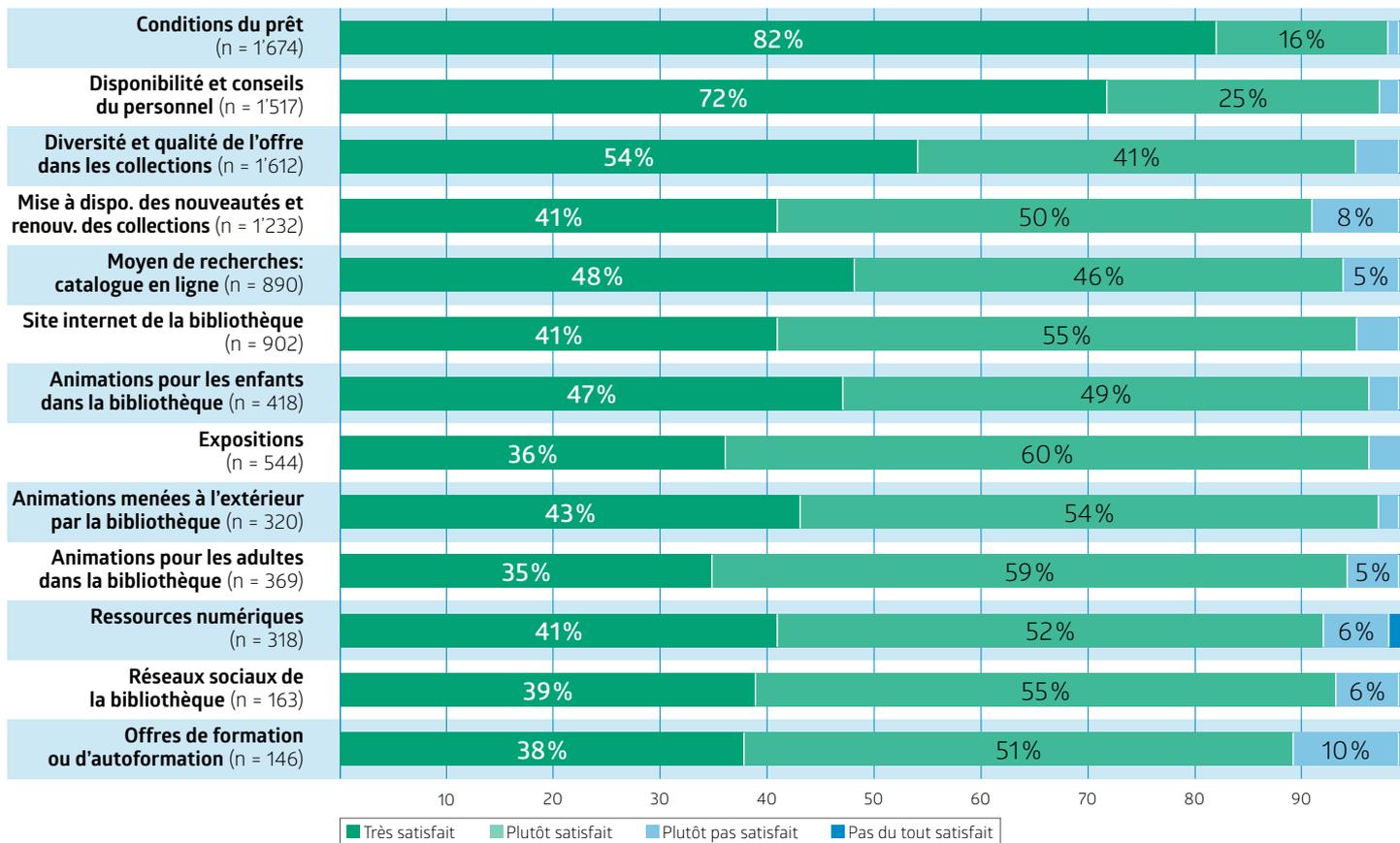
On relève que les répondants font usage du réseau des bibliothèques du DCS, puisque 58 % (BM) / 80 % (BSP) fréquentent une autre bibliothèque de la Ville que celle dans laquelle ils sont inscrits. Les deux bibliothèques principales, que sont la Bibliothèque de la Cité et la Bibliothèque de Genève – site Bastions, restent des pôles d'attraction.

Une satisfaction globale des usagers élevée

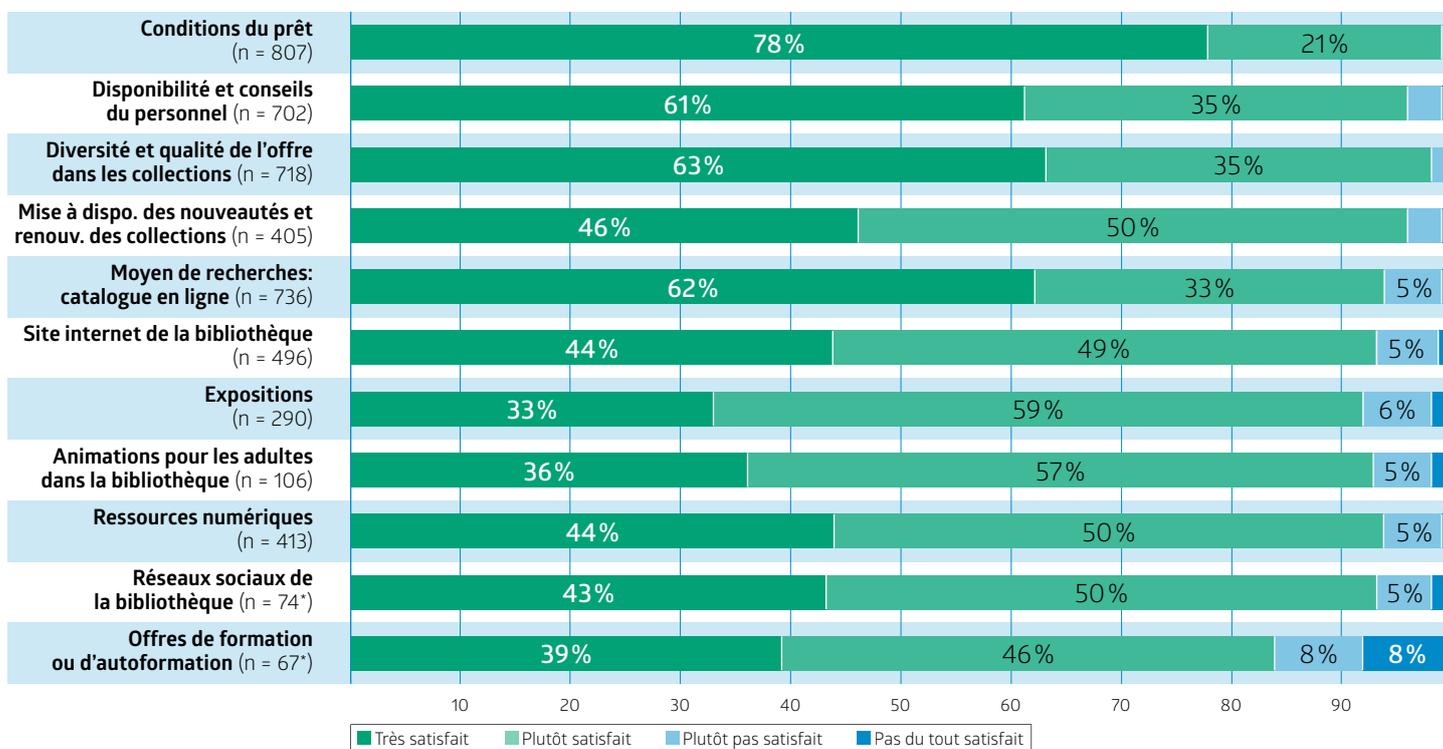
Un constat important s'impose, la satisfaction globale des usagers est élevée puisque 98 % (BM) / 97 % (BSP) des usagers se déclarent satisfaits de leur bibliothèque – dont 52 % (BM) / 51 % (BSP) très satisfaits.

Des scores de satisfaction élevés sont constatés sur toutes les dimensions mesurées dans l'enquête : l'accessibilité, les infrastructures, les prestations et services offerts par la bibliothèque.

Satisfaction des services et prestations – BM



Satisfaction des services et prestations – BSP

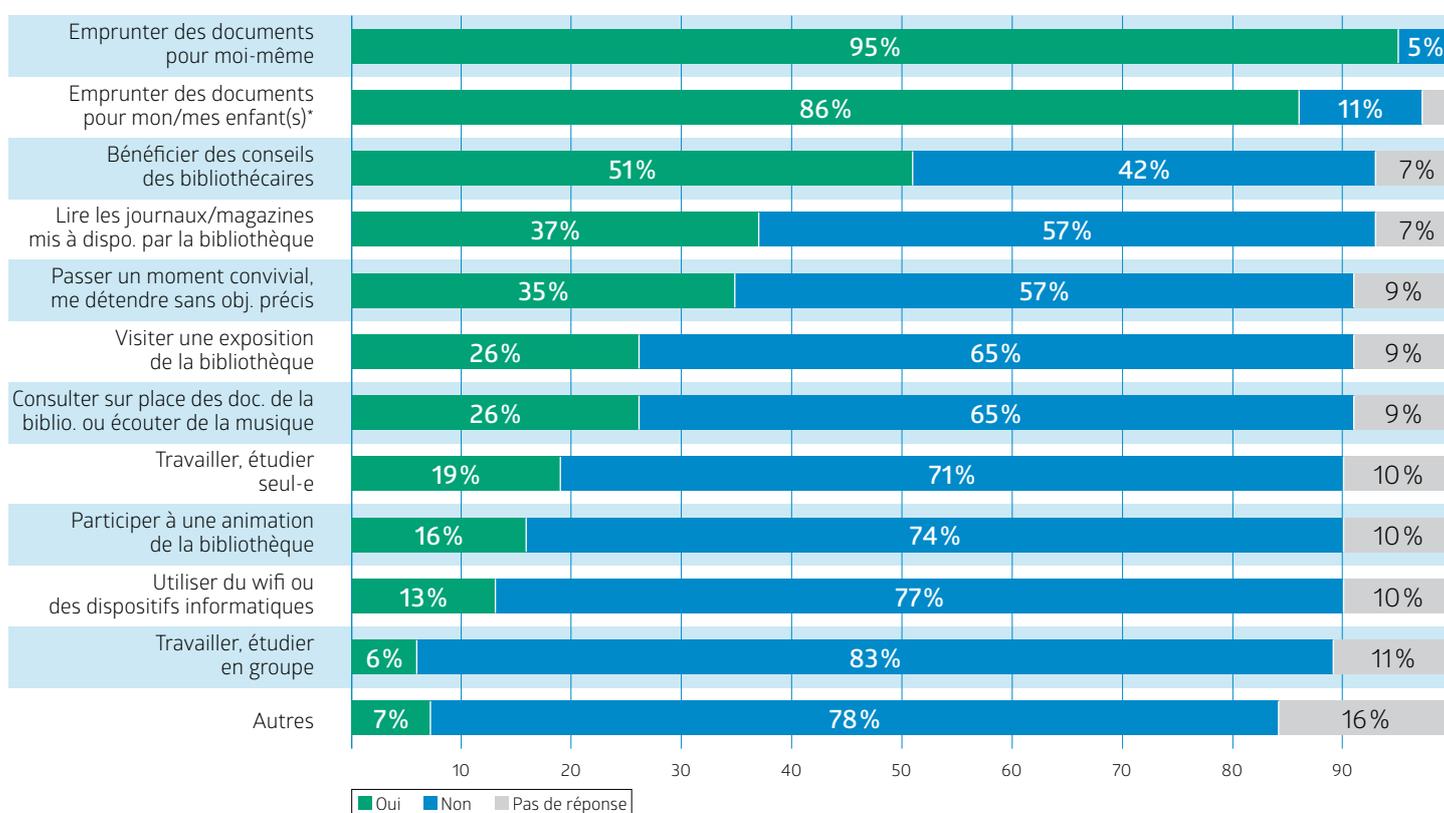


Une adéquation entre l'offre proposée par les bibliothèques et les attentes des usagers

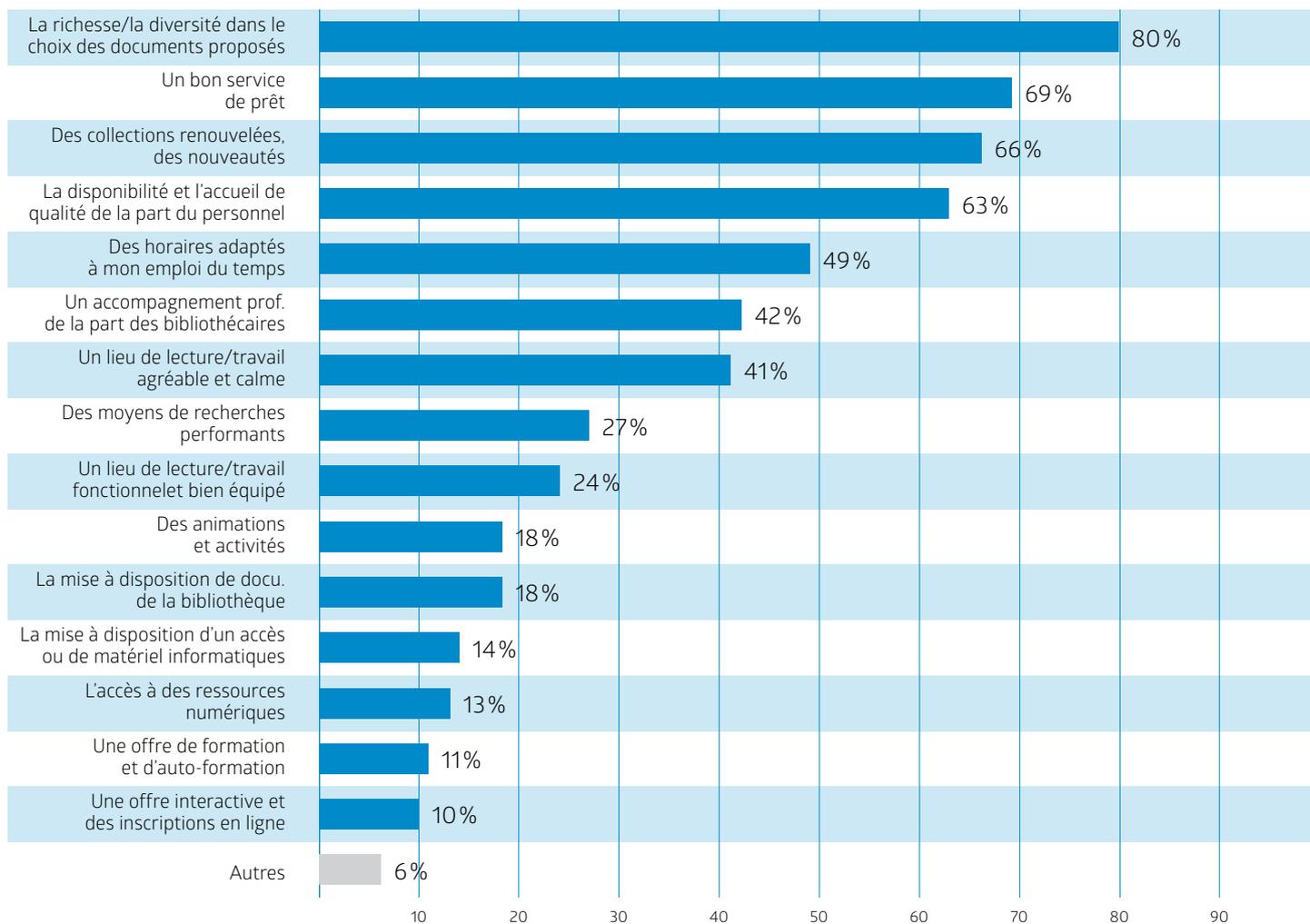
Dans les BM, les motivations de visite les plus fortement retenues par une majorité d'usagers sont l'emprunt de livre ou documents (95 %) ainsi que les conseils des bibliothécaires (51%). Un deuxième groupe de motivations est lié à la notion d'espace convivial de la bibliothèque, tel que la consultation de documents ou la lecture de journaux, la détente, la visite d'expositions.

Les aspects qui ont trait à ce que l'on peut considérer encore à l'heure actuelle comme le métier « premier » de la bibliothèque, soit l'emprunt des livres ou des documents proposés par la bibliothèque ainsi que les conseils donnés par les bibliothécaires, arrivent en tête des scores mesurés non seulement en termes de motivation de visite comme relevé ci-dessus, mais aussi en termes d'utilisation des prestations, de satisfaction et d'attentes liées à la bibliothèque.

Motivation de fréquentation de la bibliothèque – BM



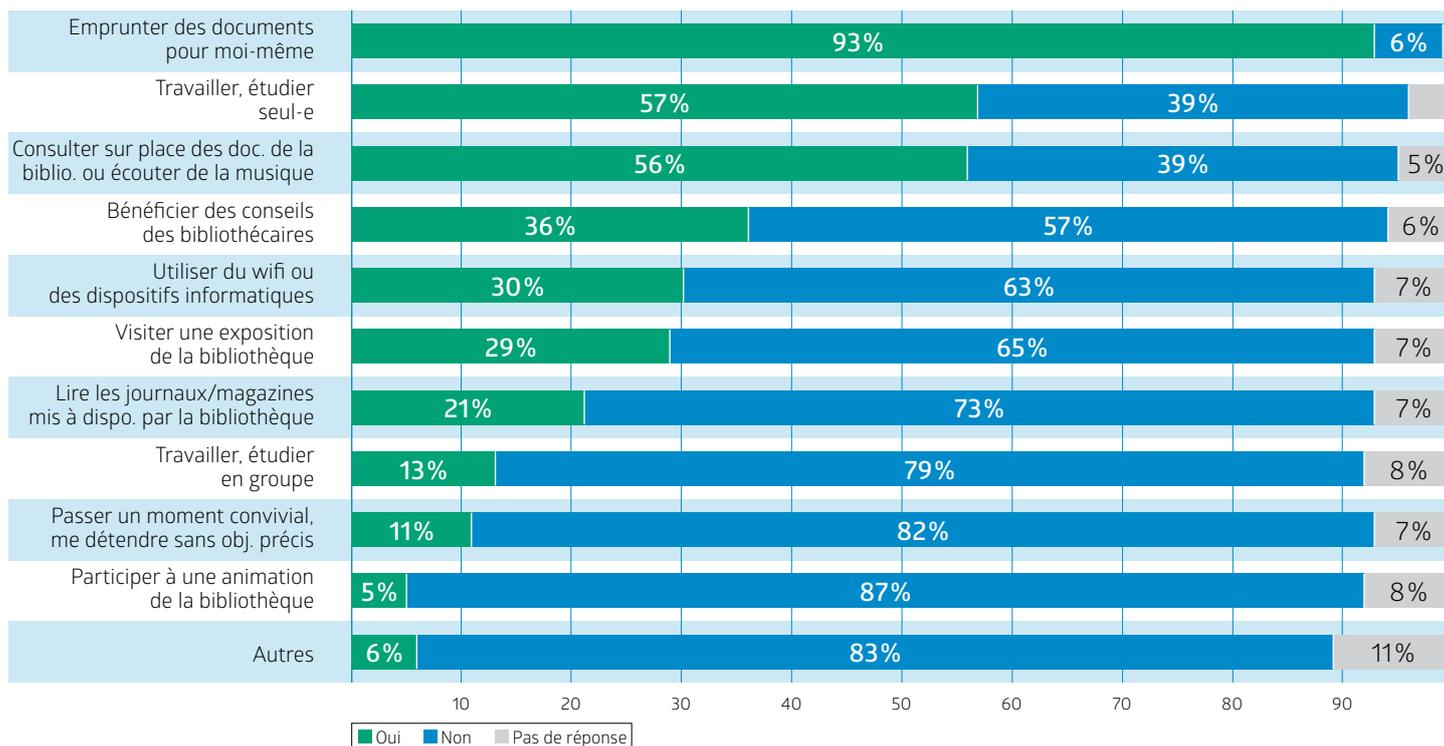
Attentes vis-à-vis de la bibliothèque – BM



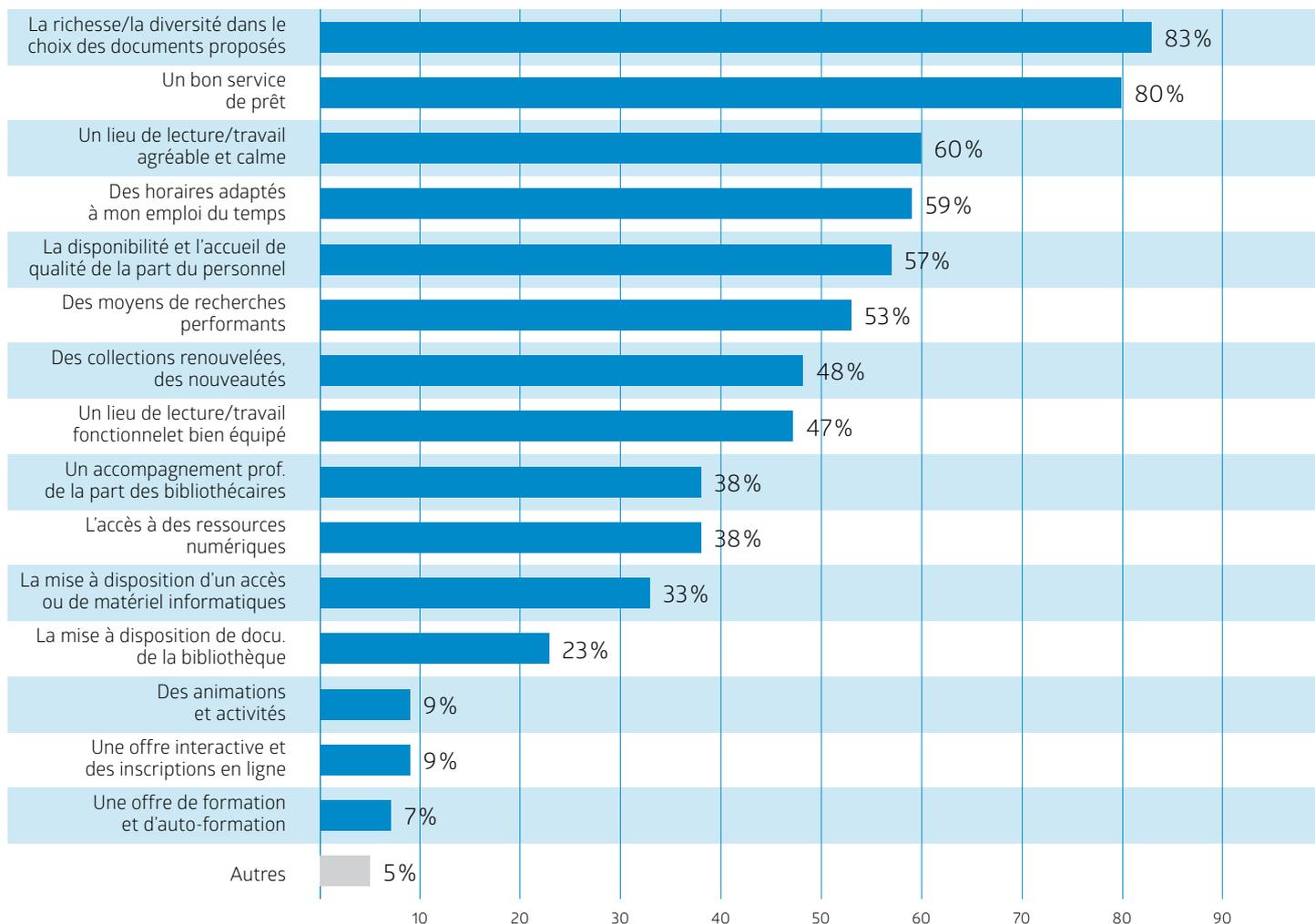
Dans les BSP, la motivation de visite la plus fortement retenue est, comme dans les BM, celle de l'emprunt de documents et d'ouvrages, elle est citée par la quasi-totalité des usagers (93%). Les deux autres motivations citées par plus de la moitié des répondants ont trait à des usages liés aux raisons d'études et de formation pour lesquelles viennent la plupart des usagers, soit au fait de pouvoir travailler seul(e) à la bibliothèque (56%) et de consulter sur place les ouvrages et documents que celle-ci met à disposition (57%).

Concernant l'utilisation des prestations, après le prêt de documents qui domine (97%), le catalogue en ligne RERO est la deuxième prestation la plus utilisée avec une forte majorité d'usagers qui l'utilisent régulièrement (59%) et occasionnellement (22%). Suivent ensuite toutes les prestations utilisées par 50% à 70% des usagers (régulièrement et occasionnellement), lesquels déclarent avant tout utiliser ces bibliothèques pour des raisons de travail et d'études: soit les espaces de travail, l'accès à internet et au wifi, le site internet de la bibliothèque, la consultation sur place de documents, les ressources numériques, le prêt interbibliothèques, les services de reprographie, le conseil des bibliothécaires.

Motivation de fréquentation de la bibliothèque – BSP



Attentes vis-à-vis de la bibliothèque – BSP

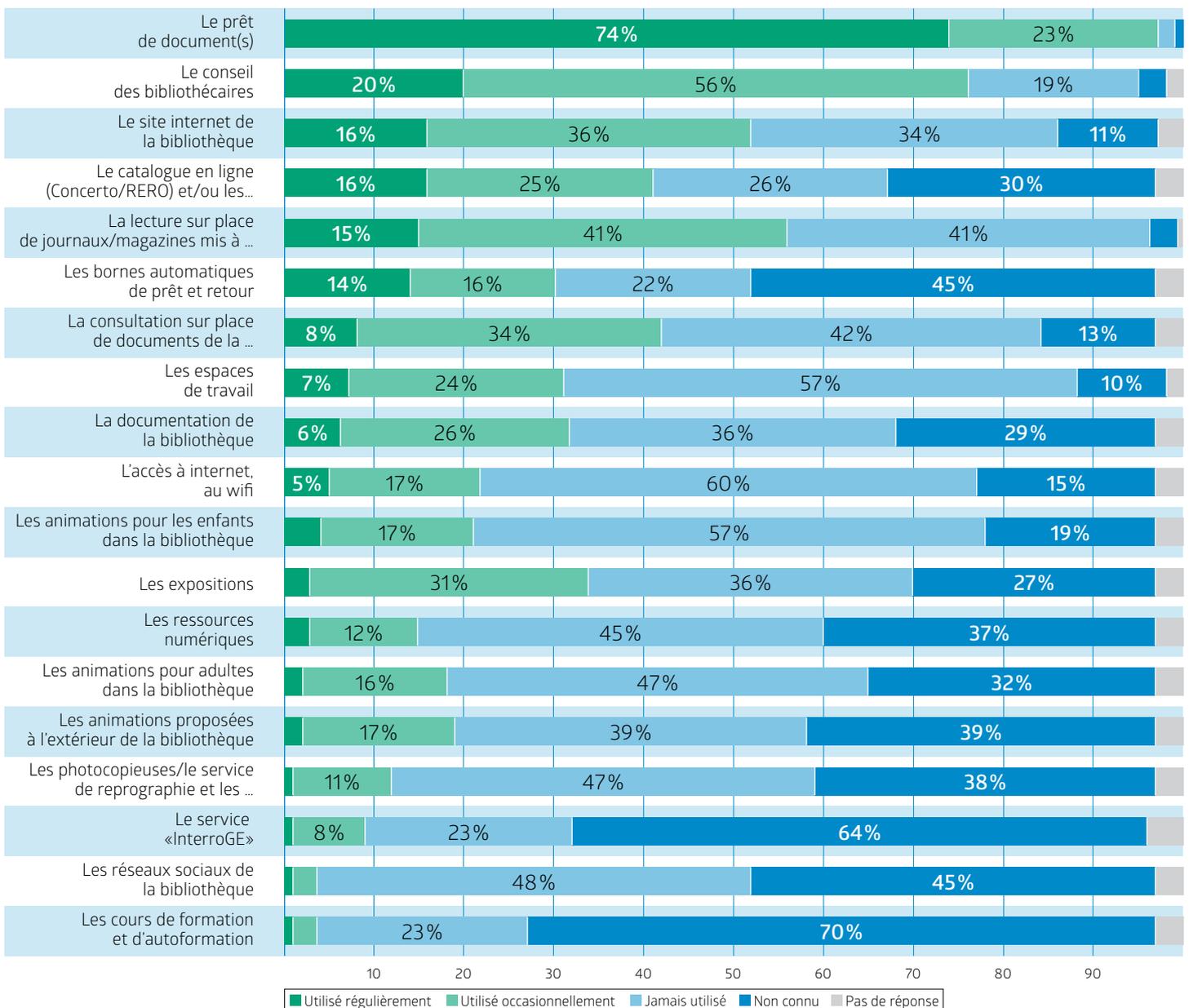


La diversité et la qualité de l'offre dans les collections proposées par la bibliothèque et le renouvellement des collections sont deux aspects qui sont fortement retenus par les usagers, tant en termes d'attentes que de satisfaction. Ce sont deux aspects qui sont au centre des prestations de la bibliothèque.

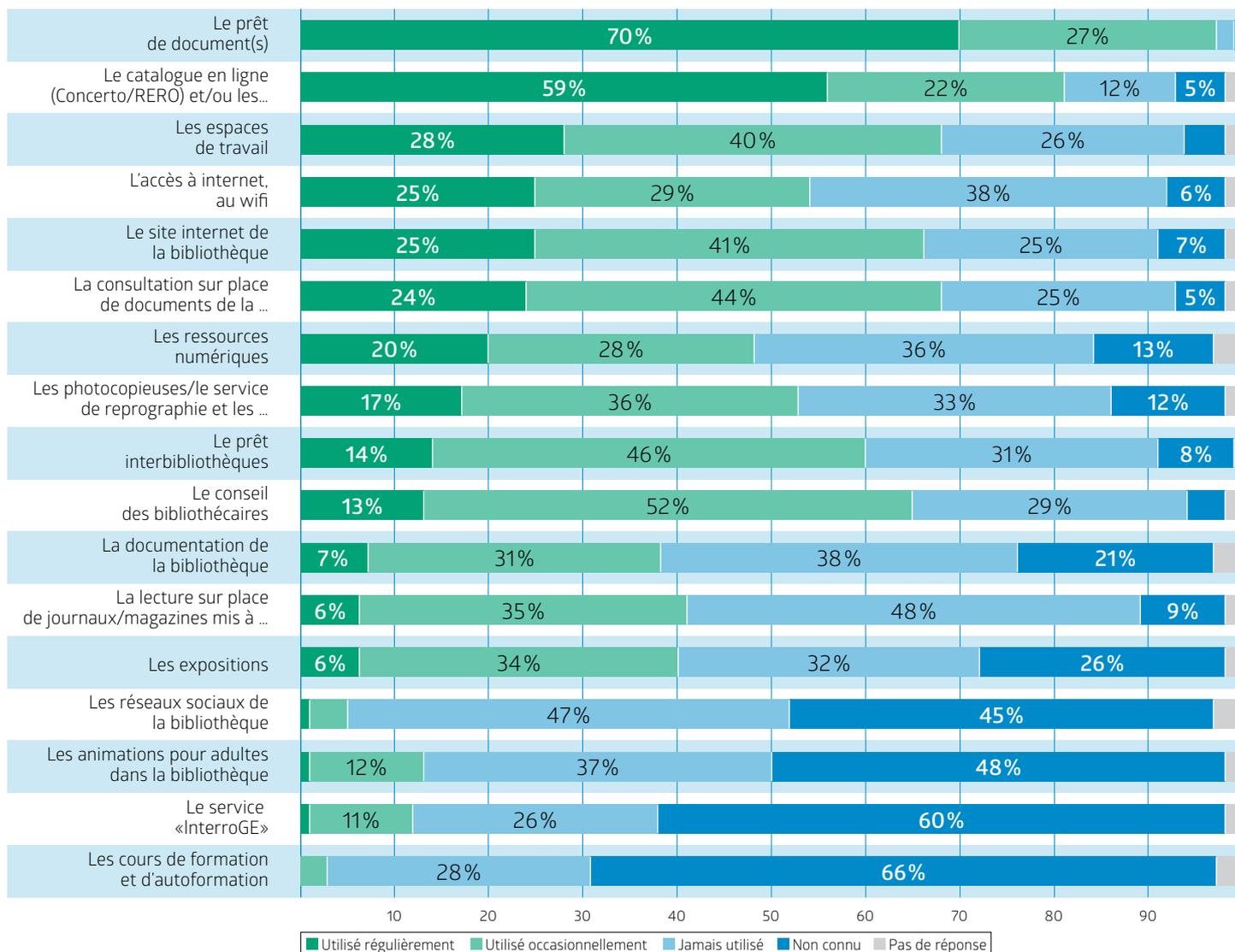
Des prestations existantes méconnues et à valoriser

À propos de certains services et prestations offerts par les bibliothèques, leur non utilisation peut résulter d'une non connaissance de la part de l'utilisateur. Cela est particulièrement le cas pour les prestations suivantes : les animations pour adultes, les ressources numériques, la mise à disposition de photocopieuses ou encore la présence sur les réseaux sociaux. Pour ces services et prestations, plus de 40% des non utilisateurs déclarent ne pas les connaître alors que l'état des lieux mené dans les bibliothèques indique qu'ils sont proposés ou disponibles dans toutes les institutions.

Utilisation des prestations et services de la bibliothèque – BM



Utilisation des prestations et services de la bibliothèque – BSP



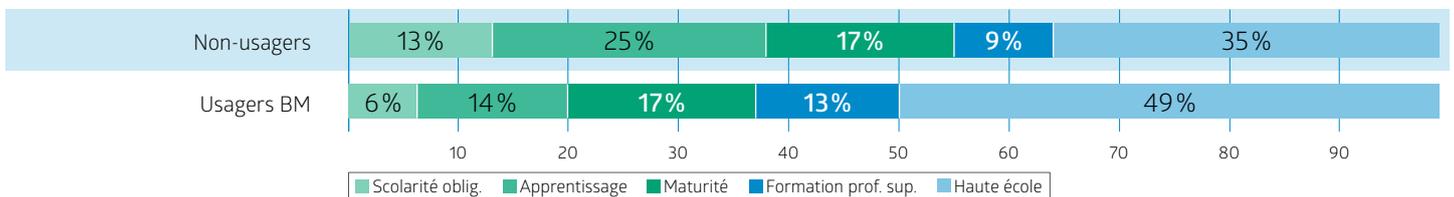
Quelques principaux résultats de l'enquête auprès des non-usagers

Le profil des non-usagers

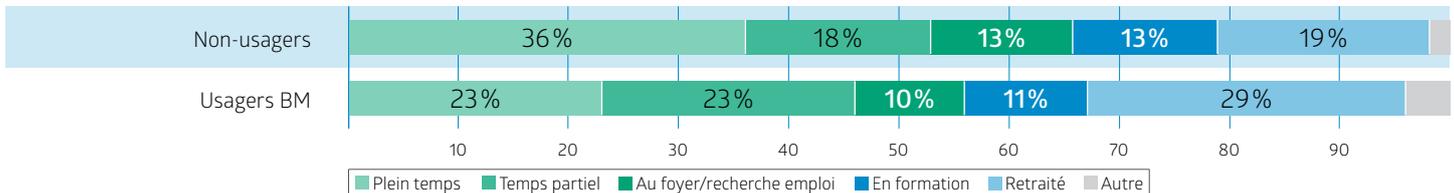
Comparativement au public des usagers des bibliothèques municipales, la population des non-usagers interrogés se caractérise par :

- un niveau d'instruction globalement moins élevé (38 % disposant d'un niveau de formation école obligatoire/apprentissage et 35 % disposant d'une formation Hautes écoles/université versus respectivement 20 % et 49 % pour les usagers des BM) ;
- une proportion plus marquée de personnes actives à plein temps mais plus faible de retraités (respectivement 36 % et 19 % versus 23 % et 29 % pour les usagers des BM) ;
- des personnes moins enclines à la lecture avec 20 % de personnes déclarant n'avoir lu aucun livre durant les 12 derniers mois et 34 % déclarant en avoir lu entre 1 et 4 (versus respectivement 4 % et 14 % pour les usagers des BM).

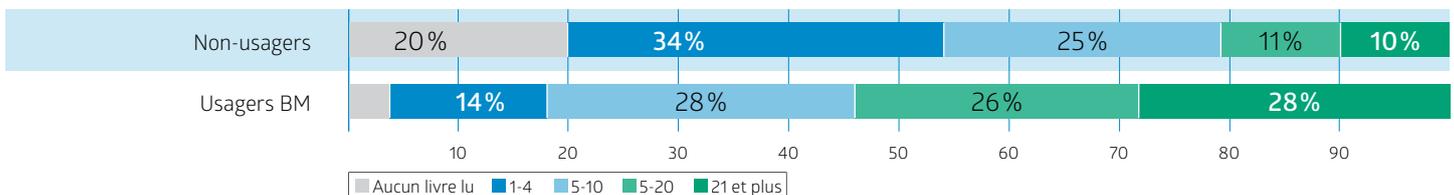
Niveau de formation



Situation professionnelle



Livres lus par an



Notoriété et image des bibliothèques

Les non-usagers connaissent l'existence des bibliothèques en Ville de Genève, les 3/4 affirment en connaître au moins une proche de leur lieu de résidence, et sont à même de la (ou les) localiser sans trop de difficulté. Un peu plus de 2/3 des personnes connaît au moins une autre bibliothèque en dehors de son quartier, la Bibliothèque de la Cité est la plus mentionnée.

Le réseau des Bibliothèques ne souffre donc pas d'un déficit de notoriété auprès des non-usagers.

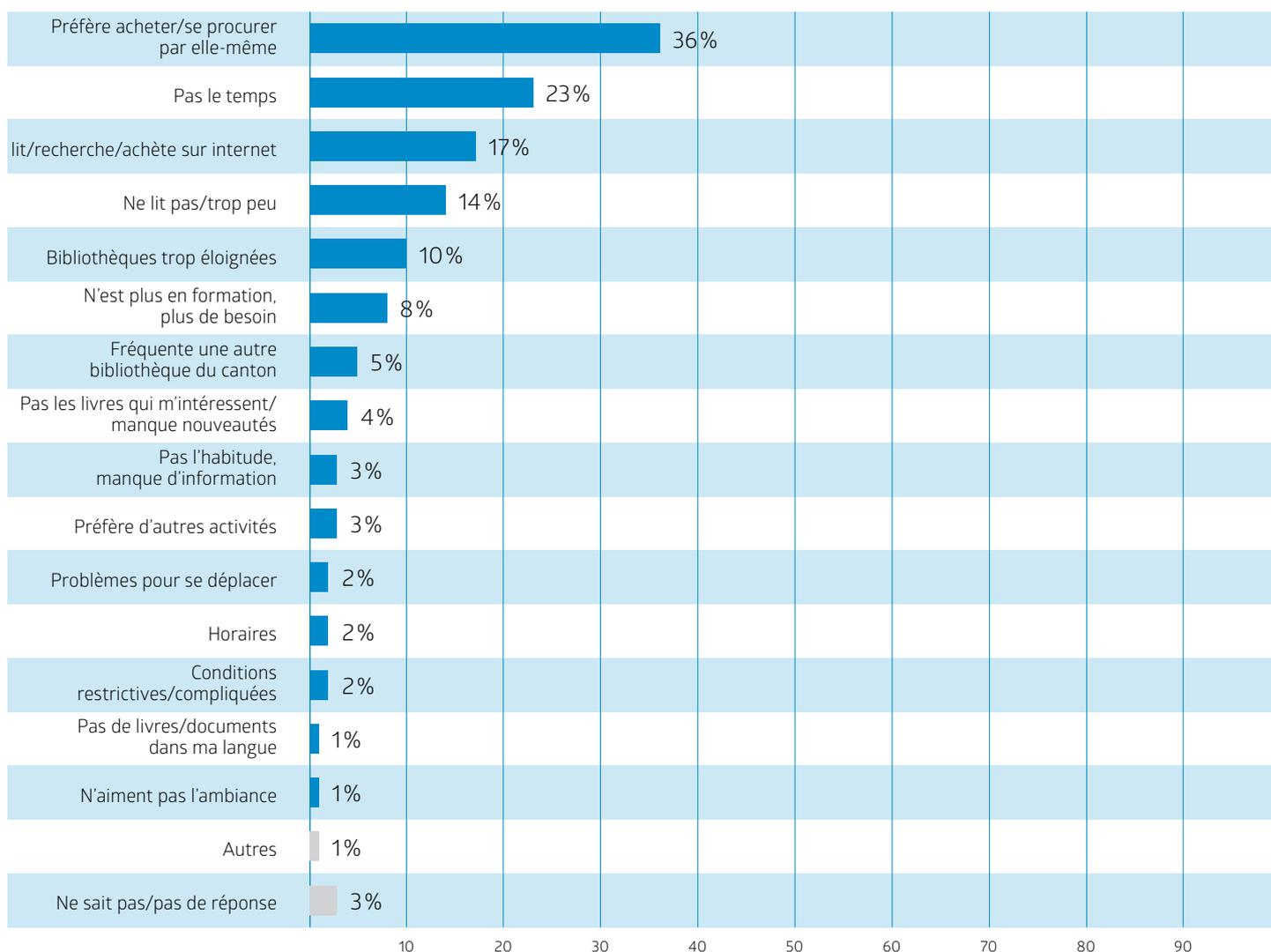
L'image des bibliothèques en général est bonne, puisque 75% s'accordent à dire que les bibliothèques sont utiles à tous et non seulement à certaines catégories de population. La bibliothèque est donc un élément connu du paysage social quotidien et reconnu comme un élément utile à tous. Le rôle des bibliothèques est salué, même par ceux qui ne les fréquentent pas.

Moteurs potentiels d'accès à la bibliothèque

On relève tout d'abord qu'un rapport personnel au livre et à la lecture reste la première raison de non fréquentation citée spontanément, suivi du manque de temps, de la concurrence offerte par internet en matière d'accès à l'information et enfin du manque d'intérêt pour la lecture. Les raisons liées aux fonctionnements intrinsèques des bibliothèques et au caractère réglementé, encadré de l'institution ne sont pas de mises pour justifier de ne pas fréquenter les lieux (aucune citation n'excède 2%).

Raisons de non fréquentation (spontané)

(n = 600)

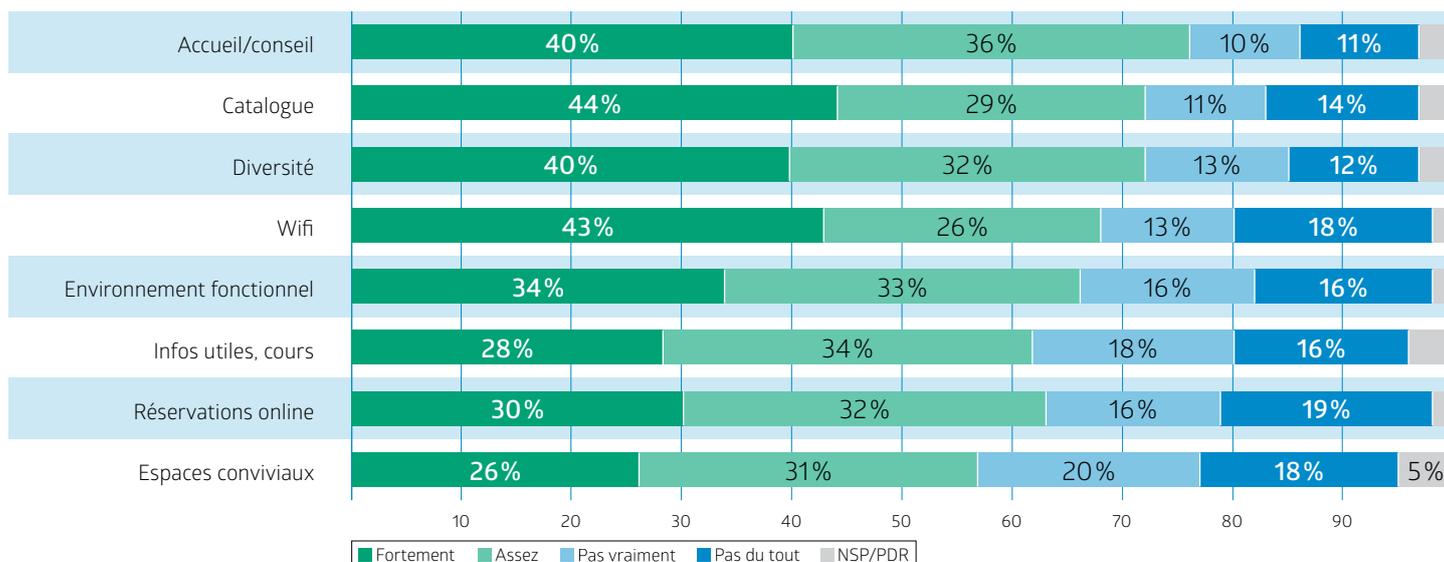


L'étude montre que parmi les moteurs potentiels qui pourraient conduire les non-usagers à venir dans les bibliothèques figurent en tout premier lieu des éléments liés à l'accès au numérique : la consultation du catalogue sur internet, le téléchargement de documents et de musique et l'accès au wifi. Ces conditions sont déjà remplies au sein des bibliothèques.

Autres éléments incitatifs largement cités par les non-usagers, les bibliothèques devraient être des lieux accueillants où l'on est bien conseillé et dans lesquels on trouve une grande diversité de livres, revues, documents. Ces aspects, qui relèvent plus de l'ordre d'une évaluation « subjective », sont fortement reconnus par les usagers même des bibliothèques (cf. premier volet d'enquête « usagers actifs »), on peut donc légitimement considérer que ces conditions sont remplies dans les bibliothèques de la Ville.

Incidations à la fréquentation

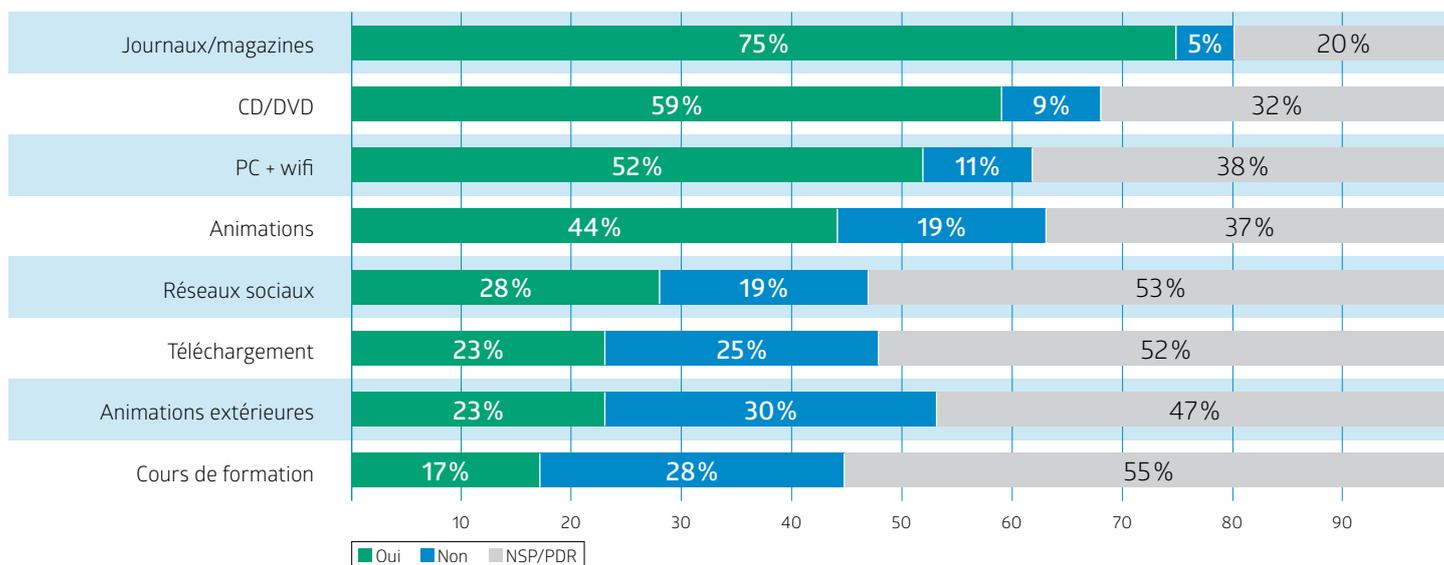
(n = 600)



L'étude met encore en évidence, comme dans le premier volet d'enquête « Usagers actifs », qu'une grande part des prestations ou services existants sont largement méconnues du non public et souffrent d'un déficit de notoriété. Ainsi sur la thématique de l'offre numérique, les trois-quarts des répondants ignorent la possibilité de télécharger à distance, la mise à disposition de livres et documents électroniques et de musique en ligne ; la moitié de ce non public méconnaît la mise à disposition gratuite d'ordinateurs et d'accès au wifi.

Notoriété des services et prestations

(n = 600)



Le rapport complet de l'étude est disponible en ligne à l'adresse suivante : www.ville-geneve.ch/connaissance-publics

Sport

Chiffres de fréquentation 2016 (Vernets et Varembeé)

La fréquentation des installations des Vernets et de Varembeé s'élève en 2016 à près de 800'000 entrées (n = 797'211).

Les piscines comptent chacune environ 350'000 entrées (Vernets n = 352'144 et Varembeé n = 340'471) tout au long de l'année, et la patinoire des Vernets plus de 100'000 entrées (n = 104'596) sur une période de 6 mois, d'octobre à mars.

Fréquentation (entrées) par installation sportive

Installations sportives	2016
Patinoire Vernets	104'596
Piscine Vernets	352'144
Total Vernets	456'740
Piscine Varembeé	340'471
Total	797'211

Méthodologie d'enquêtes

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 (cf. p 8). Aussi, pour la seconde année consécutive, les enquêtes R se sont déroulées sur le site des Vernets (piscine et patinoire) et sur le site de Varembe (piscine) et les enquêtes ont débuté en octobre 2016.

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 les trois questions de base: **le genre, l'année de naissance, le lieu de résidence.**

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

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

Résultats des enquêtes R

En 2016, près de 63'000 personnes ont été interrogées (n = 62'995) sur les trois questions de base (genre, année de naissance, lieu de résidence)

À noter qu'il n'y a pas de distinction à la saisie entre les entrées individuelles et abonnement. Dans les analyses qui suivent, les usagers détenteurs d'un abonnement²⁰ restent sous-estimés par rapport aux usagers individuels (les premiers n'étant considérés qu'une fois dans les statistiques).

Nombre de personnes interrogées – (R et R groupe) par site

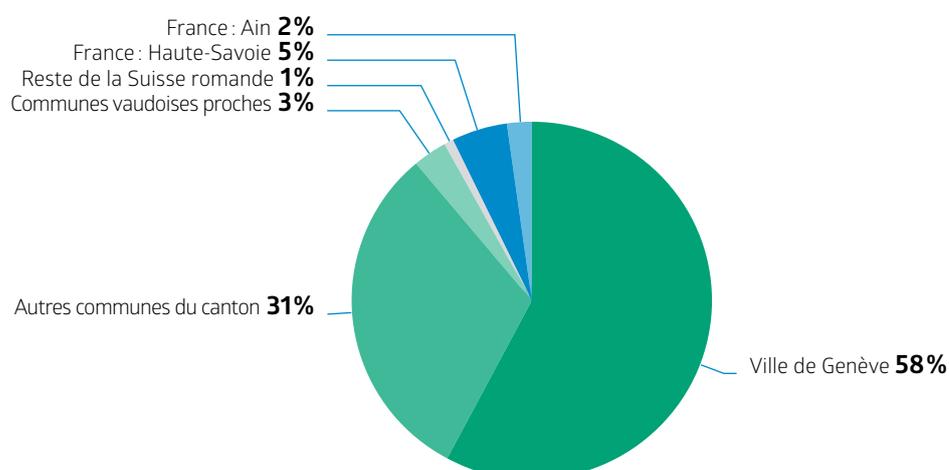
Installations sportives	2016
Patinoire Vernets	23'556
Piscine Vernets	12'212
Total Vernets	36'247
Piscine Varembe	26'748
Total	62'995

D'où viennent nos usagers et usagères ?

La majorité des usagères et usagers des deux centres sportifs, considérés ici ensemble, résident sur la commune de la Ville de Genève, soit à hauteur de 58%. Près d'un tiers (31%) est domicilié dans une autre commune du Canton. Les autres personnes (11%) habitent dans la région, soit en France voisine (Ain et Haute-Savoie) ou dans une des communes vaudoises proches. On retrouve ici les mêmes tendances que celles observées en 2015.

Commune d'habitation

(n = 61'870)



²⁰ Les abonnements des piscines et des patinoires sont proposés pour des périodes d'un mois, de trois mois, de 6 mois et d'une année. Le mois s'entend à 30 jours. Il existe aussi des cartes de 10 entrées.

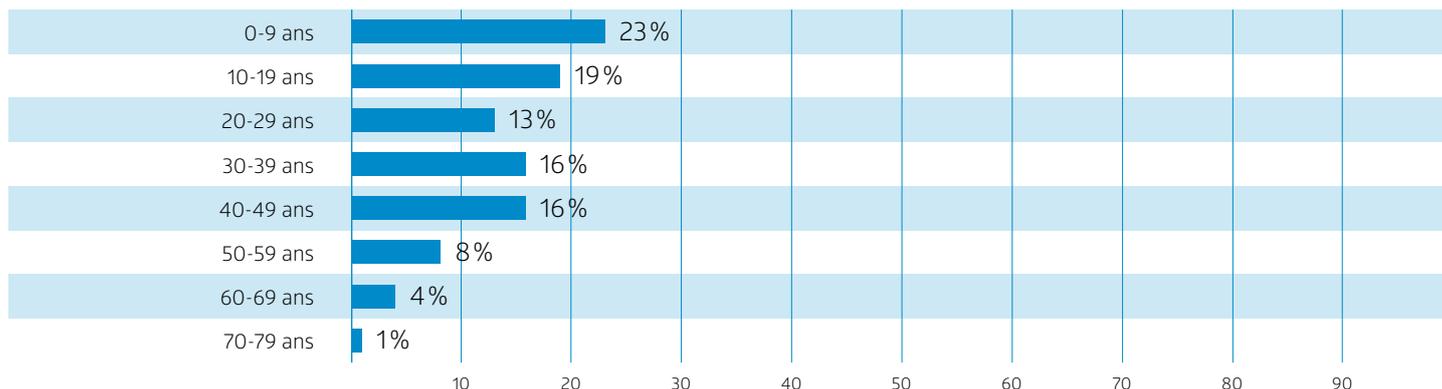
Qui sont nos usagers et usagères ?

Sept ou septante-sept ans ?

Considéré globalement, soit pour les deux sites Vernets et Varembe, le public des installations sportives est jeune : en 2016, 42% des usagers ont moins de 20 ans et seul 5% ont 60 ans et plus. Les 20-59 ans constituent le 53% des usagers. Ci-après, des analyses détaillées montrent des différences selon les sites.

Classes d'âge

(Vernets et Varembe ; n = 62'090)



Hommes ou femmes ?

Le public des deux installations sportives de Vernets et Varembe se compose à part presque égale de femmes et d'hommes.

Genre

(Vernets et Varembe ; n = 41'236)²¹



²¹ Taux de non-réponse élevé sur cette variable, 35%, n = 21'759, ce taux provient principalement des formulaires R groupe, pour lequel le genre n'est pas renseigné pour les enfants qui compose le groupe.

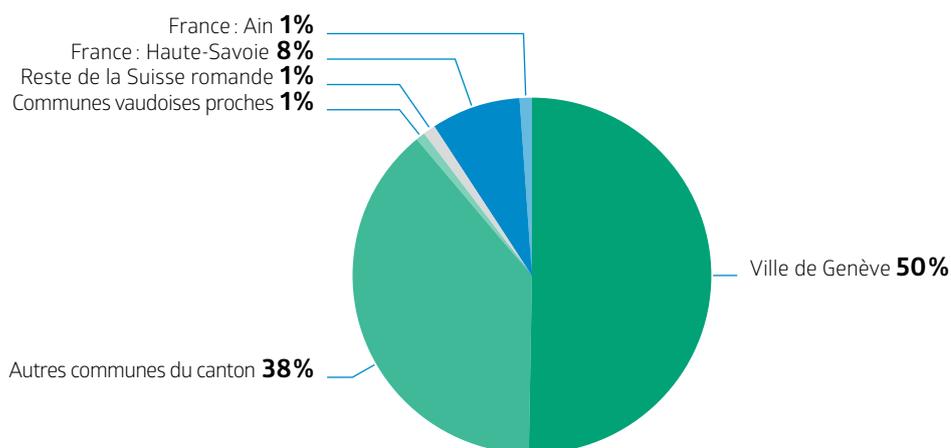
Site des Vernets – les publics de la patinoire et de la piscine

Pour rappel, la piscine accueille le public toute l'année, de janvier à décembre, tandis que la patinoire est ouverte durant le semestre hivernal uniquement, d'octobre à mars.

L'immense majorité des usagères et usagers de la piscine et de la patinoire des Vernets réside sur le territoire cantonal, que cela soit sur la commune de la Ville de Genève ou dans une autre commune, soit 88% et 91%. Les résidents de la Ville de Genève sont toutefois les plus nombreux: ils composent 50% du public de la piscine et 57% de celui de la patinoire. On compte un taux de 12% de résidents de la région (principalement de Haute-Savoie) à la piscine (contre 17% en 2015) et 9% à la patinoire.

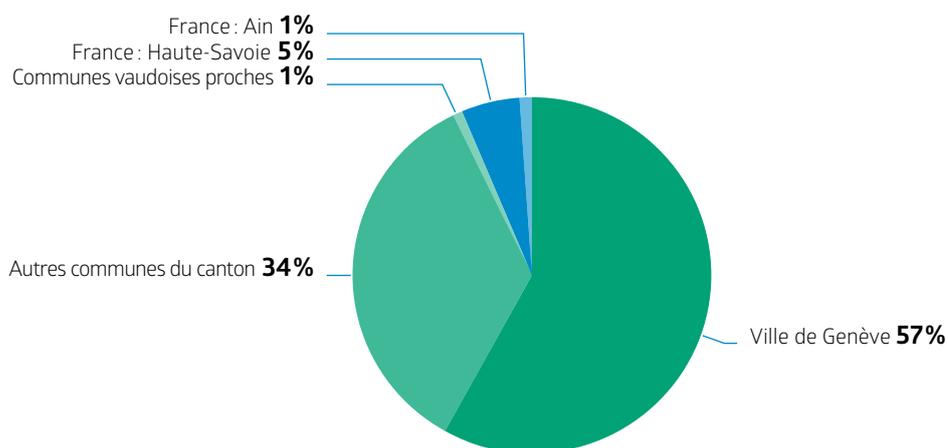
Commune d'habitation – Piscine

(n = 23'186)



Commune d'habitation – Patinoire

(n = 12'032)



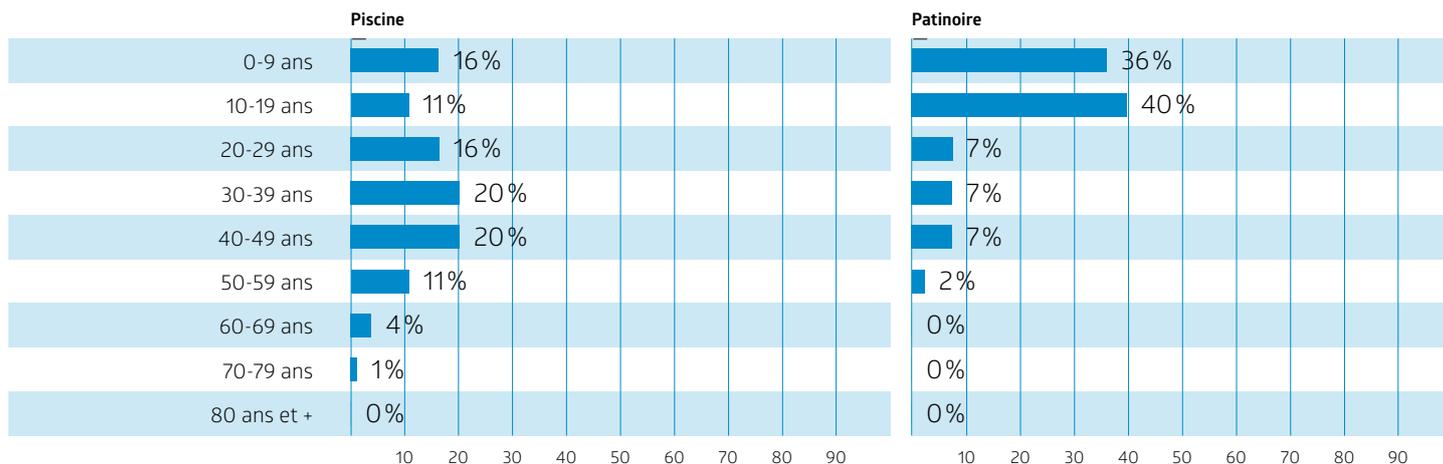
Il faut également relever que la patinoire est plus largement fréquentée par des usagères et usagers qui viennent en groupe, et plus particulièrement ici des groupes d'enfants.

Comme cela a déjà été relevé dans les données 2015, le public de la patinoire est un public jeune, les trois-quarts sont âgés de moins de 20 ans (76%).

Pour la piscine, la proportion des moins de 20 ans est d'un peu plus d'un quart (27%); le taux d'usagères et d'usagers de plus de 60 ans est quant à lui peu élevé et se monte à 5%.

Classes d'âge

(Piscine; n = 23'311 – Patinoire; n = 11'995)

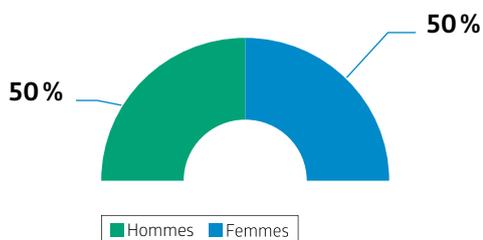


Le public de la piscine est composé à part égale de femmes (50%) et d'hommes (50%).

Quant aux données de la patinoire, elles sont à interpréter avec précaution: on note un taux supérieur de femmes parmi les usagers de la patinoire, soit 59% contre 41% d'hommes. On l'a vu plus haut, on compte un fort taux de non-réponses sur la variable «genre», lié au taux élevé de groupes d'enfants qui fréquentent la patinoire. Dans le dispositif d'enquête, le R groupe renseigne sur la catégorie d'âge et la provenance géographique, mais pas sur le genre des enfants qui composent le groupe. On peut supposer que cette différence entre hommes et femmes est liée au taux d'accompagnantes des groupes d'enfants ou de jeunes.

Genre – Piscine

(n = 18'788)



Genre – Patinoire

(n = 3'866)



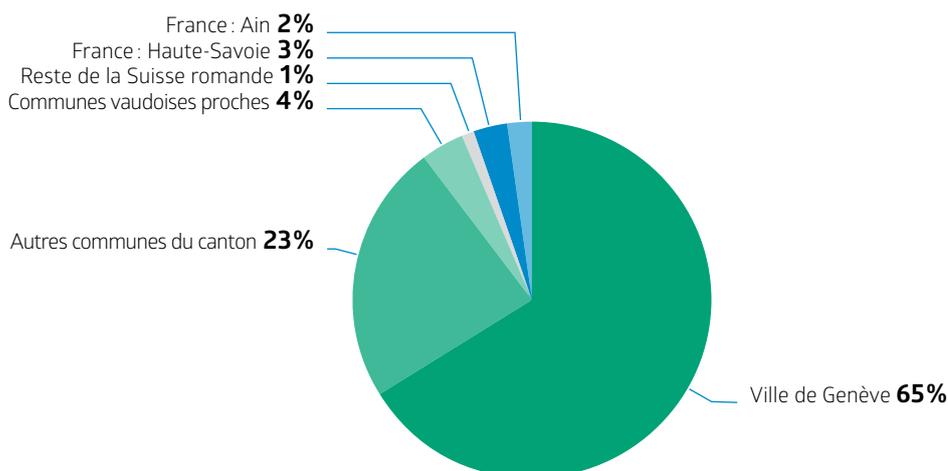
Focus sur les piscines – Vernets et Varembe

Nous présentons ici le profil des usagères et usagers de la piscine de Varembe et le comparons avec celui des Vernets, dont nous avons exposé les résultats ci-avant.

La plupart des usagères et usagers de la piscine de Varembe sont domiciliés sur le territoire cantonal, sur la commune de la Ville de Genève ou dans une autre commune, pour 88% d'entre eux, et ce taux est identique à celui des Vernets. Mais à Varembe les résidents de la Ville de Genève constituent les deux-tiers du public (65%), contre seulement 50% aux Vernets. On dénombre 10% de personnes domiciliées dans la région.

Commune d'habitation

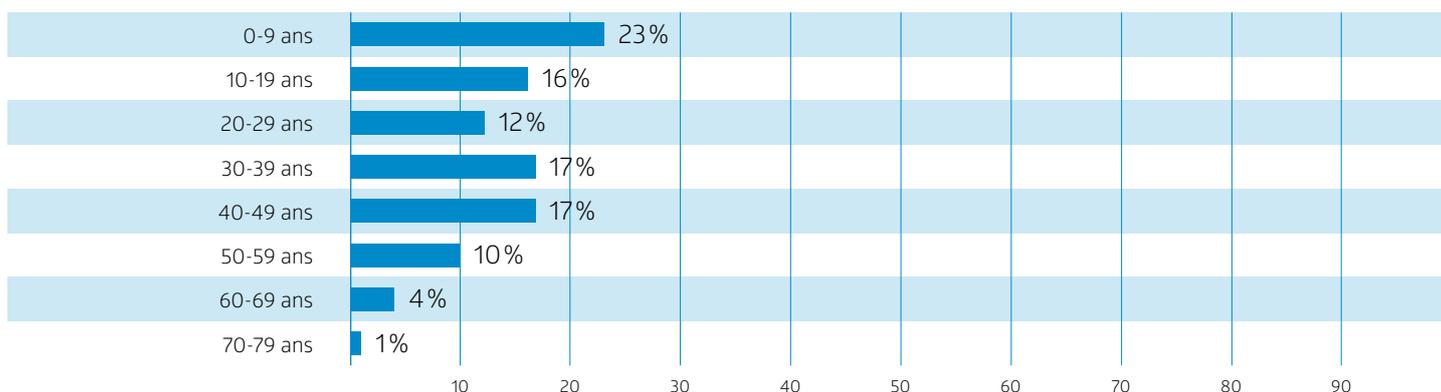
(Varembé - Piscine; n = 26'349)²²



La piscine de Varembé compte une forte proportion d'usagères et d'usagers jeunes, âgés de moins de 20 ans: ce taux s'élève, comme en 2015, à 39%. Il n'est que de 27% aux Vernets. Les 0-9 ans constituent presque un quart du public (23%).

Classes d'âge

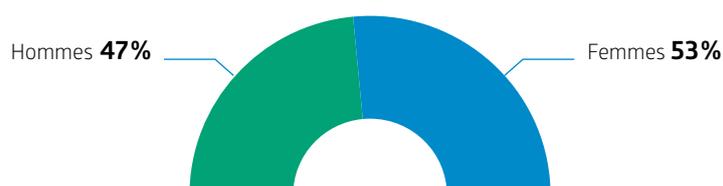
(Varembé - Piscine; n = 26'444)



Le public de la piscine de Varembé présente un taux très légèrement supérieur de femmes (53%). La proportion d'usagères est de 50% aux Vernets. Ces tendances sont identiques à 2015.

Genre

(Varembé - Piscine; n = 18'405)



²² Total à 98% en raison des arrondis de pourcentages.

Résultats des enquêtes C

En octobre 2016 des enquêtes C ont donc été lancées sur les 2 sites des Vernets et Varembe, 1'559 personnes ont été sollicitées pour passer un questionnaire C – questionnaire complet. Le taux global de refus s'élève à 35% ; il varie selon les sites, étant un peu plus élevé aux Vernets. Aussi au total plus de 1'000 personnes ont répondu à l'enquête entre octobre et décembre 2016 (n = 1'007).

Taux de réponses et de refus, par site

(n = 1'559)

	Taux de réponses	Taux de refus
Varembe	78 %	22 %
Vernets	60 %	40 %
Total	65 %	35 %

Nombre de répondant-e-s – questionnaire C, par site

	Nombre de répondant-e-s – C
Varembe	438
Vernets	569
Total	1'007

Les analyses qui suivent portent donc sur un trimestre, de la période d'octobre à décembre 2016.

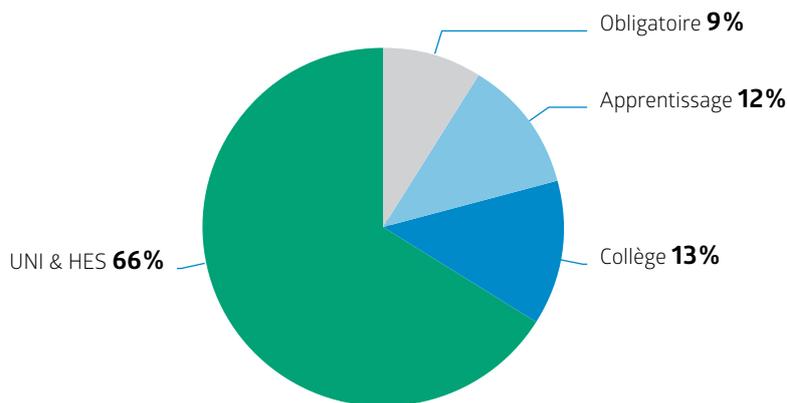
En savoir plus sur le profil de nos usagères et usagers

Sont-ils diplômé-e-s ?

Les deux-tiers (66 %) des usagères et usagers de nos deux centres sportifs ont terminé une formation du degré tertiaire – haute école spécialisée ou université ; 25 % ont une formation de niveau secondaire et 9 % ont une formation obligatoire.

Niveau d'études

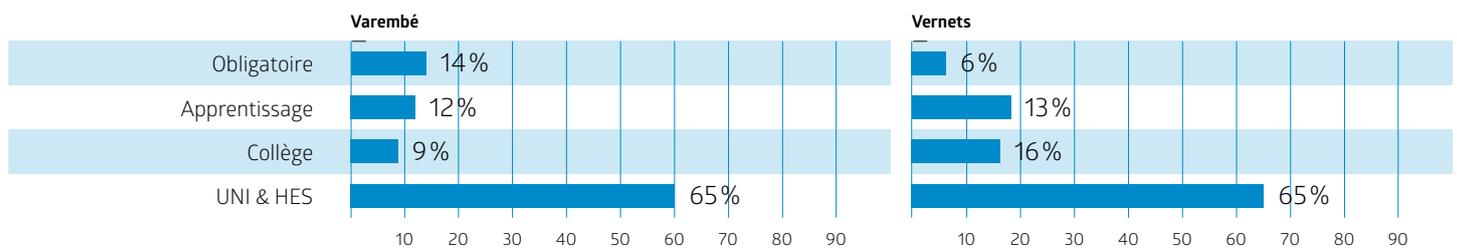
(Varembé et Vernets ; n = 951)



Le site de Varembé compte un peu d'usagers-gères ayant un niveau de scolarité obligatoire que celui des Vernets (14 % contre 6 %) et moins de personnes ayant terminé le collège (9 % contre 16 %).

Niveau d'études par site

(Varembé ; n = 417 – Vernets ; n = 534)

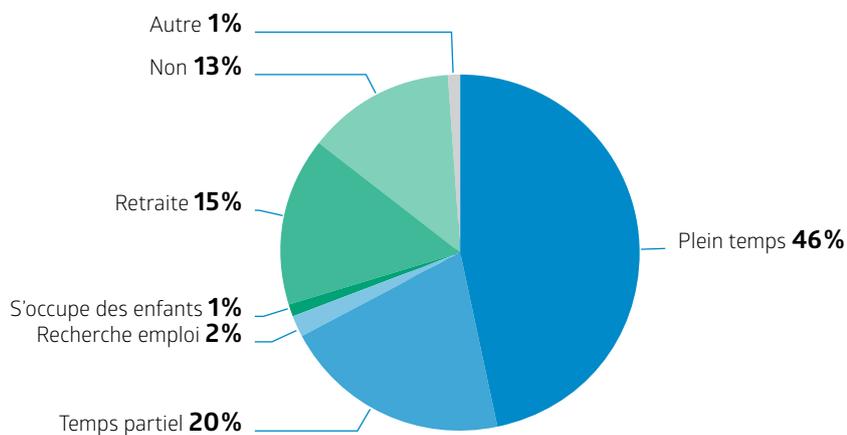


En activité professionnelle ?

La majorité des usagères et usagers sont actifs professionnellement, à hauteur de deux-tiers (66%), dont la plupart travaillent à plein-temps (46%). 15 % de personnes se déclarent à la retraite.

Exerce une activité professionnelle

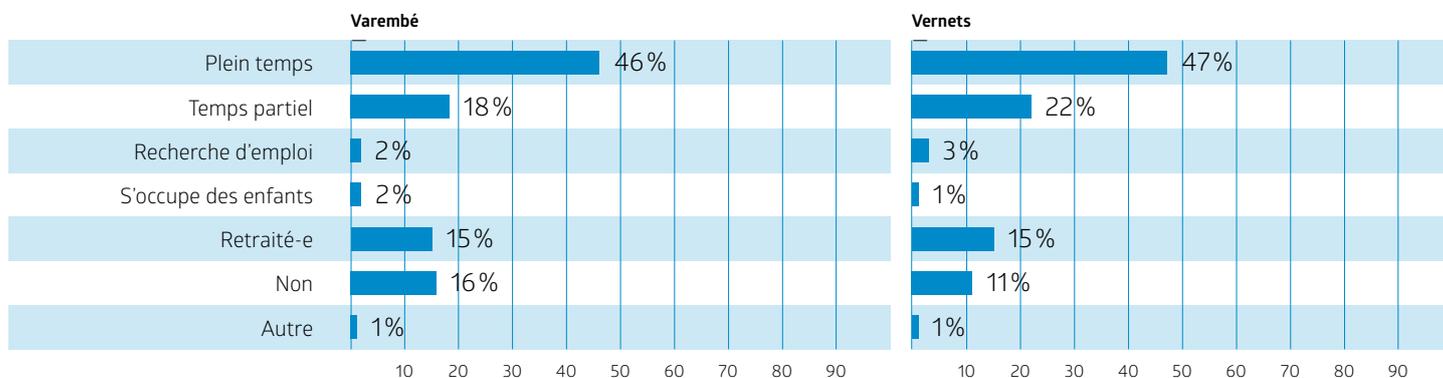
(Varembé et Vernets ; n = 958)



Les distributions sont très semblables d'un centre sportif à l'autre, si ce n'est que les Vernets comptent un taux d'actifs à temps partiel légèrement supérieur qu'à Varembé.

Exerce une activité professionnelle par site

(Varembé ; n = 419 – Vernets ; n = 539)

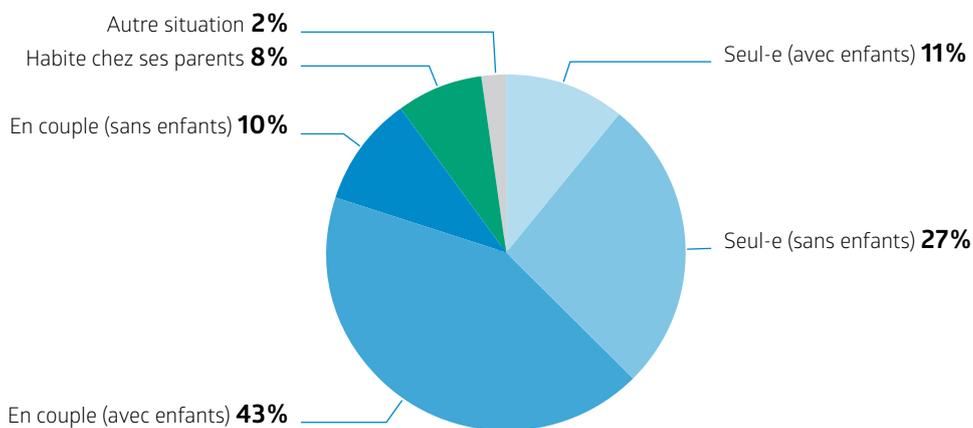


Quelle est leur situation familiale ?

Les couples avec enfant(s) constituent la situation familiale majoritaire parmi les usagères et usagers (43%). Les personnes seules sans enfant sont la seconde situation familiale la plus représentée (27%).

Situation familiale

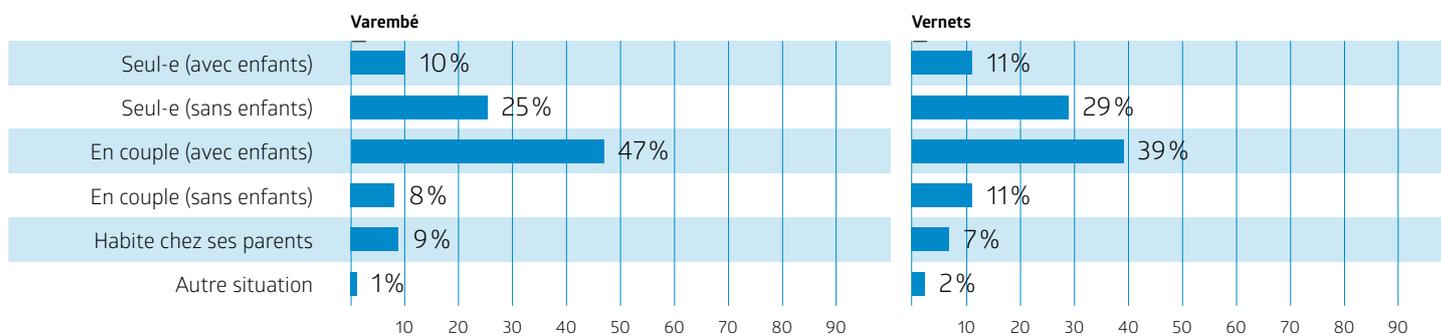
(Varembé et Vernets; n = 924)



Le centre sportif de Varembé accueille, sur cette période en 2016, davantage de personnes en couple avec enfants que le centre sportif des Vernets.

Situation familiale par site

(Varembé; n = 408 - Vernets; n = 516)



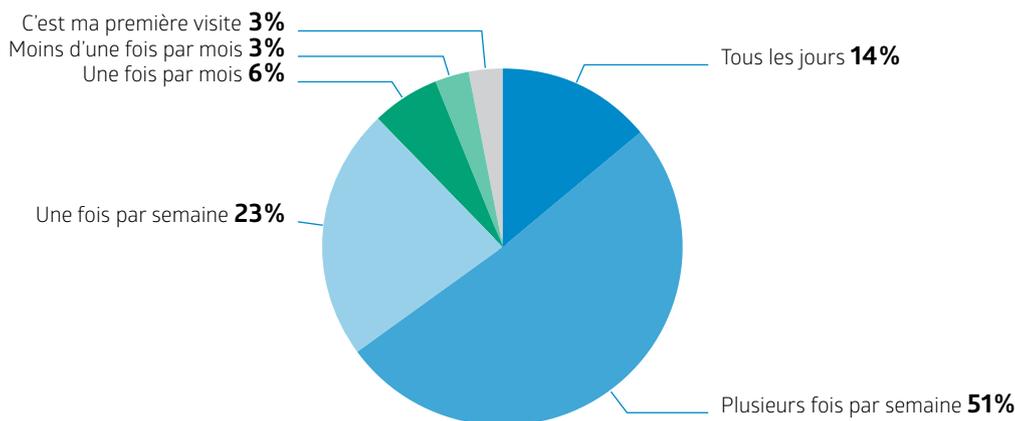
Les modalités de fréquentation du centre sportif

Fidèles ou occasionnel-e-s?

Les usagers et usagères des deux centres sportifs sont très assidus, 88 % s'y rendent au moins une fois par semaine, dont 14 % tous les jours et 51 % plusieurs fois dans la semaine. Pour 3 % des répondant-e-s, il s'agit de la première visite.

Fréquence de visite du centre sportif

(Vernets et Varembeé; n = 984)



Ces tendances sont identiques aux Vernets et à Varembeé.

Seul-e-s ou accompagné-e-s?

Les trois-quarts des personnes se rendent seules pour pratiquer leurs activités dans les centres sportifs (76%). Cette proportion est un peu plus importante aux Vernets (80%) qu'à Varembeé (71%).

Les usagers et usagères qui déclarent venir accompagnés viennent avant tout avec leur(s) enfant(s) (35%) et des amis (32%), plus marginalement en couple (17%) ou de la famille proche (13%).

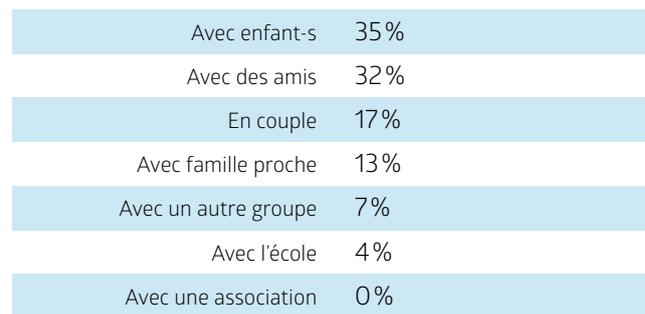
Est venu-e seul-e?

(Vernets et Varembeé; n = 974)



Accompagnement

(Vernets et Varembeé; n = 228)

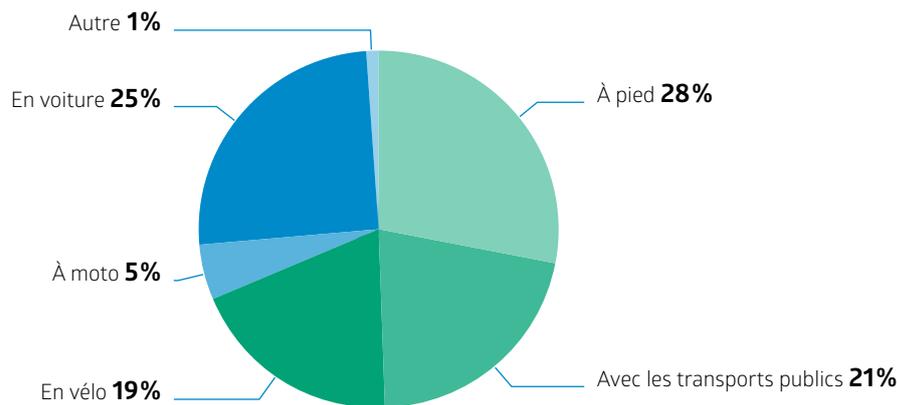


Quels moyens de transport utilisent-ils ou elles ?

Les moyens de transports utilisés par les usagers et usagères pour se rendre au centre sportif se répartissent grosso-modo en quatre catégories, par ordre décroissant : à pied (28%), en voiture (25%), avec les transports publics (21%) et à vélo (19%).

Moyen de transport

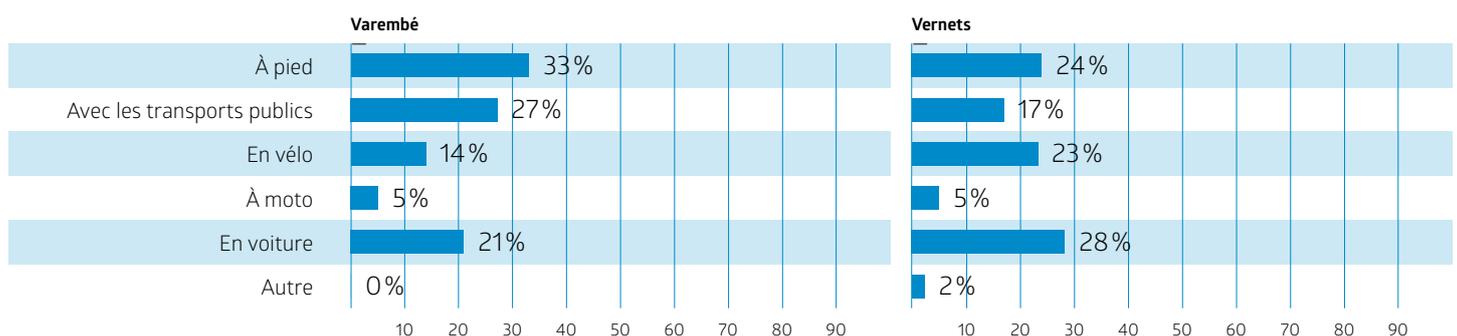
(Vernets et Varembeé; n = 964)



On note une proportion plus élevée de piétons et de personnes utilisant les transports publics pour se rendre à Varembeé et à contrario une proportion plus importante d'usagers et usagères en vélo et en voiture aux Vernets.

Moyen de transport par site

(Varembeé; n = 411 – Vernets; n = 553)



La satisfaction de la visite du centre sportif

Satisfait-e-s ou non ?

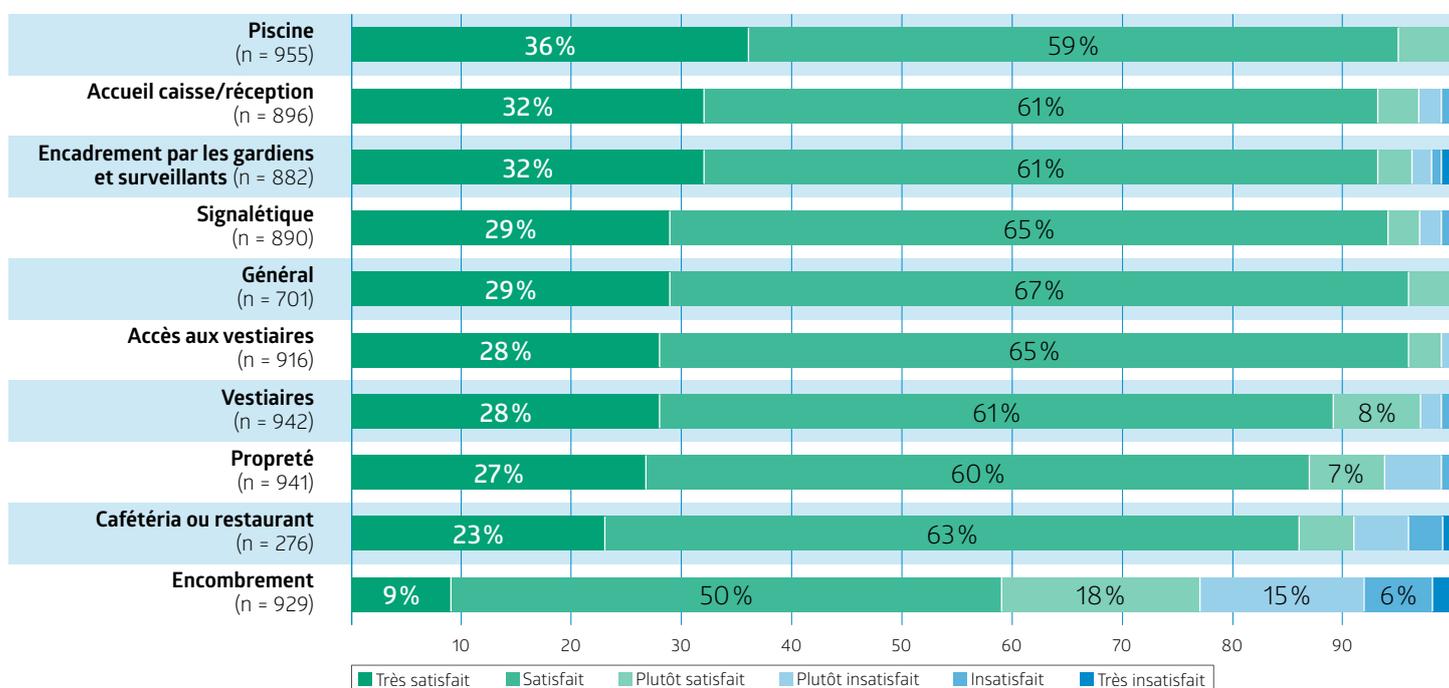
Les usagers et usagères sont dans l'ensemble satisfaits des prestations : les taux de satisfaction (de « plutôt satisfait » à « très satisfait ») vont de 92% à 99%, excepté sur la question de l'encombrement des lignes de la piscine dont la satisfaction ne s'élève qu'à 77%.

Entre un quart et un tiers des répondant-e-s évaluent très positivement les différentes prestations (« très satisfaits », de 23% à 36%) et environ deux-tiers disent en être « satisfaits » (59% à 67%).

L'encombrement des lignes de la piscine reste un point à améliorer, et dans une moindre mesure, la cafétéria-restaurant, la propreté et les vestiaires.

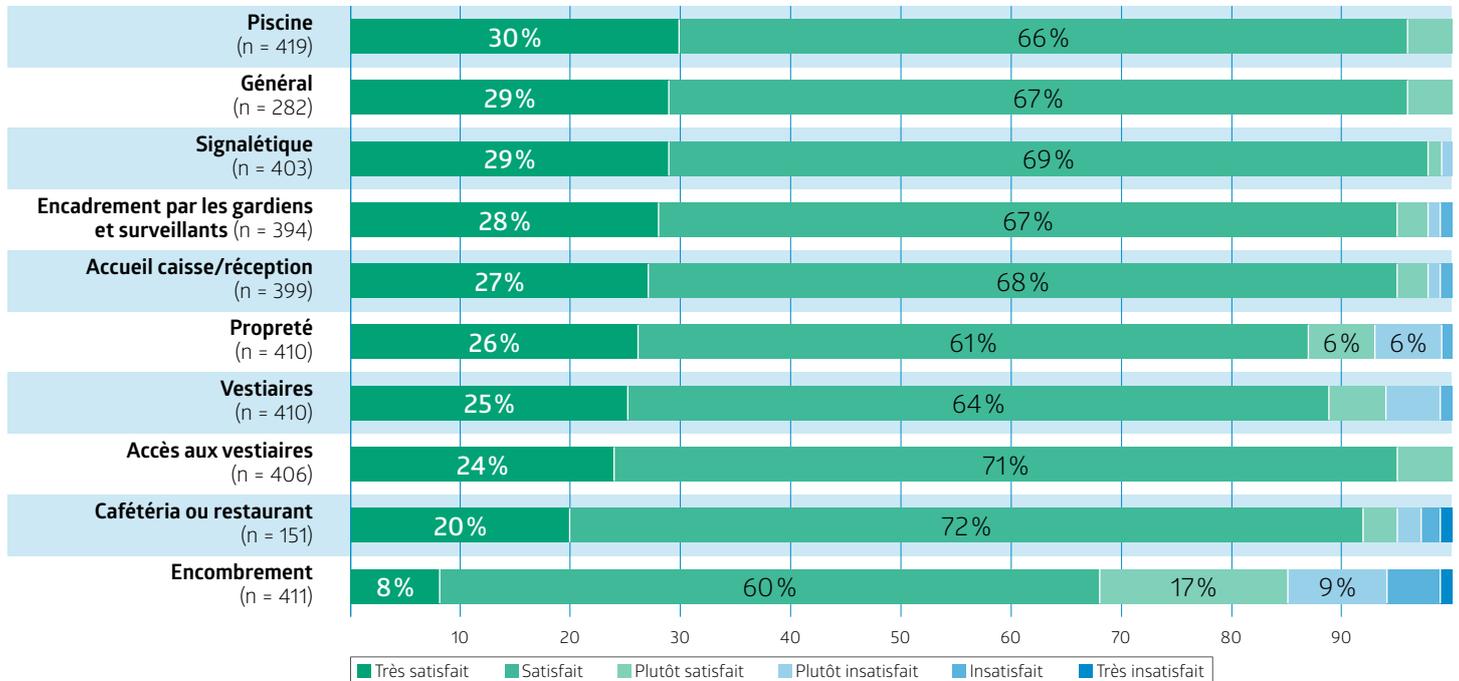
Satisfaction avec les prestations du centre sportif

(Vernets et Varembe)

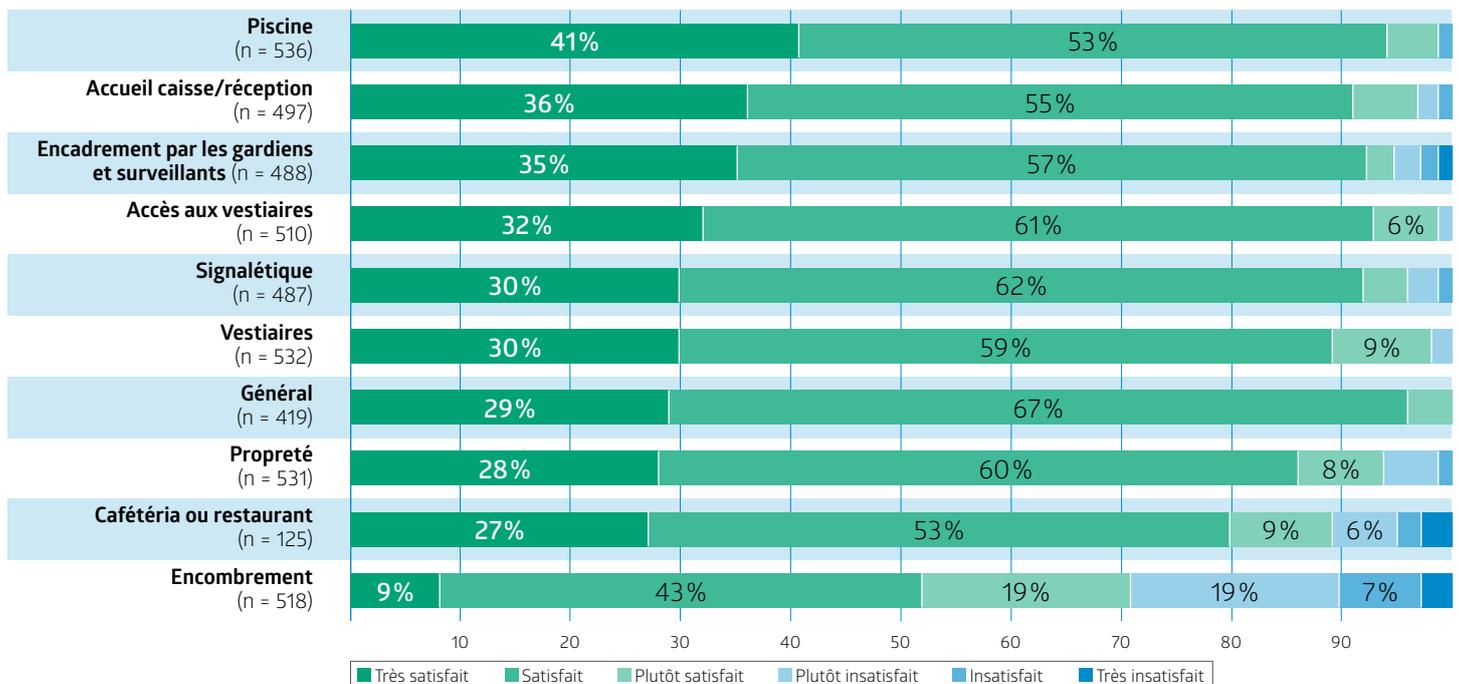


Sur plusieurs dimensions, le taux de personnes se déclarant « très satisfaites » est plus élevé aux Vernets qu'à Varembe, il s'agit de l'évaluation des prestations suivantes : la piscine, l'accueil à la caisse et réception, l'encadrement par les gardiens et surveillants, l'accès aux vestiaires, la cafétéria-restaurant. En revanche, l'aspect de l'encombrement de la piscine est moins bien évalué aux Vernets, qui compte 26 % d'insatisfaits contre 14 % à Varembe.

Satisfaction avec les prestations du centre sportif – Varembe



Satisfaction avec les prestations du centre sportif – Vernets

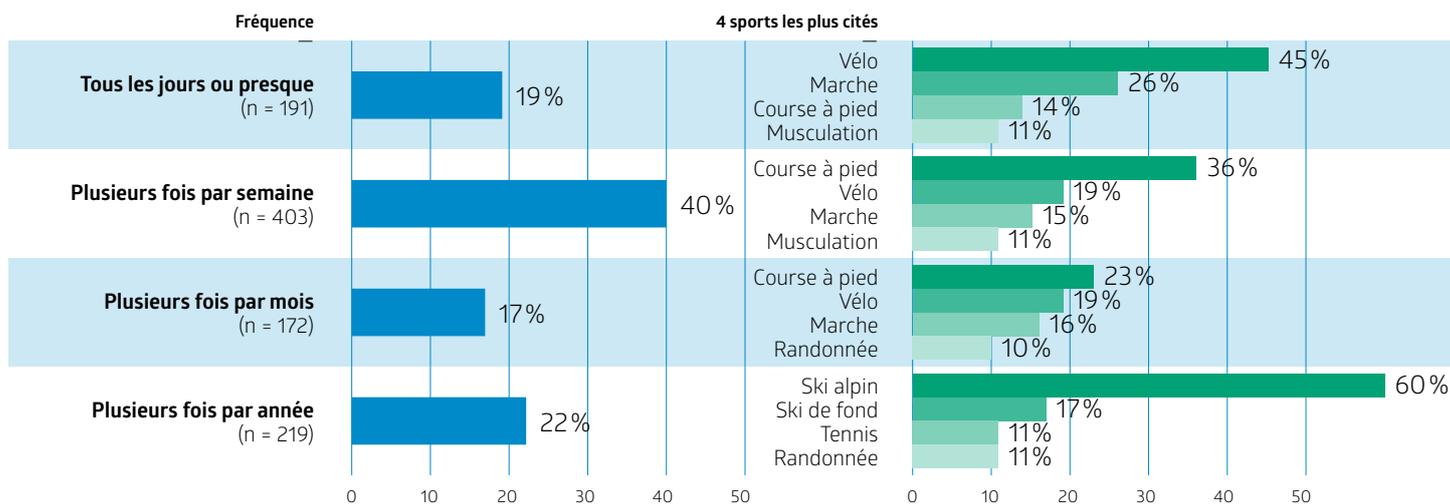


Les autres pratiques sportives

En dehors de la fréquentation des centres sportifs, les usagers et usagères pratiquent d'autres activités sportives, pour certains assidûment : 19 % font une autre activité sportive tous les jours ou presque et 40 % plusieurs fois par semaine. Les sports plébiscités sont : le vélo, la marche, la course à pied et la musculation. Les sports plus occasionnels cités sont la randonnée ou les sports saisonniers comme le ski, voire le tennis.

Sports pratiqués

(Vernets et Varembeé ; n = 1'007)



18 % des usagers et usagères sont membres d'un club sportif.

Appartenance à un club

(Vernets et Varembeé ; n = 975)



14 % participe à des compétitions sportives, cette proportion étant plus élevée aux Vernets (18 %) qu'à Varembeé (10 %).

Enfin 16 % des répondant-e-s fréquentent un centre de fitness.

Focus

Ateliers verts des Conservatoire et Jardin botaniques : vers une nouvelle offre jeune public ?

Au printemps 2016, les Conservatoire et Jardin botaniques (CJB) ont souhaité évaluer leur programme de médiation destiné au jeune public, les « Ateliers verts », lequel a connu une baisse des inscriptions en 2015. Un court sondage de satisfaction a été proposé aux familles des participants afin de mieux connaître leurs attentes afin, le cas échéant, d'adapter la formule ainsi que la stratégie de communication.

Contexte

En 1996, à l'occasion de l'année Tœpffer, les CJB en collaboration avec l'UN13 (Université des seniors) lancent un programme d'ateliers de découverte et sensibilisation à la nature. Ce programme est destiné aux enfants de 8 à 11 ans, le mercredi après-midi, de façon ponctuelle. Des seniors bénévoles se chargent de l'animation et de l'inscription et des membres du personnel des CJB – conservateurs, jardiniers ou personnel d'herbier et de bibliothèque – soutiennent et encadrent leur action, en lien avec les médiateurs-trices du CJB. En 2003 ce programme d'ateliers se renforce et en 2010, l'appellation « Ateliers verts » remplace « Ateliers Toepffer ».

Une quinzaine d'Ateliers verts sont organisés chaque année, sur des thématiques variées en lien avec l'actualité ou les collections (développement durable, ethnobotanique, cactus, orchidées, herbier, jardinage, etc.); ils comptent entre 150 à 250 participants selon les années.

En 2014, l'introduction du nouvel horaire scolaire les mercredis matins ne présente pas d'impact important sur les inscriptions, mais en 2015-2016, cet impact est marqué.

Sondage et résultats

Un court questionnaire a été envoyé au fichier des 99 adresses électroniques de participants. 11 adresses invalides sont venues en retour et 88 foyers ont reçu l'enquête.

Entre le 31 mars et le 20 avril 2016, 30 personnes ont participé au sondage, le taux de réponses est ainsi de 34%.

Le questionnaire comprenait 6 questions principales, portant sur les motivations et les freins éventuels à la participation aux ateliers, l'évaluation de la formule actuelle et le moyen de connaissance de ce programme de médiation, et une question ouverte permettant de suggérer des thèmes d'ateliers.

Bien que les données portent, rappelons-le, sur un échantillon petit, les conclusions de cette enquête montrent :

- La sensibilisation à la nature et l'accompagnement mixte entre professionnels et bénévoles seniors est attractive pour le public-cible.
- Le programme touche surtout des familles qui viennent au Jardin botanique. En second lieu, le bouche-à-oreille du réseau familial et de connaissances fonctionne, et la promotion via les sites internet.
- L'introduction de l'école le mercredi matin a clairement découragé de nombreuses familles (les enfants avant 8 ans et ceux qui sont en école privée n'étudient pas le mercredi matin).
- Il y a une demande des adhérents pour que les Ateliers accueillent des enfants plus jeunes, et plus âgés.
- L'horaire actuel reste la meilleure option, notamment en raison de l'éloignement du Jardin pour certains.
- L'accueil des enfants sans parents ou grand parents reste la formule préférée, cependant il y a un intérêt des parents à participer avec leurs enfants.

Ce bref sondage a ainsi permis de faire évoluer les Ateliers verts. Globalement la formule de base est maintenue – collaboration mixte, horaires, thématiques – mais l'offre est diversifiée : elle s'ouvre désormais à une classe d'âge élargie et est proposée à deux groupes distincts : les 6-9 ans (kids) et les 10-13 ans (juniors). Des ateliers familles sont mis sur pied durant les fêtes et événements CJB pour permettre la participation des parents.

La promotion de ce programme de médiation par l'affichage dans le Jardin et sur les sites internet de la Ville est à renforcer, tout en poursuivant d'autres modes de promotion.



**VILLE DE GENÈVE, DÉPARTEMENT DE LA CULTURE ET DU SPORT
UNITÉ PUBLICS ET PROMOTION (UPP)**

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 – Maison Tavel – Musée Rath), Mauricio Estrada Muñoz, Karen Tieche (Musée d'ethnographie), Nicolas Dumoulin (Muséum d'histoire naturelle – Musée d'histoire des sciences), Pierre-Yves Stucki (Service des sports)

Personnes en charge des collectes R

Musée d'art et d'histoire – Maison Tavel – Musée Rath: Thierry Becker, Kadri Bekteshi, Didier Bonvin, Arnault Bouffard, Claudio Calegari, Marco Camos, Etienne Egri, Stéphane Equey, Pedro Galera Perez, Nuno Gameiro, Roger Hammouche, José-Luis Herrero Garcia, Christophe Hertig, Patricia Hugo, Hassan Jada, Miriam Patricia Larrazabal-Lanz, Katrin Longo, Philippe Martin, Miguel Martinez, Daniel Meyer, Dennies Pasquier, François Perez, Rosario San Juan, Anabela Teixeira, Claudia Vittet, Claude Weingart

Muséum d'histoire naturelle: Redhouane Benguernane, Jean-Emmanuel Cebah, Bafti Shefkiju, Michaël Dupuis, Javier Fornerod, Mehmet Ilkhan, Julien Lutzelschwab, Juan Martinez, Savio Vallentin, Eric Rigoulet, Hafida Rizzo, Christophe Sahli, Vallentin Savio, Arnaud Tosi, João Vargas, Alexandre Voltchkoff, Brigitte Jaccoud, Pierre-Alain Ricotti, Daniel Fraga

Musée d'histoire des sciences: Eliane Bombeli, Patrick Musy, Alfredo Pato, Patrick Steinmann

Musée Ariana: Hersi Abdi, Afrim Avdullahi, Jasmina Brankov, Anibal Fernandes, Katarzyna Lesinksa Reuter, Julien Roguet, Florence Rohrbasser, Claude Rouge, Ramiz Saljiji, Maryann Wangui Githaiga

Musée d'ethnographie: Michel Ahamba Monga, Esperanza Rossel, Raouf Hadidi, Loïse Sierro, Aurélie Rime

Service des sports: Cosetta Trivisan Faustini, Sandra Neyroud, Robert Roachat, Eva Nahmias, Olivier Thiong-Toye, Emilia Fulvi, Maria Ben-Abdallah, Geneviève Mendes-Amman

Personnes en charge des collectes C

Satiscan: Basile Dinbergs, Jérémie Pache, Daniela Romao

Graphisme: Daniel Galasso

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

Tirage: 300 ex.

Genève, octobre 2017

© Unité Publics et Promotion, Département de la culture et du sport de la Ville de Genève

Photographie couverture: © Elisa Larvego

