

Déconfinement et après ?



Motivation des publics à participer à un concert au Sonambule après la crise sanitaire

OCVH – Office Culturel de la Vallée de l'Hérault

Association porteuse du projet Musiques actuelles au Sonambule

2, avenue Mas Salat – 34150 Gignac - France

25/06/2020

monquestionnaire@lesonambule.fr

Résumé

La crise sanitaire a profondément bouleversé les saisons culturelles et les festivals de printemps et d'été. Elle interroge sur les modalités d'une reprise d'activité sans prendre de risque pour les équipes artistiques, techniques et bien entendu les publics.



Cette enquête menée en mai auprès des publics de la salle de spectacle Le Sonambule à Gignac avait pour but de partager ces interrogations et d'imaginer quelles pourraient être les dispositifs à mettre en place pour retrouver les concerts en live à Gignac sur sur le territoire de la communauté de communes.

Avec 447 questionnaires complétés en très peu de temps, nous pouvons dire que les publics du Sonambule se sont sentis concernés par cette enquête.

Les résultats montrent que le projet de l'OCVH / Le Sonambule correspond aux attentes des habitants du territoire en terme de programmation, de tarif et de convivialité. On y vient pour rencontrer des amis et passer un bon moment ensemble. Il n'est donc pas étonnant de noter que ces publics sont avides de pouvoir retourner au concert, pour certains dans les mêmes conditions qu'auparavant et pour d'autres en prenant quelques précautions sanitaires (organisation en plein air avec des jauges raisonnables).

Le désir de concert s'accompagne d'un engagement à retrouver ses habitudes au Sonambule. La grande majorité des personnes envisage des dépenses à la même hauteur que ce qu'elles étaient auparavant. On profitera aussi des services proposés, bar et restauration selon les mêmes modalités qu'avant la crise, si elle ne vient pas à s'aggraver.

Nous pouvons noter toutefois des variations dans les attentes et les usages de la pratique de concert en fonction des esthétiques musicales. Pour le rock, le punk ou le métal, il est difficile d'envisager un concert sans être debout, à proximité de la scène et sans possibilité de prendre un verre avec son cercle élargi d'amis.

A l'inverse pour les tenants du jazz ou de la chanson, la configuration en plein air, mais assis semble la plus adaptée.

Dans une première partie, nous présentons les résultats obtenus sur chacune des modalités en distinguant trois grands groupes de questions : le rapport des publics à la salle, la pratique de concert post Covid, les caractéristiques sociodémographiques. Dans une seconde partie, nous avons essayé de montrer les effets des variables les unes par rapport aux autres.

Table des matières

Résumé.....	1
Table des matières.....	2
I. Contexte	3
II. Méthodologie - Limites	4
PARTIE 1 : LES DONNES BRUTES	
I. Les caractéristiques sociodémographiques.....	6
II. Fréquentations, motivations et usages	8
III. Désirs de sorties après la crise	13
IV. Les futures sorties au Sonambule	17
PARTIE 2 : LES EFFETS DES VARIABLES LES UNES SUR LES AUTRES	
I. Variations en fonction des mesures sanitaires.....	20
II. En fonction de la fréquentation du Sonambule	22
III. Variations en fonction des goûts	24
IV. Fréquence de sorties après la crise	25
V. Participation à un concert après la crise	26
Conclusion	27

I. Contexte

L'OCVH / Le Sonambule est une scène de musiques actuelles implantée à Gignac. Le projet de l'OCVH / Le Sonambule a su imposer sa légitimité d'acteur culturel de premier plan au sein de ce territoire péri-urbain de la Vallée de l'Hérault. Multipliant les partenariats avec les différents acteurs du territoire, l'OCVH / Le Sonambule articule son projet autour d'une programmation éclectique alliant de grands noms de la scène des musiques populaires à des artistes en développement. Sa politique tarifaire modérée prend en compte les réalités socio économiques du territoire favorisant ainsi l'accès au plus grand nombre. Loin de s'enfermer dans ses murs, l'équipe sillonne la communauté de communes par l'intermédiaire d'une programmation hors les murs comme « les itinéraires bis » ou différents projets d'action culturelle avec les écoles.



La crise sanitaire mondiale provoquée par le Covid-19 a conduit à la fermeture de l'ensemble des salles de spectacles sur le territoire. Dès lors, de nombreuses questions se sont posées. Sera-t-il possible à courte ou moyenne échéance de rouvrir les salles de spectacles ? Les contraintes sanitaires imposeront-elles de nouvelles formes de diffusion de la musique ? Comment les structures culturelles et les artistes pourront-ils s'adapter à cette situation inédite ? Il n'existe pas de concert sans spectateurs que ce soit en présentiel ou bien en live-streaming. Nous pouvons donc légitimement nous interroger sur les « pratiques de publics ». Seront-elles modifiées ? Si oui, dans quel sens ? Quelles sont les attentes des publics pour un retour au spectacle ? Toutes ces questions nous ont tout naturellement conduits à interroger les publics du Sonambule sur leurs « envies » de concerts à l'ère du « post confinement ».

II. Méthodologie - Limites

L'enquête a été réalisée à partir d'un questionnaire en ligne d'une vingtaine de questions découpé en trois parties :

- le rapport à la salle de spectacle (fréquentation, programmation, usage et pratique sociale, etc),
- les pratiques culturelles envisagées à la sortie du confinement (désir de concert, les freins à la venue,
- les conditions nécessaires à mettre en œuvre, etc...), les critères sociodémographiques.

L'enquête était auto administrée par les personnes interrogées et s'est déroulée durant le mois de mai 2020.

Nous avons recueilli 447 questionnaires valides, nous permettant ainsi d'avoir un échantillon large des publics du Sonambule.

Toutefois, si notre échantillon semble représentatif, il nous faut prendre des précautions quant à l'interprétation des résultats en les replaçant dans le contexte du déroulement de notre enquête.

En premier lieu, cette enquête s'est déroulée uniquement en ligne. Par conséquent les personnes ne disposant du matériel adapté et/ou d'une connexion internet n'ont pas pu répondre à notre enquête.

Par ailleurs, la temporalité de la passation est un facteur important à prendre en compte pour l'analyse des résultats puisque à cette époque, les mesures de déconfinement n'étaient pas encore clairement exprimées. Et, concernant plus spécifiquement le secteur du spectacle vivant, les annonces étaient pour le moins contradictoires. Pourrait-on organiser des concerts durant la saison estivale ? Et si oui, sous quelle forme ? Avec quelles contraintes ? De très nombreux organisateurs professionnels comme occasionnels ont préféré annuler leur édition 2020 devant les incertitudes qui pesaient sur le secteur.

PARTIE 1 : LES DONNEES BRUTES

I. Les caractéristiques sociodémographiques

1. Une majorité de femmes

29. genre		
	Effectifs	Fréquence
une femme	287	64,30%
un homme	159	35,70%
Total	446	100,00%

Les femmes sont fortement surreprésentées dans notre échantillon avec un taux de réponses de 64%. Si l'observation empirique des publics du Sonambule montre une répartition plus homogène entre les hommes et les femmes, nous pouvons interpréter ce résultat par l'appétence plus élevée des femmes à répondre à ce type d'enquête. Il nous faudra donc pondérer le poids du genre lorsqu'il se trouve croisé avec une autre variable.

2. Une majorité d'actifs

30R2. Rec. de âge		
	Effectifs	Fréquence
- de 25 ans	7	1,60%
de 26 à 35 ans	55	12,60%
de 36 à 45 ans	134	30,60%
de 46 à 55 ans	131	29,90%
de 56 à 65 ans	85	19,40%
+ de 65 ans	26	5,90%
Total	438	100,00%

La tranche d'âge 36/55 ans représente plus de 60% de notre échantillon alors que les moins de 35 ans ne sont que 14% et les plus de 55 ans représentent un quart des personnes interrogées. Les résultats semblent correspondre à la perception que nous pouvons avoir de la répartition des publics du Sonambule en fonction de l'âge. Toutefois, nous devons garder à l'esprit que les personnes plus âgées ont sans doute une histoire plus forte et plus longue avec la salle les invitant à répondre plus largement que les plus jeunes.

3. Un rayonnement local important

31R2. Rec. de domicile		
	Effectifs	Fréquence
Com Com VH	210	48,10%
dept 34 hors CCVH	208	47,60%
hors dept	19	4,30%
Total	437	100,00%

La répartition de notre échantillon en fonction du lieu de résidence souligne la prédominance d'un public de proximité. En effet, plus de 48% habitent dans la communauté de communes Vallée de l'Hérault. Pratiquement le même pourcentage est observé chez les personnes qui déclarent habiter dans le département de l'Hérault, hors communauté de communes. En regardant de plus près les résultats, il s'agit de personnes vivant à proximité de la communauté de commune. Ils ne sont que 4% à habiter en dehors du département.

4. En résumé ...

Un des premiers enseignements que nous pouvons tirer, est que l'OCVH / Le Sonambule remplit parfaitement sa mission de scène de musique actuelle en prise avec le territoire puisque la très grande majorité de ses publics habite à proximité.

Par ailleurs, si nous devons dresser un profil moyen des publics du Sonambule en fonction de critères sociodémographiques, nous pourrions dire qu'il s'agit d'une femme dont l'âge est compris entre 36 et 55 ans et qui habite dans la communauté de communes de la Vallée de l'Hérault.

II. Fréquentations, motivations et usages

1. Les modalités de connaissance de l'enquête

2. modalités connaissance enquête	Effectifs	Fréquence
newsletter Sonambule	314	70,70%
Facebook Sonambule	71	16,00%
Site Sonambule	13	2,90%
Bouche à orielle	30	6,80%
Autre	16	3,60%
Total	444	100,00%

Le questionnaire a été présenté en ligne essentiellement à partir des outils de communication de l'OCVH / Le Sonambule. Il a ensuite été relayé par différents supports communaux et intercommunaux (site, newsletter).

L'analyse des résultats montre que la newsletter du Sonambule est de très loin le médium ayant obtenu la plus large audience pour notre enquête. Ils sont plus de 70% à déclarer avoir pris connaissance de cette étude via la newsletter, alors qu'ils ne sont plus que 16% à en avoir pris connaissance via la page facebook de la salle. La campagne de communication sur facebook est à la fois passée par le compte et la page qui compte plus de 4000 abonnés. Nous pouvons faire l'hypothèse que la newsletter est plus performante du fait de son caractère « plus personnel » que la page facebook. Si on est abonné, c'est pour suivre l'actualité de la salle alors que l'abonnement à la page peut résulter d'un mode plus conventionnel de mise en réseau ou d'une attente d'information différente (prochain concert, actualité des artistes accueillis, etc...).

2. Fréquentation du Sonambule

4. Fréquentation Sonambule	Effectifs	Fréquence
Très régulièrement (+ de 20/an)	3	0,70%
Régulièrement (entre 12 et 20/an)	11	2,50%
Souvent (entre 6 et 12/an)	58	13,00%
Occasionnellement (Entre 3 et 6/an)	171	38,40%
Rarement (-de 3/an)	163	36,60%
pas venu depuis un an	37	8,30%
jamais venu	2	0,40%
Total	445	100,00%

Les deux segments de populations qui se distinguent parmi les personnes interrogées sont ceux concernant les personnes venant occasionnellement (entre 3 et 6 fois par an) et celles venant rarement (moins de 3 fois par an) avec respectivement 38,4% et 36,6% des réponses. Ils sont 16% à venir au Sonambule plus de 6 fois par an et seulement 8% à ne pas être venu depuis un an.

On observe donc une pratique mouvante dans notre échantillon. Il sera intéressant de confronter ce résultat sur d'autres variables pour mesurer l'effet de la fréquence sur d'autres facteurs. Afin que les effectifs par modalités ne soient pas trop faibles, nous avons opéré un recodage en regroupant des modalités entre elles.

4R1. Rec. de Fréquentation Sonambule		
	Effectifs	Fréquence
régulièrement (+ de 6/an)	72	16,20%
Occasionnellement (Entre 3 et 6/an)	171	38,40%
Rarement (-de 3/an)	163	36,60%
Pas venu depuis 1an/jamais venu	39	8,80%
Total	445	100,00%

3. Les motivations à venir

Cette question était à choix multiples. Chaque personne interrogée était invitée à cocher les propositions qui motivaient sa venue au Sonambule. Nous avons enregistré 2124 réponses à partir de 443 questionnaires renseignés. En moyenne, les personnes interrogées expriment 5 raisons motivant leur venue au Sonambule. La programmation classique d'une salle de musiques actuelles n'est donc pas l'unique entrée pour comprendre l'adhésion du public. Des facteurs liés à la nature de l'équipement, à la socialisation ou à l'ouverture sur le territoire sont à mettre au crédit de la fidélisation des publics.

5. Motivation à venir au Sonambule		
	Effectifs	Fréquence
programmation artistes renommés	268	12,60%
diversité musicale	297	14,00%
découverte nouveaux talents	139	6,50%
programmation JP	80	3,80%
convivialité du lieu	218	10,30%
prix d'entrée	293	13,80%
configuration assise	63	3,00%
configuration debout	53	2,50%
concerts hors les murs	94	4,40%
proximité	267	12,60%
partage avec proches	174	8,20%
convivialité équipe	119	5,60%
faire des rencontres	54	2,50%
autres	5	0,20%
Total / réponses	2 124	100,00%
Interrogés : 447 / Répondants : 443 / Réponses : 2124		

Afin de pouvoir croiser les modalités de cette variable avec celles d'autres variables, nous avons été obligé de faire des recodages sous forme de regroupement. En réalisant ce recodage, nous veillons ainsi à avoir des effectifs convenables sur chacune des modalités. Pour réaliser ce

recodage, nous avons combiné deux stratégies. La première consistait à classer les modalités en fonction de leurs effectifs respectifs. Puis nous avons trié les modalités en fonction de leur degré de proximité entre elles.

Nous arrivons ainsi à définir 4 nouvelles modalités :

- *scène de territoire (programmation d'artistes renommés, diversité musicale, proximité, prix d'entrée)*
- *convivialité (convivialité du lieu, de l'équipe, partage avec des proches, faire des rencontres)*
- *équipement (configurations assise et debout, autres)*
- *autre programmation (jeune public, nouveaux talents, programmation hors les murs)*

Si le recodage des 3 dernières modalités semble évident, pour la première, il s'agit d'un parti pris. De nombreuses études montrent que les publics des salles de spectacles sont généralement motivés par la programmation d'artistes renommée, la diversité musicale proposée, le prix d'entrée attractif et la proximité. Nous avons réuni l'ensemble de ces propositions sous l'appellation de « scène de territoire ». Cette dernière représente plutôt bien les attentes portées sur un projet de diffusion musical en milieu rural ou péri urbain. On cherchera à toucher les personnes habitant sur notre territoire en proposant une programmation diversifiée et exigeante à un prix accessible à tous.

5R1. Rec. de Motivation à venir au Sonambule	Effectifs	Fréquence
scène de territoire	431	39,30%
convivialité	312	28,50%
équipement	106	9,70%
autre programmation	247	22,50%
Total / réponses	1 096	100,00%
Interrogés : 447 / Répondants : 443 / Réponses : 1096		

4. Les esthétiques musicales

Pour répondre à cette question, les personnes interrogées pouvaient cocher plusieurs réponses en fonction de leurs appétences pour les modalités proposées. Nous avons ainsi obtenu 1536 réponses parmi 443 questionnaires valides. En moyenne, les publics du Sonambule sont sensibles à 3 ou 4 esthétiques musicales proposées, permettant ainsi de souligner un certain éclectisme dans les goûts.

Les musiques du monde, la chanson et le rock sont les esthétiques les plus plébiscitées par les personnes interrogées, permettant ainsi de révéler une certaine couleur de programmation pour la salle.

7. Type de concerts	Effectifs	Fréquence
chanson	236	15,40%
electro	82	5,30%
Musique du monde	294	19,10%
reggae	172	11,20%
rock	231	15,00%
punk	60	3,90%
rap	62	4,00%
jazz	161	10,50%
metal	30	2,00%
BD	28	1,80%
bals	75	4,90%
jeune public	85	5,50%
autre	20	1,30%
Total / réponses	1 536	100,00%
Interrogés : 447 / Répondants : 443 / Réponses : 1536		

5. Les dépenses avant la crise

Tout d'abord, nous avons voulu savoir quelles étaient les habitudes d'achat de billet des personnes interrogées. Plus de 3 personnes sur 4 déclarent acheter leur billet en ligne à partir du site de l'OCVH / Le Sonambule. C'est un score très important soulignant le rapport privilégié des publics à la salle. Ils sont 17% à déclarer acheter leur billet sur place le soir du concert. Plus de 92% des personnes ayant répondu au questionnaire achètent leur billet par un des moyens proposés par la salle de spectacle.

11R1. Rec. de Dépenses moyenne au Sonambule avant la crise		
	Effectifs	Fréquence
- de 15€	80	18,10%
de 15 à 25€	217	49,00%
de 25 à 40€	124	28,00%
+ de 40€	22	5,00%
Total	443	100,00%

Si on s'intéresse aux dépenses globales lors de la venue au concert, nous pouvons noter que près de 50% des personnes déclarent dépenser entre 15 et 25 euros. Ils sont 28% à dépenser entre 25 et 40 euros par soir. Et ils sont tout de même pas loin de une personne sur cinq à déclarer dépenser moins de 15 euros.

Si nous rapprochons ce résultat de celui sur les motivations à venir, nous pouvons vérifier que la politique tarifaire modérée permet à un plus large public de proximité de profiter des services de la salle.

6. En résumé ...

La newsletter de l'OCVH / Le Sonambule est le support de communication le plus efficace lorsqu'il s'agit de proposer une enquête en ligne. Elle obtient un score nettement supérieur par rapport aux réseaux sociaux malgré le nombre important d'abonnés. Ils sont sans doute plus efficaces pour communiquer sur l'actualité de concerts de la salle ou des artistes accueillis.

Le Sonambule a un socle solide de publics déclarant venir 3 fois et plus par an. Les motivations à venir sont en priorité, guidées par la programmation d'artistes de renom, l'éclatisme musical, la proximité de la salle, le tarif modéré du billet d'entrée mais aussi par tous les aspects conviviaux liés au lieu, à l'équipe et au désir de se retrouver entre amis.

L'éclatisme musical se retrouve dans le goût des publics très ouverts à différentes esthétiques musicales avec une prédominance des musiques du monde, de la chanson et du rock.

Avec près d'une personne sur deux qui déclare dépenser entre 15 et 25€ par soirée et 18% qui dépensent au maximum 15€, la politique tarifaire modérée permet à de nombreuses personnes de pouvoir avoir une activité de spectateur sans que l'argent ne soit un frein trop important.



III. Désirs de sorties après la crise

Une des grandes questions que se posent les organisateurs de spectacles est de savoir comment vont réagir les publics à la sortie du confinement. Les mesures sanitaires préconisées sont-elles de nature à rassurer les publics? L'inquiétude face à la pandémie sera-t-elle plus forte que le désir de sorties?

1. Fréquence de sorties après la crise

Avec cette question, nous souhaitons savoir si les publics du Sonambule envisageaient de revenir aux mêmes fréquences de sorties culturelles après la crise sanitaire qu'avant. Ils sont plus de 94% à déclarer renouer avec les sorties à la même fréquence qu'avant la crise.

12. Fréquence de sorties après la crise		
	Effectifs	Fréquence
oui	417	94,10%
non	21	4,70%
autre	5	1,10%
Total	443	100,00%

Dans la catégorie "autre", nous trouvons les personnes indécises qui ne se décideront qu'en fonction des circonstances.

2. Participation à un concert après le confinement

14. Participation à un concert après le confinement		
	Effectifs	Fréquence
oui /plutôt oui	324	72,80%
non /plutôt non	104	23,40%
autre	17	3,80%
Total	445	100,00%

Ils ne sont plus que 73% à déclarer vouloir assister à un concert après le confinement. En rapprochant ce résultat du précédent, nous pouvons noter une variation de 20 points, soulignant que si les personnes interrogées souhaitent retrouver les sorties culturelles à la même fréquence qu'avant le confinement, le concert ne profite pas pleinement de cet élan, même si le score reste très important. A ce stade, nous pouvons supposer que les personnes interrogées souhaitent retrouver leur rythme de sorties, celles-ci peuvent être orientées vers des sorties plus individuelles comme la visite de monuments ou de musées où les distance entre personnes sont plus facile à respecter que dans un concert.

3. Effets de la diffusion de la musique sur internet sur la pratique de concert

Durant la période de confinement, de très nombreux artistes ont proposé des concerts en live-streaming, les diffuseurs et organisateurs de concerts ont multiplié les diffusions de concert en replay sur les réseaux sociaux. Ces modes de diffusion de la musique ont-ils un effet sur le désir de concert après le confinement?

16. diffusion musique via le numérique		
	Effectifs	Fréquence
intérêt sup pour aller voir + de concerts	92	21,10%
intérêt similaire pour aller voir des concerts	308	70,80%
désintérêt pour les concerts au profit du net	22	5,10%
autre	13	3,00%
Total	435	100,00%

Ils ne sont que 5% à déclarer privilégier la diffusion de la musique par internet au détriment du concert live. A l'opposé, plus d'une personne sur cinq déclare éprouver un intérêt supplémentaire à assister à un concert après le confinement grâce à ces diffusions par internet. Le numérique aura donc eu un effet stimulateur sur le désir de participer à un concert pour une partie de la population. Nous devons noter que 70% des personnes interrogées ne sont pas influencées ni dans un sens ni dans l'autre.

4. Modalités d'accompagnement pour les sorties futures

Cette crise sanitaire et les consignes de sécurité ont-elles un effet sur les modalités d'accompagnement lors des sorties culturelles? Continuera-t-on à sortir en famille, entre amis? Pour répondre à ces interrogations, nous avons proposé une question à choix multiple.

18. les futures sorties		
	Effectifs	Fréquence
individuel	123	17,60%
avec personnes du foyer	212	30,40%
cercle élargi	342	49,00%
manière collective	18	2,60%
autre	3	0,40%
Total / réponses	698	100,00%
Interrogés : 447 / Répondants : 444 / Réponses : 698		
Pourcentages calculés sur la base des réponses		

Avec près de 50% des répondants qui déclarant vouloir sortir avec leurs amis, la sortie reste un moment convivial de partage entre proches. Ce résultat est renforcé avec le score (30%) des personnes qui déclarent vouloir sortir en famille.

5. Quels sont les types de concerts privilégiés pour la sortie post confinement ?

20. Type de concerts privilégiés		
	Effectifs	Fréquence
plein air assis	66	14,80%
plein air debout	126	28,20%
en salle assis	19	4,30%
en salle debout	8	1,80%
seule la prog est importante	202	45,20%
pas d'avis	26	5,80%
Total	447	100,00%

Pour 45% des personnes interrogées, seule la programmation est déterminante dans le choix de participer à un concert ou pas. Face à eux, 43% des personnes envisagent la sortie en concert si celui-ci a lieu en plein air que ce soit assis ou debout. Ils ne sont que 6% à l'imaginer en salle.

6. Connaissance de la jauge avant le concert

21. connaissance de la jauge avant		
	Effectifs	Fréquence
oui	188	42,20%
non	48	10,80%
pas important	210	47,10%
Total	446	100,00%

Nous retrouvons sensiblement le même résultat que précédemment. Avec 47% des personnes interrogées qui déclarent que ce n'est pas important, nous pouvons faire l'hypothèse qu'il s'agit des mêmes personnes pour qui seule la programmation déterminera s'ils participeront ou pas à un concert.

Nous souhaitons savoir quelle serait la jauge idéale pour les personnes déclarant vouloir la connaître avant de participer à un concert. Ils sont 60% à estimer que la jauge idéale pour eux en période post confinement est de 100 personnes maximum dont un tiers d'entre eux qui la réduise à 50 personnes. 29% des personnes déclarant envisager une jauge à 300 personnes maximum.

7. En résumé ...

Si 94% des personnes déclarent vouloir retrouver une fréquence de sortie culturelle post confinement analogue à celle qu'ils avaient avant la crise, ils ne sont plus que 73% à vouloir assister à un concert.

La diffusion de concerts en live-streaming ou replay via internet a renforcé l'envie de concert pour une personne sur cinq.

La sortie en famille ou entre amis reste la modalité d'accompagnement privilégiée des publics du Sonambule pour assister à un concert.

Si 45% des personnes interrogées déclarent que seule la programmation est déterminante dans le fait d'assister ou pas à un concert, ils sont tout de même 43% à plébisciter le concert en plein air que ce soit assis ou debout. 42% des personnes souhaitent connaître la jauge public avant de se décider à assister ou pas à un concert et parmi eux 60% estiment que la jauge doit être inférieure ou égale à 100 personnes.



IV. Les futures sorties au Sonambule

1. Les usages au bar

24. venue future au Sonambule		
	Effectifs	Fréquence
profiter du bar selon habitudes	364	82,50%
davantage profiter bar	13	2,90%
délaisser le bar	64	14,50%
Total	441	100,00%

Plus de 8 personnes sur 10 déclarent ne pas changer leurs habitudes concernant le bar du Sonambule. Seulement 14,5% pensent le délaisser pour ne pas prendre de risque sanitaire.

Concernant les dépenses moyennes, plus des trois quarts des personnes interrogées affirment qu'ils consacreront le même budget qu'avant la crise pour leur sortie au Sonambule. Ils sont tout de même près de 22% à être indécis, soulignant par ce score le risque de crise économique associée à cette crise sanitaire.

2. Les mesures sanitaires : motivation ou frein à la venue ?

26. mesures sanitaires et venue		
	Effectifs	Fréquence
motive votre venue	219	51,40%
frein à votre venue	148	34,70%
autre	59	13,80%
Total	426	100,00%

Pour plus de la moitié des personnes interrogées, l'application de mesures sanitaires (distance entre les personnes, circuit de déplacement, gel hydroalcoolique, etc) est un facteur rassurant, motivant la venue des publics aux futurs spectacles proposés par l'OCVH / Le Sonambule. A l'inverse, ils sont près de 35% à déclarer que ce serait un frein à leur venue. Dans les commentaires associés à la question, nous avons pu noter que pour ces personnes, un concert ne peut pas se dérouler avec des contraintes sanitaires trop fortes. Le besoin de contact, de proximité est associé au plaisir d'assister à un concert.

Pour aller plus loin dans la compréhension des positions des uns et des autres, nous avons cherché à savoir quelle serait la forme idéale de concert selon chaque personne.

3. La forme idéale de concert à l'ère post covid

28R2. Rec. de organisation idéale d'un concert		
	Effectifs	Fréquence
conditions sanitaires	19	9,40%
assis /distance /petite jauge	25	12,30%
comme avant	25	12,30%
plein air debout / assis	127	62,60%
autres	7	3,40%
Total	203	100,00%

Un peu moins de la moitié des personnes interrogées a répondu à cette question faisant confiance à l'équipe en place pour trouver la meilleure proposition ou n'ayant pas d'idées précises sur la manière de proposer un concert qui satisfasse aux exigences sanitaires et corresponde aux attentes des publics en terme de convivialité.

Toutefois, plus de 62% déclarent que la formule « en plein air » qu'elle soit assise ou debout, réunit l'ensemble des facteurs à prendre en considération. Avec plus de rigueur encore, ils sont 12% à estimer que l'on doit y associer d'autres facteurs : distance entre les personnes, petite jauge, assis. Un peu plus de 9% des personnes envisagent la pratique de spectateur uniquement sous l'angle du strict respect des règles sanitaires. A l'opposé, 12% des personnes n'envisagent pas le concert autrement que sous la forme proposée avant la crise sanitaire.

4. En résumé ...

Une très grande majorité de personnes déclarent qu'ils ne modifieront pas leurs habitudes de fréquentation du bar après la crise. Pour ceux-ci les dépenses moyennes devraient être du même ordre que par le passé alors que 22% s'interrogent sur le budget futur alloué aux sorties au Sonambule.

Plus de la moitié des personnes sont sensibles à la mise en place de mesures sanitaires pour participer à un concert alors que pour près de 35% cela serait un frein à leur venue.

La forme idéale de concert est le « plein air ». Près de 20% des répondants à la question mettent en avant la mise en place de conditions sanitaires. A l'opposé, 12% ne conçoivent pas les concerts sous une forme différente de celle qu'ils connaissaient auparavant.

L'ensemble de ces résultats bruts donne déjà une première impression de ce que ressentent les publics du Sonambule vis à vis de la pratique de concert post confinement. Toutefois il nous faut aller plus loin en croisant les variables deux à deux afin de vérifier les effets éventuels que l'une pourrait avoir sur l'autre. Observe-t-on une répartition équivalente des « désirs de concert », des « formats », des « craintes » quelque soient les critères sociodémographiques ? Les esthétiques musicales jouent-elles un rôle dans l'appréciation d'un concert type ?

PARTIE 2 : LES EFFETS DES VARIABLES LES UNES SUR LES AUTRES

I. Variations en fonction des mesures sanitaires

L'effet des mesures sanitaires est une des questions centrales de notre étude. Nous avons vu précédemment que plus de la moitié des personnes interrogées, déclaraient que l'application de mesures sanitaires telles que la distance physique, l'utilisation de gel hydro-alcoolique, de masques... était de nature à motiver leur venue à un concert à la sortie du confinement. 34% le percevait comme un frein à leur venue. Dès lors, nous allons chercher à voir si nous pouvons définir un profil moyen de personnes pour qui l'application des mesures sanitaires constituerait une motivation à participer à un concert.

1. Variations en fonction du genre, de l'âge et du domicile

En croisant les résultats avec les variables sociodémographiques, nous pouvons noter que pour les femmes, l'application de mesures sanitaires est une motivation supplémentaire à leur venue par rapport aux hommes. On retrouve cette tendance chez les personnes dont l'âge est compris entre 46 et 55 ans par rapport aux moins de 45 ans. Nous devons noter que les personnes indécises sont aussi surreprésentées chez les 26/45 ans. En dernier lieu, les personnes interrogées habitant la communauté de communes de la Vallée de l'Hérault semblent plus attachées à la mise en place de mesures sanitaires que les autres.

2. Usages au Sonambule

Les personnes qui dépensaient en moyenne moins de 15€ pour leurs sorties au Sonambule sont surreprésentées sur la modalité « mesures sanitaires motivant votre venue » alors que celles qui dépensaient entre 25 et 40€ par sortie déclarent que les mesures sanitaires seraient un frein à leur sortie.

Par ailleurs, les personnes interrogées qui déclarent que les mesures sanitaires sont un frein à leur venue sont surreprésentées sur la modalité « profiter du bar selon vos habitudes lors d'une venue future au Sonambule ». A l'inverse, les personnes pour qui l'instauration de mesures sanitaires est une motivation à leur venue sont prêtes à délaissier le bar lors de leurs futures venues au Sonambule.

Tableau : Effectifs				
En lignes : 24. venue future au sonambule				
En colonnes : 26. mesures sanitaires et venue				
	motive votre venue	frein à votre venue	autre	Total
profiter du bar selon habitudes	166	127	53	346
davantage profiter bar	7	5	1	13
délaissier le bar	42	16	4	62
Total	215	148	58	421

(Code couleur : en vert, surreprésentation et en bleu sous représentation)

3. Envies de concerts

Les personnes pour qui la mise en place de conditions sanitaires motive leur venue, semblent être moins disposées que les autres à sortir à la même fréquence qu'avant, après le déconfinement y compris pour assister à un concert. Par ailleurs, ces personnes souhaitent connaître la jauge « public » en amont et envisagent des sorties si elle n'excède pas 100 personnes, en plein air et en configuration assise.

A l'opposé, les personnes pour qui l'établissement de conditions sanitaires est un frein à leur venue, déclarent être sûrs de sortir à la même fréquence qu'auparavant pour assister à un concert. Pour ces personnes la jauge n'a aucune importance, seul compte la programmation. Elles sont légèrement surreprésentées sur la modalité « comme avant » concernant la variable « quelle serait l'organisation idéale d'un concert selon vous ». Il est important de noter que ces personnes se retrouvent avec l'autre groupe pour plébisciter la mise en place de concerts en plein air.

Tableau : Effectifs				
En lignes : 21. connaissance de la jauge avant				
En colonnes : 26. mesures sanitaires et venue				
	motive votre venue	frein à votre venue	autre	Total
oui	125	37	19	181
non	17	20	6	43
pas important	77	91	34	202
Total	219	148	59	426

4. En résumé ...

Le profil moyen d'une personne pour qui la mise en place de mesures sanitaires motive leur venue à un concert pourrait se déterminer de la façon suivante. Il s'agit d'une femme dont l'âge est compris entre 46 et 55 ans, habitant la communauté de communes de la Vallée de l'Hérault. Elle dépensait moins de 15€ par sortie au Sonambule avant la crise sanitaire. Après le confinement, elle délaisserait le bar et demeure réticente à assister à un spectacle y compris un concert. Toutefois, elle aimerait connaître la jauge en amont et cette dernière ne devrait pas dépasser une capacité d'accueil de 100 personnes.

Le profil moyen des personnes pour qui la mise en place de mesures sanitaires serait un frein à leur venue peut se définir comme suit. Il s'agit d'un homme de moins de 45 ans qui dépensait en moyenne entre 25 et 40€ par sortie au Sonambule. Pour lui, il n'est pas question de délaisser le bar après la crise. Il affirme vouloir sortir à la même fréquence qu'auparavant pour assister à un concert. Le plein air est privilégié mais dans les conditions antérieures à la crise. De toutes les manières, seule la programmation décidera de sa venue ou pas.

II. En fonction de la fréquentation du Sonambule

Afin d'obtenir des effectifs convenables pour croiser les données, nous avons regroupé certaines modalités entre elles. Les « réguliers » sont ceux qui viennent plus de 6 fois par an. Les occasionnels viennent au Sonambule entre 3 et 6 fois par an. La modalité « rarement » correspond aux personnes qui viennent moins de 3 fois par an. Nous avons regroupé ceux qui ne sont pas venus depuis un an et ceux qui ne sont jamais venus au sein d'une même modalité.

1. Variations en fonction du genre, de l'âge et du domicile

Les femmes sont surreprésentées sur la modalité « venue occasionnelle » alors que les hommes le sont sur la modalité « rarement ». Les plus de 56 ans sont des publics réguliers du Sonambule alors que les 36/45 ans sont sous représentés sur cette modalité. On pourra aussi noter que les 26/35 ans sont surreprésentés sur la modalité « rarement ».

Par ailleurs, les habitants de la communauté de commune constituent les publics réguliers du Sonambule alors que les personnes habitant dans le département hors communauté de communes et en dehors du département de l'Hérault sont surreprésentés respectivement sur les modalités « rarement » et « pas venu ».

2. Usages au Sonambule

Le résultat le plus étonnant est que les habitués du Sonambule sont surreprésentés sur les modalités « concerts hors les murs » et « convivialité » pour expliquer leur motivation à venir au Sonambule. A l'inverse, ils sont sous représentés sur les modalités « programmation d'artistes renommés » et « programmation jeune public ». Nous pouvons donc faire l'hypothèse que pour les personnes les plus régulières la motivation passe par l'aspect convivial du lieu et de l'équipe plutôt que par la programmation. Ils sont d'ailleurs plus nombreux à suivre la programmation hors les murs quelque soit la forme proposée. On fait confiance. Nous pouvons aussi noter que les publics les plus réguliers ne sont pas ceux du jeune public. Ces derniers semblent avoir une « spécialisation » de leur pratique de spectateur sans doute à mettre en lien avec la présence d'enfants au sein du foyer.

Les personnes qui viennent rarement sont attachées au prix du billet plus que par autre chose. On pourra se déplacer de plus loin pour voir un artiste que l'on apprécie d'autant plus que le prix d'entrée est raisonnable.

3. Envies de concerts

Les spectateurs « réguliers » du Sonambule déclarent vouloir retrouver leur fréquence de sorties culturelles après le confinement et sont très motivés pour assister à un concert. Pour les « occasionnels » si on note la même tendance, ils n'hésitent pas à déclarer que la programmation déterminera leur venue ou pas. La jauge n'est pas un critère décisif pour eux même si le concert en plein air semble être une préférence.

Les personnes qui ne viennent que rarement se distinguent par leur goût pour le concert en plein air, debout avec une jauge maximale de 300 personnes.

4. En résumé ...

Le profil moyen des publics réguliers du Sonambule est une personne de plus de 56 ans, habitant dans la communauté de communes. Ces publics sont motivés plus fortement par les aspects conviviaux, la programmation hors les murs que par la programmation d'artistes de renommée. Ils déclarent vouloir reprendre leurs sorties culturelle à la même fréquence qu'avant y compris pour assister à un concert.

Le profil moyen des publics occasionnels du Sonambule est une femme dont la participation future à un concert sera déterminée par la programmation.

Le profil moyen sur la modalité « rarement » est un homme dont l'âge est compris entre 26 et 35 ans, habitant dans le département hors communauté de communes. Le prix modéré du billet d'entrée est un facteur de motivation pour assister à un concert au Sonambule. Ces publics plébiscitent le concert en plein air debout, ne rassemblant pas plus de 300 personnes.



III. Variations en fonction des goûts

Afin d'avoir une meilleure lisibilité des résultats, nous allons présenter les résultats par famille de goûts plutôt que d'une manière thématique comme lors des deux précédentes parties.

1. Les personnes intéressées par la chanson

Les moins de 35 ans semblent éloignés de cette esthétique. Ces publics plébiscitent la forme de concert en plein air assis et rejettent la forme debout.

2. Les personnes intéressées par les musiques du monde

Les publics se distinguent très peu sur l'ensemble des variables si ce n'est par la sous représentation des moins de 25 ans sur cette esthétique.

3. Les personnes intéressées par le jazz

On retrouve dans ce groupe de publics des personnes dont l'âge est supérieur à 55 ans et habitant la communauté de communes. A l'inverse les 36/45 ans et les habitants du département hors communauté de communes sont sous représentés. Ces publics préfèrent les concerts assis en salle et rejettent les concerts en plein air debout.

4. Les personnes intéressés par la programmation jeune public

On retrouve dans ce groupe principalement des femmes de 36 à 45 ans habitant la communauté de communes. Les hommes et les plus âgés sont plus éloignés de cette pratique. Ces publics déclarent dépenser moins de 15€ en moyenne par spectacle. Ils sont accompagnés de membres de la famille lors de leur venue au Sonambule et envisage de délaissé le bar lors de leur venue future.

5. Les personnes intéressées par le rock/punk/métal

Les hommes dont l'âge est compris entre 46 et 55 ans, habitant le département hors communauté de communes sont fortement sur représentés dans ce groupe. Si le concert en plein air debout peut leur convenir, ils préfèrent la configuration debout en salle et rejettent l'idée d'une jauge maximale, en particulier les plus petites. Pour ces derniers, il est hors de question de délaissé le bar lors de leurs prochaines sorties à un concert après la crise sanitaire.

6. Les personnes intéressées par le reggae/électro/rap

Dans ce groupe, on retrouve principalement des hommes entre 26 et 45 ans. Pour ces publics, le concert ne peut s'envisager qu'en plein air et debout, on rejettera les configurations assises. On continuera à profiter du bar de la même manière qu'auparavant.

Nous n'observons pas de variations significative sur les modalités bal, ciné concert ou autres.

IV. Fréquence de sorties après la crise

Dans ce chapitre, nous allons essayer de mettre en évidence les effets de la variable fréquence de sorties après la crise avec les autres variables.

1. Variations en fonction du genre, de l'âge et du domicile

Les 46/55 ans et les habitants de la communauté de communes semblent les plus hésitants à réorganiser leurs sorties culturelles à la même fréquence qu'auparavant. Le genre n'a aucun effet sur cette variable.

2. Usages au Sonambule

Les personnes qui déclarent envisager leurs sorties après la crise à la même fréquence qu'auparavant, sont surreprésentés chez les habitués du Sonambule. La convivialité du lieu, le désir de rencontres, de partage avec les proches sont des éléments très importants motivant leur venue à la salle. S'il s'agit d'éléments de distinction par rapport aux gens souhaitant réduire leur fréquence de sorties après la crise, nous devons souligner que ce premier groupe est aussi très motivé par la programmation éclectique, le prix d'entrée et la proximité de la salle. Ce premier groupe déclare sans équivoque ne pas renoncer à ses habitudes en venant au Sonambule. On fréquentera le bar de la même manière et le niveau de dépenses après la crise devrait être le même qu'avant.

Les personnes qui déclarent hésiter à sortir à la même fréquence après la crise, se distinguent essentiellement par leur souhait de délaissé le bar à la sortie de crise et la restriction de leurs dépenses lors des sorties futures.

3. Envies de concerts

Les personnes qui pensent avoir la même fréquence de sortie après la crise, sont aussi ceux qui pensent que seule la programmation déterminera s'il viendront au concert ou pas. Il n'est pas utile pour eux de connaître la jauge. S'ils sont la moitié à déclarer que la mise en place de mesures sanitaires est une motivation à leur venue à un concert après la crise, ils sont nombreux à être indécis face à la situation. Ils s'adapteront si la programmation les invite à se déplacer.

Pour les personnes ayant décidé de réduire leur fréquence de sortie après la crise, les résultats reflètent une certaine prudence. Ces publics privilégient la forme de concert en plein air et debout mais il leur faudra préalablement connaître la jauge. Celle-ci ne doit pas dépasser les 100 personnes. La mise en place de mesures sanitaires est un élément motivant leur venue future à un concert.

V. Participation à un concert après la crise

Dans cette partie, nous allons essayer de déterminer les variations significatives entre les personnes désirant assister à un concert à la sortie de crise, ceux qui ne le souhaitent pas, les indécis en fonction des autres variables de notre enquête.

1. Variations en fonction du genre, de l'âge et du domicile

Nous n'observons pas d'effets des variables sociodémographiques sur le désir ou pas d'assister à un concert en sortie de crise. Les trois groupes se répartissent régulièrement en fonction de leur poids dans notre population, sur l'ensemble des modalités.

2. Usages au Sonambule

Les personnes souhaitant assister à un concert dès la sortie du confinement représentent 73% de notre échantillon. Ces personnes viennent plutôt régulièrement au Sonambule et ne font pas de distinction significative du point de vue de leur motivation à venir au regard de l'ensemble de notre échantillon. On note toutefois une surreprésentation de ce groupe chez les personnes déclarant dépenser entre 25 et 40€ lors de leur sortie au Sonambule. 80% d'entre eux pensent avoir le même niveau de dépenses à la sortie de crise et ils sont encore plus nombreux à ne pas souhaiter délaissier le bar.

Les personnes ne souhaitant pas assister à un concert à la sortie du confinement représentent 23% de notre échantillon. Ces personnes ne viennent que rarement au Sonambule. On les trouve plus fortement représenté chez les adeptes des spectacles « jeune public ». Une bonne partie d'entre eux délaissiera le bar et n'est pas certain de son niveau de dépenses au Sonambule après la crise.

3. Envies de concerts

Notre premier groupe expriment que les diffusions de concerts par internet durant la période de confinement provoque un intérêt supplémentaire pour assister à un concert. La future sortie au concert se fera prioritairement avec des amis, des proches. Connaître la jauge par anticipation n'est pas un critère décisif à partir du moment où on peut passer un bon moment entre amis.

Plus de 80% des personnes ne souhaitant pas assister à un concert en sortie de crise déclarent tout de même envisager des sorties culturelles à la même fréquence qu'auparavant. Il s'agit donc de personnes qui viennent occasionnellement assister à un concert mais qui ont d'autres formes de pratiques culturelles. Avant d'assister à un spectacle, ils souhaitent en connaître la jauge. Pour ces publics, la jauge pour un concert doit être de 100 personnes au maximum. Il doit se dérouler en plein air et de préférence avec des places assises. L'application de mesures sanitaires (distance, jauge réduite, etc) est un facteur de motivation pour leur venue à un concert.

Conclusion

Au moment où nous avons imaginé cette enquête, nous étions emplis de questionnements. Sera-t-il de nouveau possible d'organiser des concerts tels que nous les avons connus ? Est-ce que ce sera durant l'été, à l'automne ou beaucoup plus tard ? Est-ce que les publics seront toujours présents ? Comment réagiront-ils ? Quelques semaines plus tard, force est de constater qu'un certain flou demeure sur le plan législatif. Mais nous en savons un peu plus sur les envies, les motivations des publics du Sonambule grâce aux 447 personnes qui ont répondu spontanément à notre enquête.

Un des enseignements majeurs hors Covid-19 que nous pouvons tirer de cette étude est que l'OCVH-Le Sonambule remplit bien les missions d'une scène de musique actuelle en milieu rural ou péri-urbain. La majorité de ses publics réside dans le bassin de vie de la Vallée de l'Hérault. Ses publics sont à la fois attirés par une programmation éclectique composée par des artistes à forte notoriété comme des artistes émergents. On passera allègrement de la chanson, aux musiques du monde, au rock sans oublier les spectacles jeunes publics. Pour les plus réguliers des publics, on n'hésitera pas à suivre l'équipe de la salle dans ses propositions hors les murs. Si les tarifs modérés de la billetterie sont un attrait indéniable pour la venue des publics, le cadre, l'ambiance et la possibilité de se retrouver entre amis sont des facteurs très importants dans la prise de décision à participer à un concert au Sonambule.

La crise sanitaire ne semble pas avoir affecté le « désir de concerts » parmi les publics du Sonambule. On exprime le besoin, à une très grande majorité, de retrouver les sorties culturelles à la même fréquence qu'auparavant. Ce besoin va au-delà du simple plaisir d'écouter un artiste sur scène. Il s'agit aussi d'espace de socialisation, de rencontres, de partage avec les proches. C'est aussi un moment où on fera de nouvelles rencontres. Enfin, c'est un moment de « légèreté » qui permet de mettre de côté les tracas du quotidien, encore plus aujourd'hui qu'hier.

Toutefois, ce « désir de concerts » est conditionné à quelques précautions. Dans un premier temps, on souhaitera privilégier les concerts en plein air avec la possibilité de garder ses distances avec les voisins. Un petit groupe de nos personnes interviewées est prêt à suivre toutes les recommandations sanitaires en vigueur, jusqu'au port du masque pendant les concerts en plein air. Alors, qu'un autre groupe, plutôt tournée vers les esthétiques rock et reggae ne conçoit pas un concert s'il n'y a pas « contact » entre les participants. C'est quelque chose qui se partage, le public ne forme qu'une seule entité.

L'application de mesures sanitaires strictes est un facteur motivant la venue au concert pour notre premier groupe. Il s'agira d'un frein à la venue pour le second. Cependant, on s'accorde à dire dans les deux cas, que la programmation est vraiment le facteur déterminant pour motiver ou non la venue au concert. Dès lors, on choisira si on se soumet aux règles sanitaires ou si on préfère remettre la sortie à plus tard.

La question de l'âge permet de distinguer deux groupes. Les trentenaires sont plus orientés vers le concert debout. L'application de règles sanitaires strictes serait un frein à leur venue. A

l'opposé les personnes de plus de 45 ans réservent leur décision en fonction des mesures qui seront proposées. On préférera connaître la jauge par anticipation. On retrouvera les mêmes orientations en fonction des esthétiques proposées. Dans le premier groupe, il y aura les fans de reggae, hip hop ou rock alors que dans le second, il sera question de chanson, musique du monde ou jazz. Cette différenciation existait déjà auparavant dans la configuration de salle mise en œuvre pour ces concerts. Dans le premier cas, il s'agit de concerts avec un public debout et dans le second, le plus souvent en configuration assise. Nous pouvons donc faire l'hypothèse qu'il est plus facile de faire accepter des consignes sanitaires strictes dans le cadre de concerts qui se déroulaient préalablement dans des configurations assises (chanson, jazz, musique du monde).

Comme nous avons pu le voir tout au long de cet exposé, les publics du Sonambule sont en attente d'une proposition de concert. Compte tenu de tous ces paramètres, l'équipe devra opérer des choix de programmation et de mise en œuvre du dispositif pour répondre à la fois aux exigences sanitaires fluctuantes et aux profils de publics attendus. L'équation reste compliquée mais l'expérimentation durant la saison estivale doit permettre d'élaborer de nouveaux schémas de diffusion qui pourront répondre à tous ces enjeux.

Un grand merci aux 447 personnes qui ont répondu spontanément à notre enquête, à Mylène, Marie et Stéphane de l'équipe de l'OCVH, un spécial remerciement à Hervé Parent qui nous a aiguillé, encouragé et plus qu'aidé à vous fournir ces résultats, et enfin à nos bêta-testeurs bénévoles qui nous ont permis de mettre en place cette précieuse contribution.

A bientôt donc pour la suite de l'aventure des musiques actuelles à Gignac et vallée de l'Hérault.