



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura

Résumé exécutif

Segmentation des publics : modèles et profils de participation culturelle dans la Communauté autonome du Pays basque (CAE)

Analyse des résultats
de l'enquête sur la
participation culturelle



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

Résumé exécutif

La mise en œuvre d'une grande enquête sur la participation culturelle permet d'obtenir un aperçu général des comportements et des opinions de la population dans un domaine de grande importance sociale : la culture. Il s'agit de pratiques sociales qui, de manière générale, sont essentielles tant pour le développement personnel que pour le développement social.

Une bonne compréhension des modes de participation, des motivations et des obstacles auxquels les personnes sont confrontées dans leur accès à la culture permet d'identifier les axes d'amélioration et les opportunités d'action. De plus, ce type d'étude permet de détecter les inégalités et les barrières d'accès qui doivent être prises en compte pour garantir une offre culturelle plus inclusive et plus accessible.

C'est pourquoi l'enquête sur la participation culturelle de la CAE constitue une opération stratégique de l'Observatoire culturel basque. Il en va de même pour ce rapport qui, parmi toutes les possibilités offertes par les données, se concentre spécifiquement sur la détection de modèles et de profils de participation culturelle.

Quels types de modes de participation culturelle existent dans la CAE ? À quoi ressemblent les personnes qui adoptent ces modes de participation ?

Il s'agit de questions de recherche fondamentales visant à approfondir la connaissance des publics à l'échelle de la population, ce qui est essentiel pour l'orientation et la conception des politiques, en obtenant une vue d'ensemble de tous les citoyens.

Pour ce faire, ce rapport présente d'abord les clés conceptuelles et méthodologiques nécessaires à une lecture éclairée des résultats. Deuxièmement, la partie principale présente à la fois les modes de participation identifiés et la caractérisation des personnes qui sont regroupées selon ces modes. Il s'agit de la partie centrale du travail qui se termine par une synthèse et une interprétation globale des résultats, accompagnées d'une brève section finale mettant en avant les points clés.

Fiche de chaque profil

Omnivorisme vorace		Prototype de grands passionnés de culture
8,64 % de la population	113,95 € Dépenses mensuelles liées à la culture	Ils pratiquent beaucoup et de manière très variée

Profil culturel

Très forte participation à toutes les activités culturelles, tant réceptives qu'actives.

Fréquentation de salles de danse, de musées et de galeries d'art.

Très forte présence aux théâtres, concerts et cinémas.

Forte implication dans les associations et les pratiques artistiques amateurs.

Usage très fréquent des bibliothèques et lecture intensive.

Très actifs dans les pratiques numériques réceptives et actives.

Profil sociologique

Ils ont un niveau d'éducation élevé et une forte concentration de diplômés universitaires. Niveau de revenu intermédiaire.

La culture les motive, leur tient à cœur et fait partie de leur identité. Ils participeraient encore plus si l'offre était plus importante.

Beaucoup de pratiques culturelles pendant l'enfance. Niveau d'éducation élevé des parents.

Leur goût est également très marqué pour la pratique du sport, les sorties dans les bars et les séries en streaming.

Il s'agit d'un groupe intergénérationnel, mais plutôt tourné vers la jeunesse. Ils vivent principalement dans les capitales et les grandes villes.

Segmentation des publics : modèles et profils de participation culturelle dans la Communauté autonome du Pays basque (CAE)

Analyse des résultats de l'enquête sur la participation culturelle 2024

Omnivorisme modéré		Menu varié avec un accent sur la lecture
8,28 % de la population	75,46 € Dépenses mensuelles liées à la culture	Ils apprécient presque tout, sous toutes les formes

Profil culturel

Très forte participation culturelle, mais à un degré moindre que celle du profil précédent.

Faible implication dans la danse, les conférences et les galeries d'art.

Pratique très intense de la lecture et fréquentation des bibliothèques, au-delà du simple emprunt de livres (participation à des activités).

Forte pratique des activités numériques, principalement réceptives.

Présence moyenne au théâtre, cinéma, concerts et musées.

Engagement important dans l'associatif et les pratiques artistiques amateurs, sans toutefois être particulièrement marquant.

Profil sociologique

Forte concentration de diplômés universitaires. Niveau de revenu intermédiaire.

La culture les réalise personnellement, leur semble naturelle et fait partie de leur identité. Ils participeraient encore plus si l'offre était plus importante.

Effet positif des expériences culturelles réceptives et surtout actives durant l'enfance.

Un goût prononcé pour le sport, la marche, les bars et les séries en streaming. Une plus grande implication dans les tâches domestiques.

I s'agit d'un groupe intergénérationnel, mais plutôt tourné vers la jeunesse. Plus grande proportion de personnes vivant avec des enfants.

Segmentation des publics : modèles et profils de participation culturelle dans la Communauté autonome du Pays basque (CAE)

Analyse des résultats de l'enquête sur la participation culturelle 2024

Actifs et connectés		100 % numériques et consommation audiovisuelle
14,6 % de la population	76,46 € Dépenses mensuelles liées à la culture	Ils viennent et créent de la culture, y compris en ligne

Profil culturel

Participation moyenne, avec un équilibre entre les pratiques culturelles en personne (physiques, hors numérique) et celles en format numérique.

Intensité de lecture variable au sein du groupe.

Entièrement numérique, tant dans les pratiques réceptives qu'actives, allant des plus traditionnelles aux plus modernes.

En présentiel, grand intérêt pour le cinéma et les concerts.

Forte tendance à la pratique artistique amateur et à l'engagement associatif.

Présence ponctuelle au théâtre et dans les musées.

Profil sociologique

Pratique culturelle active pendant l'enfance. Niveau d'éducation moyen des parents.

Valeur personnelle accordée à la culture supérieure à la moyenne. Absence de barrières psychologiques ou de connaissances. Ils participeraient davantage avec des accompagnants.

Ils ont plus de mal à boucler les fins de mois. Revenus inférieurs à la moyenne. Niveau d'éducation élevé.

Moyenne la plus élevée en travail productif. Groupe ayant moins de temps libre.

C'est le groupe le plus jeune de tous. Proportion plus élevée de locuteurs basques. Faible présence d'enfants.

Nombre et intensité plus élevés d'autres centres d'intérêt. Un engouement généralisé pour l'usage des réseaux et le visionnage de séries en streaming. Intérêt marqué pour la pratique du sport, les sorties dans les bars, le streaming et les jeux vidéo.

Segmentation des publics : modèles et profils de participation culturelle dans la Communauté autonome du Pays basque (CAE)

Analyse des résultats de l'enquête sur la participation culturelle 2024

Consommation classique moyenne		Groupe de consommateurs culturels
26,06 % de la population	77,41 € Dépenses mensuelles liées à la culture	Ni trop, ni trop peu, ils participent à presque toutes les activités réceptives, y compris numériques

Profil culturel

La participation occasionnelle se concentre sur les activités en présentiel les plus courantes (concerts, cinéma, théâtre).	Visites ponctuelles aux musées.	Pratiques artistiques et activités numériques actives présentes mais à faible niveau.
Engagement associatif quasiment nul.	Lecteurs avec une intensité variable.	Pratiques numériques répandues uniquement dans les usages réceptifs.

Profil sociologique

Position intermédiaire en ce qui concerne le capital culturel hérité.	Bon niveau d'éducation en moyenne, avec une majorité de diplômés universitaires. Pas de difficultés économiques.	Groupe marqué par la présence d'adultes âgés de 35 à 54 ans. Ils vivent principalement dans les capitales et les grandes villes.
La présence d'enfants au sein du foyer est plus fréquente que dans les autres profils. Le groupe compte une proportion légèrement plus élevée d'hommes.	Position intermédiaire sur les différents indicateurs de caractérisation psychologique.	Un goût prononcé pour le sport, les séries en streaming, les réseaux sociaux, les bars et les promenades. Moyenne la plus élevée en temps consacré au travail productif.

Segmentation des publics : modèles et profils de participation culturelle dans la Communauté autonome du Pays basque (CAE)

Analyse des résultats de l'enquête sur la participation culturelle 2024

Analogiques occasionnels		Consommation faible et essentiellement analogique
6,72 % de la population	56,45 € Dépenses mensuelles liées à la culture	Une certaine diversité, mais une fréquence faible

Profil culturel

Participation culturelle de faible intensité, centrée sur des formats analogiques.

Pratiques numériques anecdotiques.

Lecture peu fréquente.

Faible implication dans les pratiques artistiques amateurs et dans la vie associative.

Profil sociologique

Faible pratique culturelle pendant l'enfance. Niveau d'éducation des parents faible.

Importance accordée à la culture dans la moyenne. Le niveau d'information culturelle est généralement bon. Barrières psychologiques et de connaissances dans la moyenne.

Niveau d'études très variable, avec une concentration dans l'enseignement secondaire. Peu de difficultés économiques, avec des revenus dans la moyenne.

Groupe disposant de plus de temps libre que la moyenne (le travail productif les occupe peu, mais leur engagement dans le travail domestique est supérieur à la moyenne).

Forte présence de personnes âgées de plus de 55 ans, en particulier de 64 ans et plus. Proportion plus élevée de femmes.

Goût prononcé pour les promenades et la télévision, au-dessus de la moyenne.

Segmentation des publics : modèles et profils de participation culturelle dans la Communauté autonome du Pays basque (CAE)

Analyse des résultats de l'enquête sur la participation culturelle 2024

Réceptifs numériques		Numériques, audiovisuels et lecteurs occasionnels
25,13 % de la population	40,53 € Dépenses mensuelles liées à la culture	Ils se distinguent par leur consommation culturelle numérique

Profil culturel

Utilisation intense des supports numériques pour des pratiques culturelles réceptives.

Aucune activité associative.

Très faible participation aux activités culturelles en présentiel, centrée sur le cinéma, les concerts et, dans une moindre mesure, le théâtre.

Activité limitée dans les formats numériques actifs.

Lecture à très faible intensité.

Profil sociologique

Faible socialisation culturelle pendant l'enfance.

Les publics moins actifs sont nettement plus jeunes.

Forte présence de diplômés de formation professionnelle, suivie du niveau universitaire.

Ils estiment que l'art et la culture ne sont pas faits pour des gens comme eux. Ils disposent de peu d'informations culturelles.

Les difficultés économiques sont plus marquées, même s'il ne s'agit pas des revenus les plus faibles.

Leurs principaux centres d'intérêt sont les réseaux sociaux, les séries et les promenades.

Segmentation des publics : modèles et profils de participation culturelle dans la Communauté autonome du Pays basque (CAE)

Analyse des résultats de l'enquête sur la participation culturelle 2024

Non-public		Groupe très éloigné et peu intéressé
10,57 % de la population	14,95 € Dépenses mensuelles liées à la culture	Distants, avec des barrières très marquées

Profil culturel

Activité minimale ou inexistante dans tous les types de participation culturelle.

Participation très occasionnelle à des concerts ou à des pratiques artistiques amateurs.

Fréquentation extrêmement faible du théâtre, de la danse ou du cinéma.

Certain usage numérique, mais réceptif et d'inspiration analogique (lecture en ligne, visionnage de spectacles ou d'expositions en ligne, etc.).

Dans un contexte de consommation culturelle très faible, la lecture ressort comme la pratique la plus probable.

Aucun engagement associatif ni pratique numérique active.

Profil sociologique

Ils ont le plus faible taux de socialisation culturelle pendant l'enfance.

Ce groupe cumule les obstacles psychologiques et de connaissance les plus importants. Ils ne participeraient pas davantage, même avec une offre culturelle plus proche. Le prix n'est pas un frein à leur participation.

Forte concentration de personnes sans diplôme ou ayant suivi uniquement l'enseignement primaire ou secondaire obligatoire. Difficultés économiques marquées, avec les revenus les plus faibles.

Groupe disposant du plus grand temps libre (compte tenu de leur âge moyen, ils sont peu engagés dans un travail productif, mais plus impliqués dans le travail domestique).

Groupe comprenant la plus forte proportion de personnes âgées de plus de 64 ans. Proportion plus élevée de femmes.

Ils se promènent et regardent la télévision plus que la moyenne. Ils n'utilisent pas les réseaux sociaux et ne passent pas de temps dans les bars.

Informations clés

Ce rapport présente les résultats de l'analyse de l'enquête sur la participation culturelle 2024 menée dans la CAE, dans le but d'identifier les profils et les modèles de participation culturelle au niveau de la population. Ces connaissances permettent de mieux comprendre les différences et les préférences de la population en matière d'art et de culture, et de faire progresser des politiques culturelles plus éclairées, fondées sur des données empiriques, afin d'en améliorer l'efficacité et la portée.

La segmentation des publics culturels dans la CAE met en évidence sept profils distincts selon l'intensité et le type de participation : de l'*omnivorerisme vorace* au *non-public*. Cette classification permet de comprendre non seulement qui participe le plus, mais aussi comment : avec une diversité plus ou moins large d'activités, dans des formats présents ou numériques, et selon des modalités actives ou réceptives. Les trois groupes les plus actifs représentent 31,5 % de la population, tandis que les trois groupes les moins actifs en représentent 42,4 %.

Chaque profil se définit par des combinaisons spécifiques de pratiques culturelles, et non uniquement par leur volume de participation. Certains groupes montrent une orientation marquée vers la consommation numérique (*exclusivement réceptive*), d'autres combinent pratiques analogiques et numériques (*actifs et connectés*), tandis que certains se concentrent presque exclusivement sur des activités traditionnelles en présentiel (*consommation classique moyenne ou participation analogique occasionnelle*). Cette diversité suggère que le type d'accès, les habitudes et les motivations sont tout aussi importants que le nombre d'activités réalisées.

Différents facteurs sociologiques structurent les profils, parmi lesquels :

- l'âge, en tant que cycle de vie, qui joue un rôle déterminant : il condense des éléments liés au temps disponible, aux compétences numériques, au contexte familial et à la capacité économique. Il s'agit d'un facteur clé qu'il faut considérer à travers cette grille de lecture ;
- capital culturel hérité : l'exposition aux pratiques culturelles pendant l'enfance est clairement associée à une plus grande participation à l'âge adulte. Ceci est probablement dû à l'acquisition de compétences, au développement des goûts et à la réduction des obstacles psychologiques ;
- obstacles psychologiques et de connaissance (faible « estime de soi culturelle » et manque d'« alphabétisation » artistique) : ces variables jouent un rôle explicatif important, mais ne sont pas toujours prises en compte. Elles sont fortement corrélées à la faible participation, parfois indépendamment du niveau d'instruction ou d'autres variables importantes.

D'autres facteurs (tels que le revenu, le sexe ou la taille de la ville) ont des effets plus spécifiques ou limités. Une observation importante, qui ajoute un degré de complexité, est que certains facteurs ne sont pas liés de manière linéaire à la participation culturelle : il existe des variables, ainsi que des catégories de ces variables, qui ont un effet sur certains profils, mais pas sur d'autres. C'est pourquoi la caractérisation approfondie des profils (résumée dans les **fiches** correspondantes), ainsi que leur lecture transversale ou comparative, est importante pour mieux les comprendre : dans de nombreux cas, ce sont les contrastes qui contribuent à mettre en évidence leurs caractéristiques propres.

Les résultats présentés ici offrent la possibilité de passer de la segmentation à la promotion des publics. La segmentation des publics constitue la base pour orienter des actions stratégiques spécifiques. À titre indicatif, à partir des profils identifiés, il est possible de concevoir des mesures spécifiques pour chacun.

- Omnivorisme vorace (8,6 %) : déjà très actif, ce public peut devenir un précieux allié stratégique, en jouant un rôle actif de « prosommateurs ».
 - Il faut lui offrir une programmation spécialisée, des espaces de coproduction et des opportunités de médiation ou de bénévolat culturel.
- Omnivorisme modéré (8,3 %) : il participe activement, mais avec moins d'intensité que le profil vorace.
 - Il faut encourager la continuité et la fidélité grâce à des propositions hybrides (présentiel/numérique) et faciliter l'accès en famille ou en groupe.
- Actifs et connectés (14,6 %) : jeunes, dynamiques et ancrés dans le numérique.
 - Il faut renforcer leur rôle de créateurs en les impliquant dans la programmation participative, la création de contenus numériques et de communautés en ligne. Il faut également encourager leur fonction d'ambassadeurs auprès d'autres jeunes.
- Consommation classique moyenne (26,1 %) : groupe majoritaire et stable, mais peu impliqué.
 - Il faut diversifier l'offre conventionnelle et intégrer des actions de médiation pour encourager de nouvelles pratiques (ex : pré-ateliers, visites guidées).
- Participation analogique occasionnelle (6,7 %) : ils participent peu et seulement dans les domaines les plus traditionnels.
 - Il faut renforcer les aspects liés à l'accessibilité, agir à l'échelle locale et proposer des expériences introductives à faible engagement.
- Numérique réceptif (25,1 %) : un public jeune, connecté et intéressé par le numérique, mais éloigné des pratiques en présentiel.
 - Créer des passerelles avec l'offre numérique qu'ils consomment et favoriser les expériences collectives.
- Non-public (10,6 %) : éloigné de la culture, cumulant des obstacles, souvent âgé.
 - Il faut agir par la médiation, le lien communautaire et l'interconnexion avec d'autres domaines (éducation, santé, services sociaux).