ÉTUDE AUPRÈS DU PUBLIC

Utilité sociale

Festival SCOPITONE 2017

**Cabinet d'études
et de sondages GECE**

6, rue des Polieux
35000 Rennes

02.23.30.77.32

contact@gece.fr

www.gece.fr

Arnaud de La Villarmois - Olivier Allouard

© GECE

1.

2.

1. Présentation de l'étude **3**

1. Contexte et objectifs 4
2. Méthodologie 5
3. Données de fréquentation 7

2. Résultats de l'étude **9**

1. Profil du public 10
2. Fréquentation du festival 17
3. Séjour autour de l'événement 33
4. Perception du festival 40
5. Les bénéfices pour le public 57
6. Relation avec les festivaliers 65
7. Pratiques culturelles des festivaliers 76

© GECE

1. Présentation de l’étude

© GECE

1.1 CONTEXTE ET OBJECTIFS

Contexte de l'étude

- Suite aux enquêtes de publics sur l'impact économique des festivals en Pays de la Loire réalisées en 2015, le Pôle et les festivals concernés ont souhaité renouveler le dispositif d'enquêtes. D'autres festivals ont également participé à ce dispositif (Bebop, le Chaînon Manquant, Couvre Feu, Mégascène). L'enquête 2017 s'est focalisée sur l'utilité sociale des festivals.

- L'objectif de l'enquête est d'étudier l'utilité sociale des festivals auprès des publics. Plus précisément, les principaux objectifs de l'étude réalisée visent à :
  - Identifier le profil sociodémographique du public
  - Connaître les habitudes de fréquentation des festivaliers
  - Évaluer la perception sur l'évènement
  - Etudier le séjour autour du festival
  - Evaluer la relation des festivaliers avec Scopitone
  - Identifier les pratiques culturelles des festivaliers

- L'étude porte sur le public du festival Scopitone qui s'est déroulé du 20 au 24 septembre 2017.

© GECE

1.2 MÉTHODOLOGIE

Recueil des contacts

- Les adresses e-mails des festivaliers ont été recueillies de 2 façons :

Sur les lieux d'activités gratuites du festival : un protocole présentant des quotas (nombre minimum d'adresses e-mails à récolter par jour et par lieu, le nombre d'enquêteurs à prévoir…) a été remis aux responsables du festival avant la mise en place du recueil. Une équipe de bénévoles a été mobilisée avec pour mission de récolter un nombre précis d'adresses e-mails par jour

➔ 1 175 adresses mails recueillies

Par les bases de participants fournis par les organisateurs : billetterie en ligne, bénévoles et accrédités

➔ 5 382 adresses mails recueillies

6 557 adresses e-mails
collectées durant le festival.

Passation des questionnaires

- Après le festival et sur une période de 3 semaines, le questionnaire a été envoyé aux 6 557 festivaliers dont nous avions les coordonnées électroniques.
- L'objectif fixé à 800 questionnaires attendus a été atteint.
- Marge d'erreur = +/- 2,90%

1 110
Échantillon de festivaliers
grâce à la méthode par internet

© GECE

1.2 MÉTHODOLOGIE

Redressement

- De manière à obtenir des résultats représentatifs de l'ensemble du public de Scopitone, nous avons procédé à un redressement de l'échantillon.

- Ce redressement a permis de caler les résultats sur 3 critères liés à la fréquentation des différentes activités proposées par le festival :
  - La fréquentation des expositions
  - La fréquentation des Nuits Electro
  - La fréquentation d'autres spectacles

Proportions des festivaliers ayant fréquenté…	Brut	Redressé
les expositions	41%	42%
les Nuits Electro	76%	46%
d'autres spectacles	34%	47%

© GECE

1.3 DONNÉES DE FRÉQUENTATION

5 jours

de concerts, de spectacles, de conférences, d'expositions…

Participation à 1,6 jour

en moyenne

42 959 entrées

19 070 festivaliers

© GECE

2. RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

AUPRÈS DU PUBLIC DE

SCOPITONE

© GECE

Note introductive

L'analyse des activités et spectacles fréquentés par le public de Scopitone permet de mettre en évidence 4 grandes catégories de festivaliers :

- Ceux ayant assisté à des concerts et spectacles payants : **47%** du public (99% de ces festivaliers ont assisté aux Nuits Electro)
- Ceux ayant assisté à des concerts et spectacles gratuits : **55%** du public
- Ceux ayant fréquenté les expositions : **41%** du public
- Et ceux ayant assisté aux conférences et masterclass : **7%** du public

82% du public ont assisté à des concerts ou spectacles (20% à des payants et des gratuits, 27% à des payants uniquement et 35% à des gratuits uniquement)

Notons qu'un même festivalier peut se retrouver dans plusieurs catégories.

Dans la suite du rapport, de nombreux résultats seront présentés pour chacun des profils de festivalier.

Pour info :

25% ont assisté à des spectacles payants uniquement
15% ont assisté à des expositions uniquement
13% ont assisté à des spectacles gratuits uniquement
18% ont assisté à des expositions et des spectacles gratuits
16% ont assisté à des spectacles gratuits et des spectacles payants
2% ont assisté à des conférences et des spectacles gratuits
2% ont assisté à des conférences et des expositions
3% ont assisté à des expositions, des spectacles gratuits et des spectacles payants
2% ont assisté à des conférences, des expositions et des spectacles gratuits
3% ont assisté à une autre combinaison de spectacles

© GECE

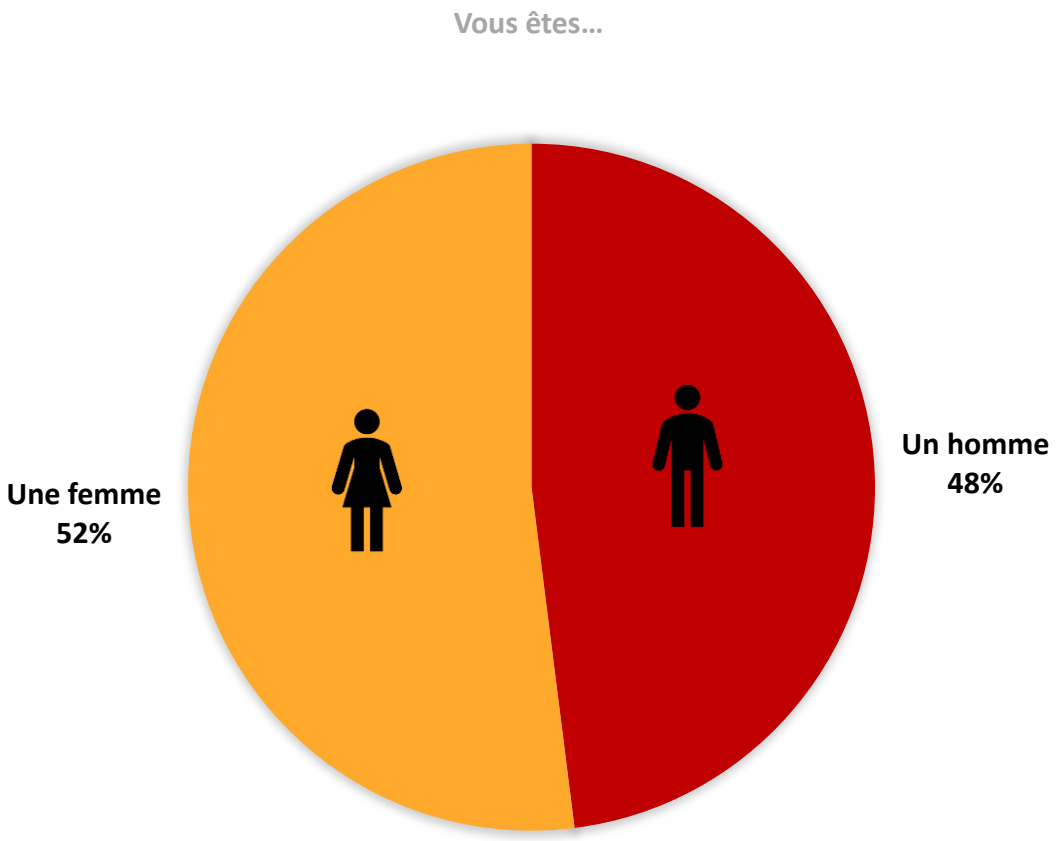
2.1 Profil du public

© GECE

Sexe

Le public de Scopitone est mixte

- Les femmes représentent 52% des festivaliers



2015

Hommes : 48%
Femmes : 52%

© GECE

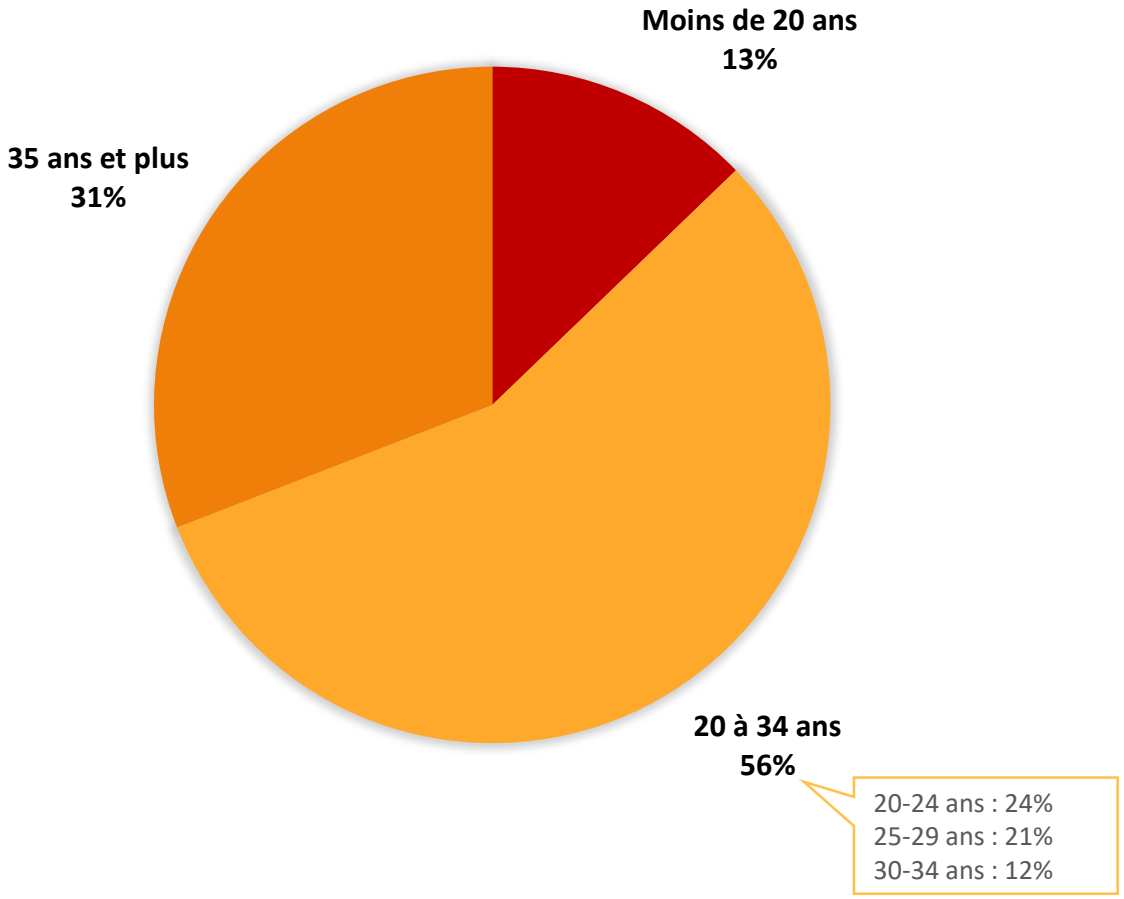
Âge

Le public de Scopitone est plutôt jeune, avec une moyenne d'âge de 31 ans

- 13% du public ont moins de 20 ans ;
- 56% des festivaliers ont entre 20 et 34 ans dont 24% ont entre 20 et 24 ans ;
- Les plus de 35 ans constituent 31% des festivaliers : 10% entre 35 et 39 ans, 7% de 40 à 44 ans et 13% ont 45 ans ou plus.

	2017 : 30,8 d'âge moyen (médiane : 27)	2015 Âge moyen : 31 ans Âge médian : 28 ans
Moins de 20 ans	13%	9%
20 à 24 ans	24%	24%
25 à 29 ans	21%	24%
30 à 34 ans	11%	13%
35 à 39 ans	10%	11%
40 à 44 ans	7%	5%
45 à 49 ans	6%	7%
50 ans et plus	7%	6%

Quel est votre âge ?



© GECE

Âge

Des vingtenaires plus nombreux chez les festivaliers ayant assisté à des concerts et/ou spectacles, gratuits ou payants

- À l'opposé, un public un peu plus âgé pour les conférences, masterclass et expositions (qui bénéficient également d'une fréquentation des moins de 20 ans plus importante).
- Concernant les concerts et spectacles payants, rappelons que les Nuits Electro sont interdites aux mineurs (ce qui explique la moindre proportion de moins de 20 ans pour ces spectacles payants).

Quel est votre âge ?

	Conférences et masterclass	Expositions	Concerts et spectacles gratuits	Concerts et spectacles payants
Moins de 20 ans	**11%**	**13%**	3%	3%
De 20 à 24 ans	24%	25%	**31%**	**31%**
De 25 à 29 ans	14%	10%	**29%**	**29%**
De 30 à 34 ans	16%	7%	17%	17%
De 35 à 39 ans	13%	10%	10%	10%
De 40 à 44 ans	7%	9%	6%	6%
45 ans et plus	**14%**	**26%**	4%	4%
Total	100%	100%	100%	100%
Âge moyen	**31,0**	**34,1**	**29,4**	**28,9**

© GECE

Situation professionnelle

56% des festivaliers sont en emploi et 28% sont étudiants

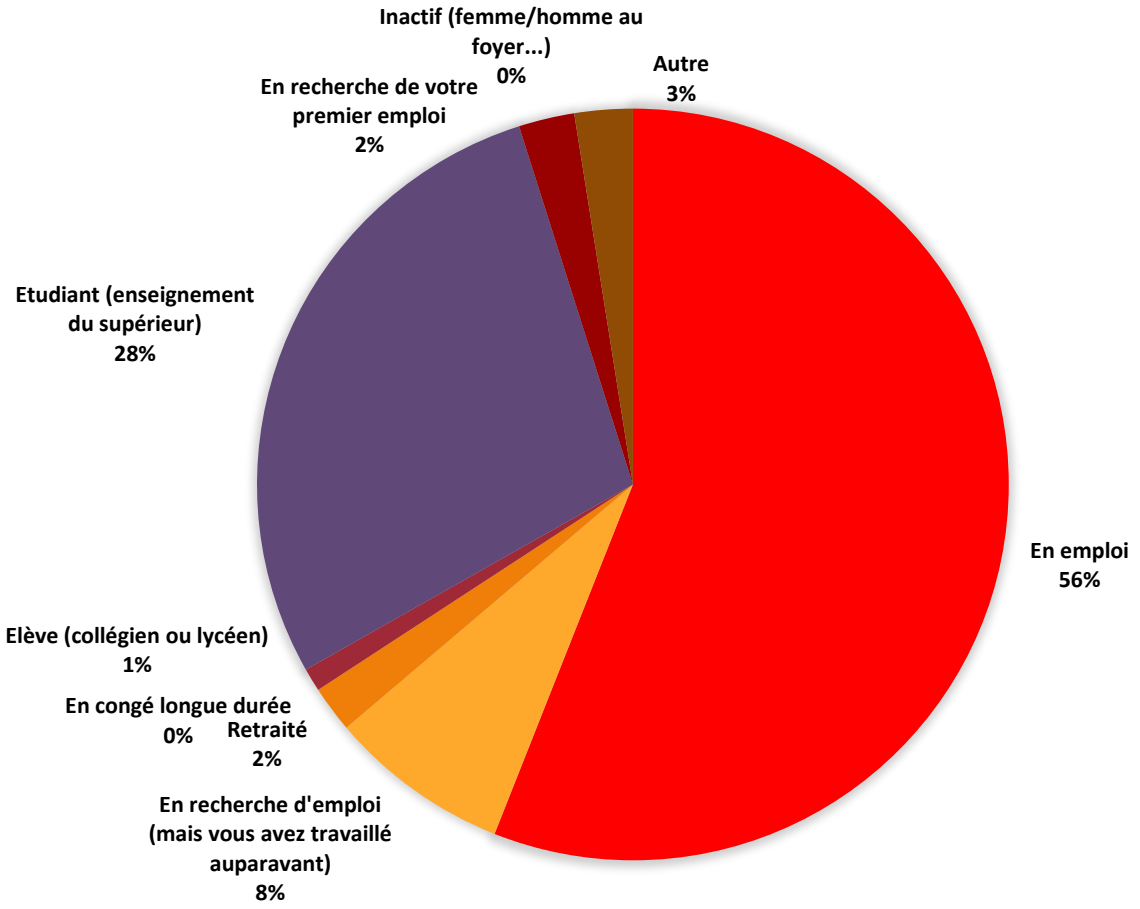
- Les cadres représentent 35% du public
- Les ouvriers et retraités sont quasi-absents du public du festival.

Parmi les actifs en emploi (56% - *58% en 2015*) ou en recherche d'emploi (8% - *14% en 2015*)…

		2015
Cadres et professions intellectuelles supérieures	35%	32%
Professions intermédiaires	15%	18%
Employés	11%	15%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	2%	2%
Ouvriers	1%	1%

Etudiants	28%
Élèves	1%
Autres inactifs	4%

Quelle est votre situation professionnelle ?



© GECE

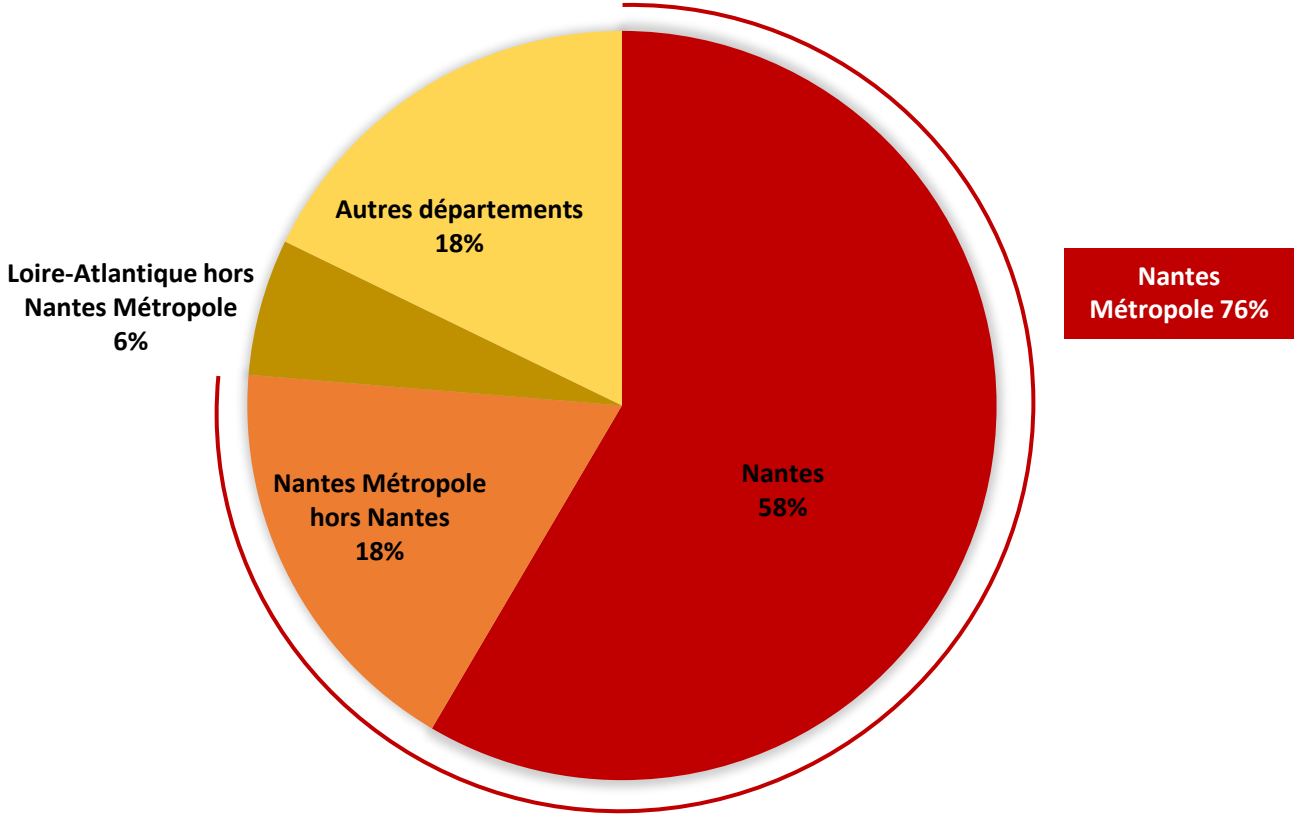
Lieu d'habitation

Les trois quarts du public viennent de l'agglomération nantaise

- 58% des festivaliers sont des Nantais, 18% habitent une autre commune de Nantes Métropole.
- 6% viennent d'une autre ville du département.
- 18% habitent un autre département (dont 4% un département de la région parisienne, 3% en Ille-et-Vilaine, 2% dans le Maine-et-Loire).

	2015
Nantes	61%
Nantes Métropole (hors Nantes)	14%
Loire-Atlantique (hors Nantes Métropole)	9%
Hors Loire-Atlantique	16%

Dans quelle ville habitez-vous ?



© GECE

Lieu d'habitation

- Plus de locaux parmi les festivaliers ayant fréquenté les expositions (78% d'entre eux habitent une commune de Nantes Métropole et 60% habitent à Nantes) ainsi que parmi ceux ayant assisté à des spectacles gratuits (80% d'entre eux habitent une commune de Nantes Métropole et 64% habitent à Nantes).
- Le public des conférences et masterclass vient de plus loin, 34% venant de l'extérieur de la Loire-Atlantique.

Dans quelle ville habitez-vous ?

	Conférences et masterclass	Expositions	Concerts et spectacles gratuits	Concerts et spectacles payants
Nantes	35%	**60%**	**64%**	55%
Nantes Métropole hors Nantes	22%	18%	16%	14%
Total Nantes Métropole	*57%*	*78%*	*80%*	*70%*
Loire-Atlantique hors Nantes Métropole	9%	4%	5%	7%
Autres départements	**34%**	18%	14%	**24%**
Total	100%	100%	100%	100%

© GECE

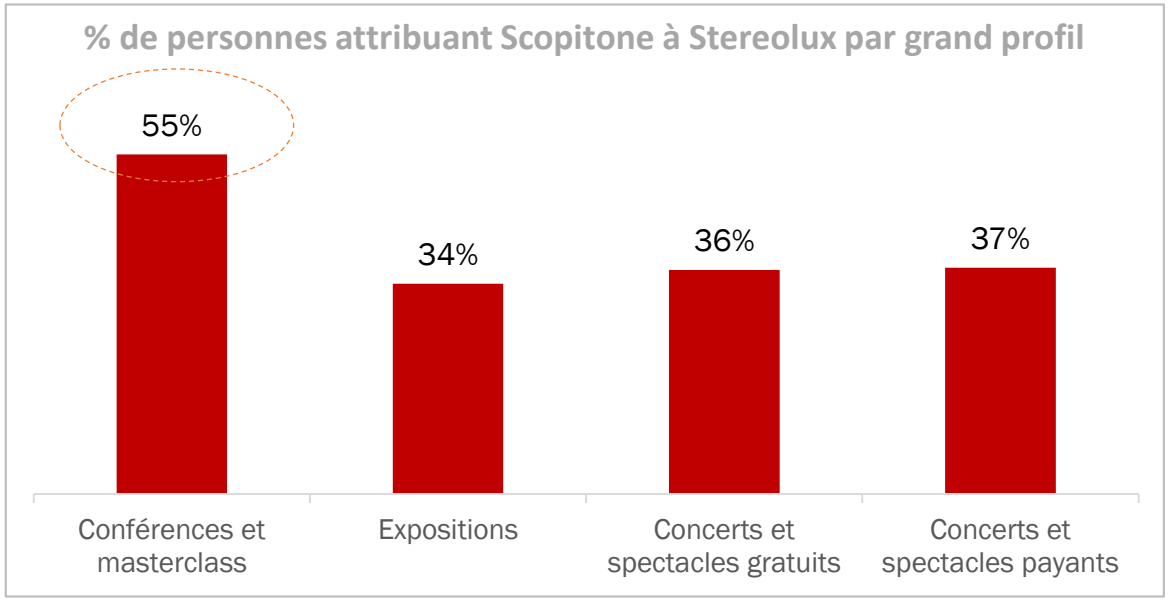
2.2 Fréquentation du festival

© GECE

Notoriété de l'organisateur du festival

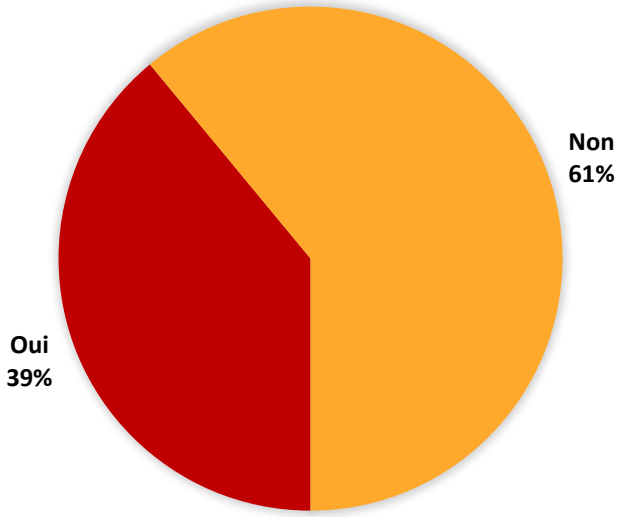
Un tiers des festivaliers sait que Scopitone est organisé par Stereolux, soit une notoriété en hausse de 9 points par rapport en 2015

- Une faible proportion de festivaliers (3%) cite l'association Songo et 2% attribuent le festival à un autre organisateur (la Fabrique, les Machines, les Nefs, Trempolino…)
- Une meilleure notoriété auprès du public ayant participé aux conférences et masterclass (55%).



Stereolux	**34%**
(2015 : 25%)	
Songo	3%
Autre	2%

Savez-vous quel équipement culturel nantais organise Scopitone ?



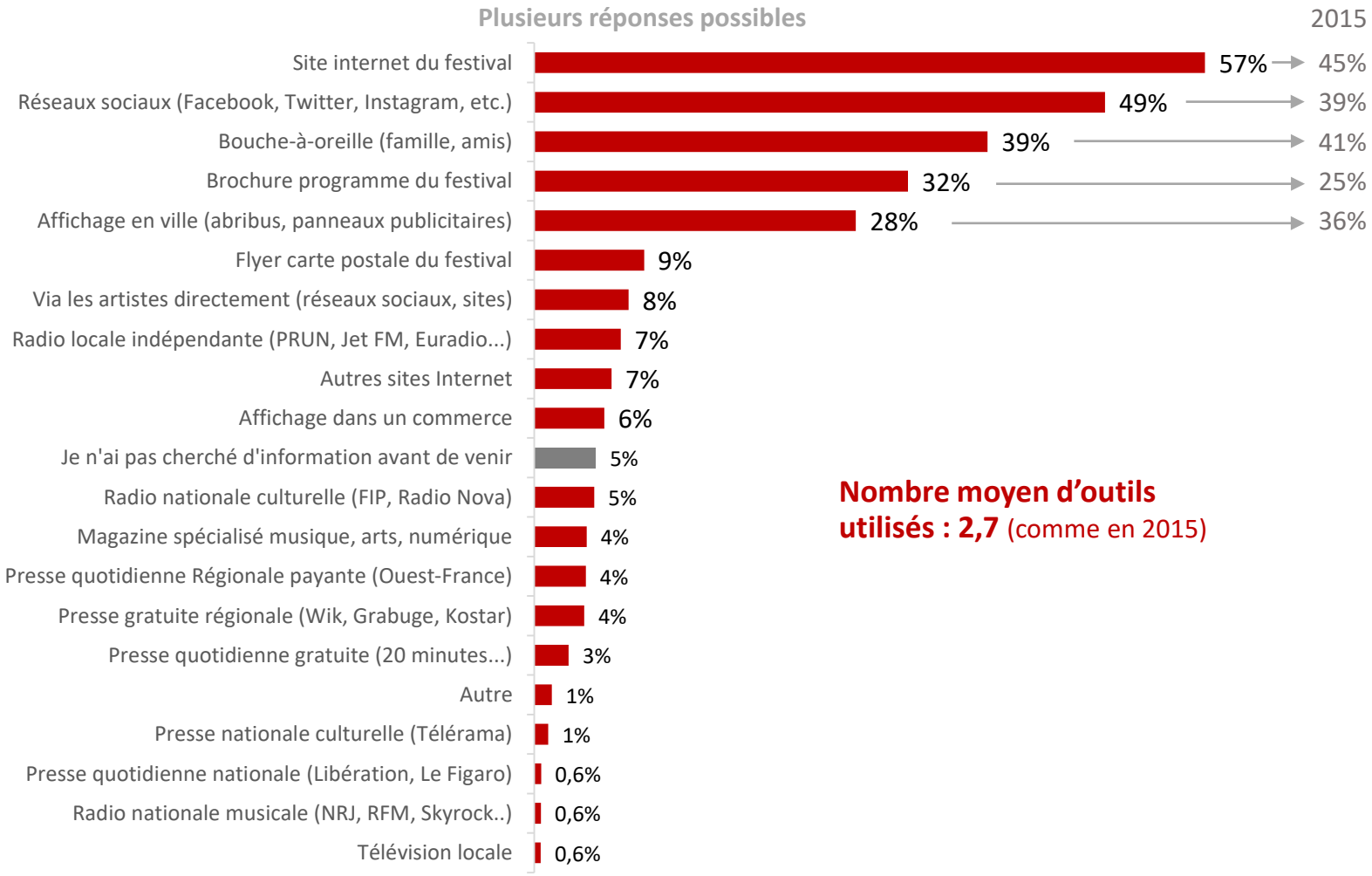
© GECE

Informations préalables à la venue au festival

95% festivaliers ont cherché ou eu de l'information sur Scopitone avant de venir

- 57% des festivaliers ont cherché des informations sur le site Internet du festival
- Les réseaux sociaux ont été utilisés par 49% du public.
- En dehors d'Internet, 39% ont entendu parler du festival ou eu des informations par bouche-à-oreille, 32% grâce à la brochure-programme du festival et 28% sur des affiches en ville.

Cette année, avant de venir au festival, où avez-vous cherché de l'information ou où avez-vous entendu parler de Scopitone ?
Plusieurs réponses possibles



Nombre moyen d'outils utilisés : 2,7 (comme en 2015)

© GECE

Informations préalables à la venue au festival

Les festivaliers ayant assisté aux conférences et masterclass et/ou aux concerts et spectacles payants se sont, plus que les autres, renseignés sur Internet.

Cette année, avant de venir au festival, où avez-vous cherché de l'information ou où avez-vous entendu parler de Scopitone ? Plusieurs réponses possibles

- Zoom sur les sources d'informations utilisées par au moins 10% des publics -

	Conférences et masterclass	Expositions	Concerts et spectacles gratuits	Concerts et spectacles payants
Site internet du festival	**62%**	50%	56%	**68%**
Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)	55%	**34%**	52%	62%
Bouche-à-oreille (famille, amis)	41%	35%	41%	40%
Brochure programme du festival	42%	43%	38%	**21%**
Affichage en ville (abribus, panneaux publicitaires)	**19%**	29%	31%	26%
Flyer carte postale du festival	10%	11%	12%	9%
Autres sites Internet	**18%**	7%	8%	6%
Via les artistes directement (réseaux sociaux, sites)	7%	5%	10%	11%
Radio locale indépendante (PRUN, Jet FM, Euradio...)	**1%**	6%	10%	9%

© GECE

Participation aux éditions du festival

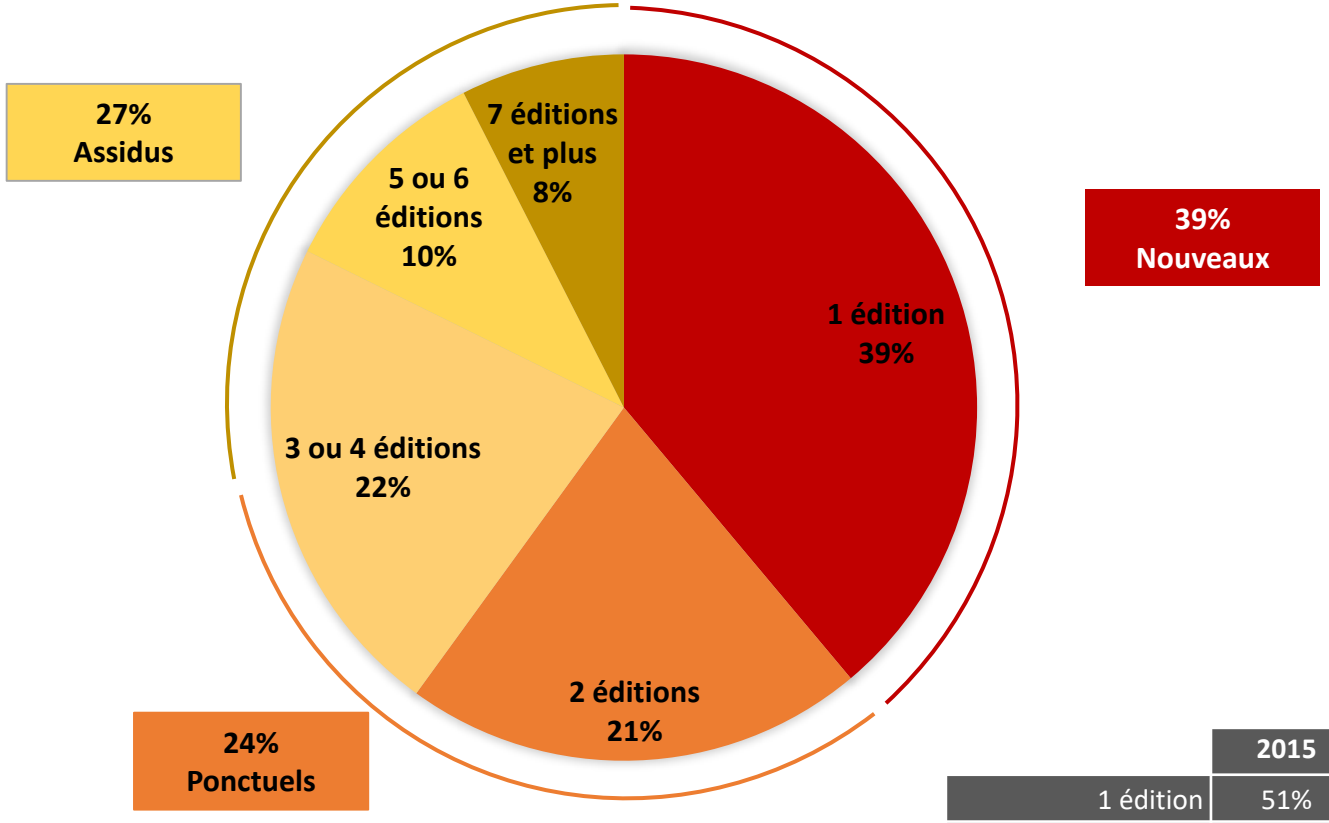
A combien d'éditions du festival avez-vous assisté (en comptant celle-ci) ?

Le public est venu à près de 3 éditions du festival en moyenne

- 61% des festivaliers ont déjà participé à l'événement.
- Le public se répartit entre 39% de nouveaux festivaliers, 34% de ponctuels (de 2 à 3 éditions) et 27% d'assidus (au moins 4 éditions).

2,8
éditions
en moyenne
(médiane : 2)

2015
2,2 éditions
en moyenne
(médiane : 1)



	2015
1 édition	51%
2 éditions	19%
3 ou 4 éditions	21%
5 éditions ou plus	9%

© GECE

Participation aux éditions du festival

Peu de différence concernant la participation aux éditions précédentes du festival par grand profil

A combien d'éditions du festival avez-vous assisté (en comptant celle-ci) ?

	Conférences et masterclass	Expositions	Concerts et spectacles gratuits	Concerts et spectacles payants
1 édition (Nouveaux)	41%	36%	39%	35%
2 éditions	25%	17%	21%	22%
3 éditions	7%	15%	12%	15%
Ponctuels	33%	32%	33%	37%
4 éditions	6%	11%	11%	10%
5 ou 6 éditions	8%	11%	11%	9%
7 éditions et plus	12%	9%	6%	8%
Assidus	26%	31%	28%	28%

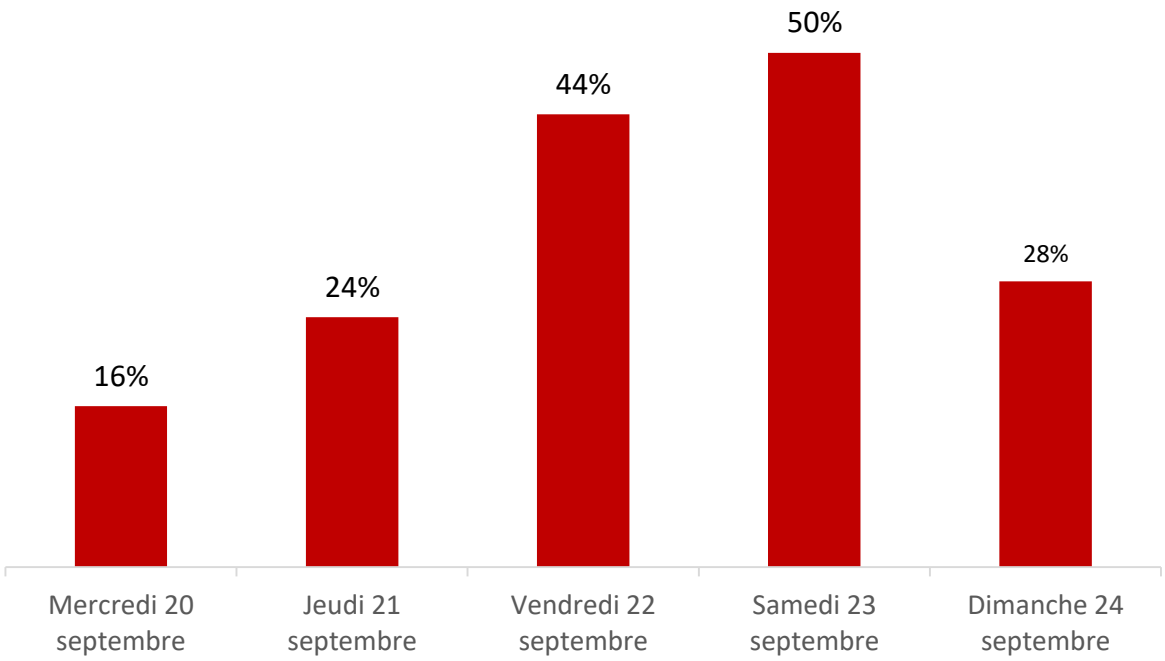
© GECE

Jours de venue au festival

Un festivalier est venu 1,6 jour en moyenne (1,5 jour en 2015)

- Logiquement, la participation du public est plus importante le vendredi (44%) et le samedi (50%).
- Le mercredi est le jour le moins fréquenté avec 16% des festivaliers qui sont venus ce jour-là. Mais précisons que ce jour, seules les expositions et la soirée d'ouverture à Stereolux sont proposées.

Durant quel(s) jour(s) de l'évènement, avez-vous été présent(e) ?
Plusieurs réponses possibles



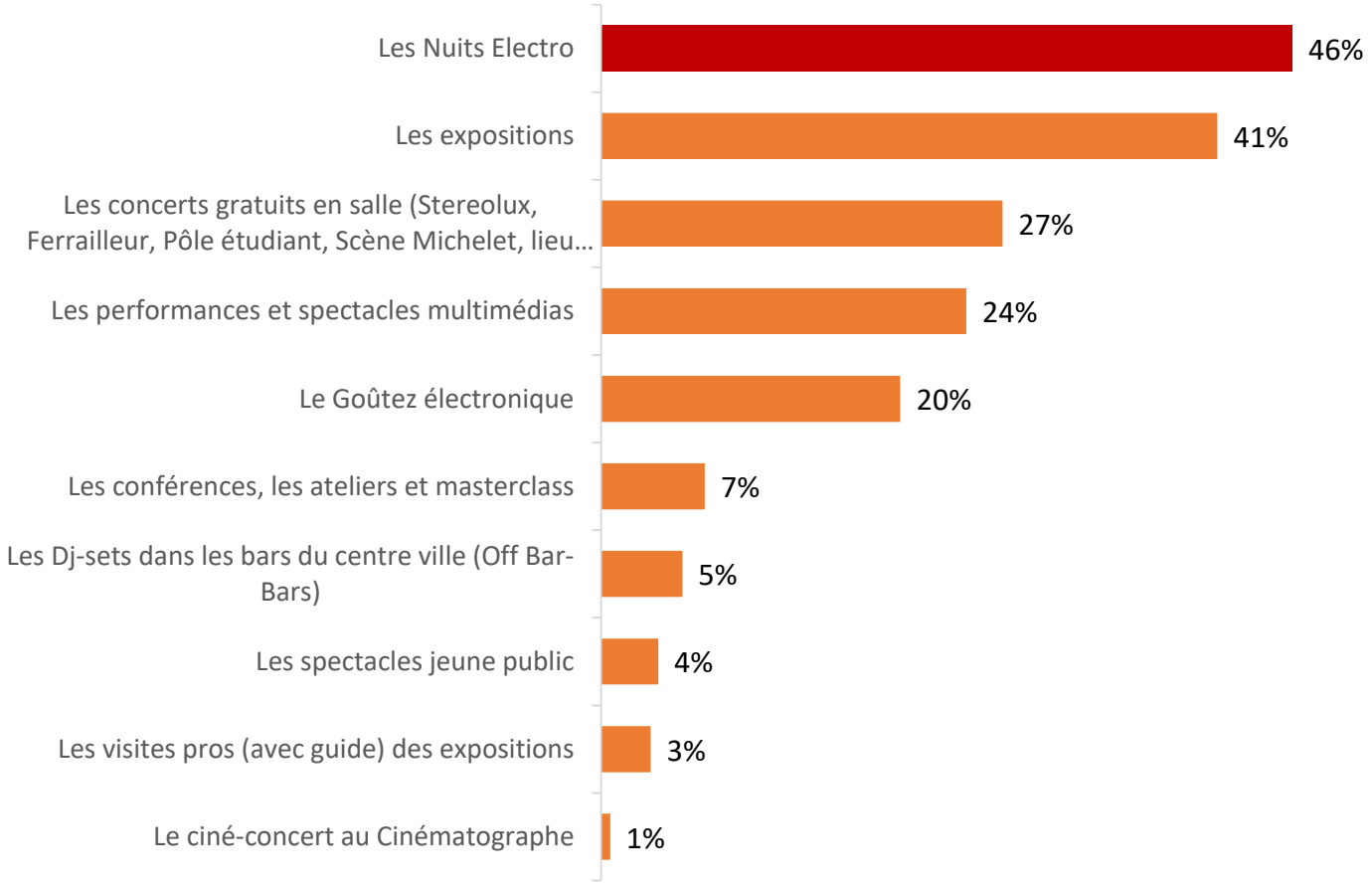
© GECE

Types de spectacles et d'activités fréquentés

Les festivaliers participent en moyenne à 1,8 type d'activités et de spectacles

- Les Nuits Electro et les expositions sont les 2 activités les plus fréquentées avec des taux de fréquentation respectifs de 46 et 41%.
- Les concerts gratuits, les performances et spectacles multimédias et le Goûtez électronique ont attiré entre 20 et 27% des festivaliers.
- Les autres activités (conférences, ateliers, DJ-sets dans les bars, etc.) ont été fréquentées par moins de 10% du public.

Qu'avez-vous fréquenté lors de cette édition de Scopitone ?
Plusieurs réponses possibles

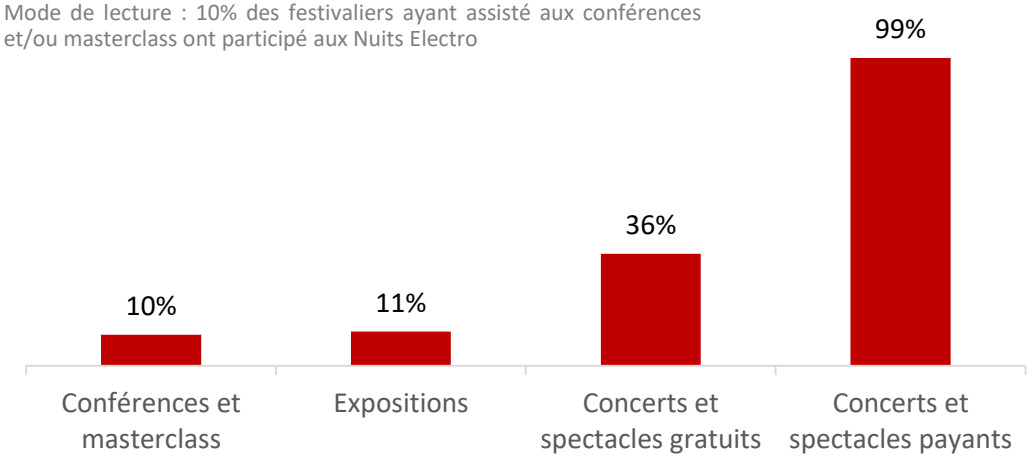


© GECE

Types de spectacles et d'activités fréquentés

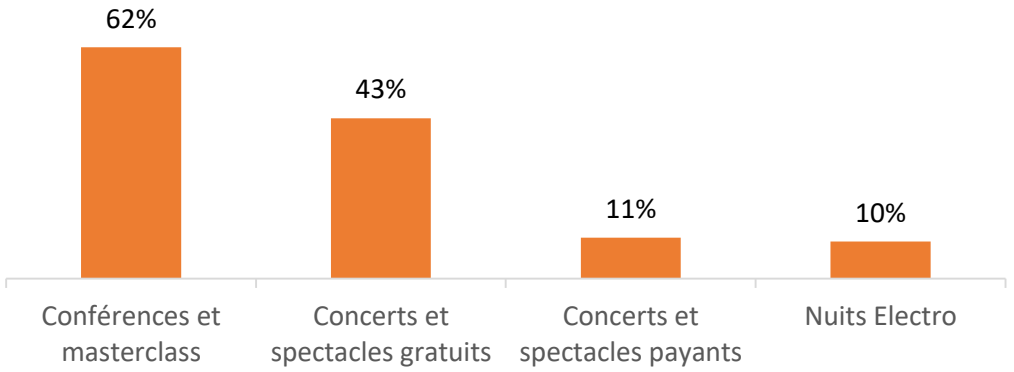
Part des festivaliers ayant participé aux Nuits Electro selon les autres activités fréquentées

Mode de lecture : 10% des festivaliers ayant assisté aux conférences et/ou masterclass ont participé aux Nuits Electro



Part des festivaliers ayant fréquenté les expositions selon les autres activités fréquentées

Mode de lecture : 62% des festivaliers ayant assisté aux conférences et/ou masterclass ont aussi fréquenté les expositions



Note :

L'analyse de ces taux de fréquentation selon l'âge ou l'origine des festivaliers est impossible en raison d'effectifs trop faibles.

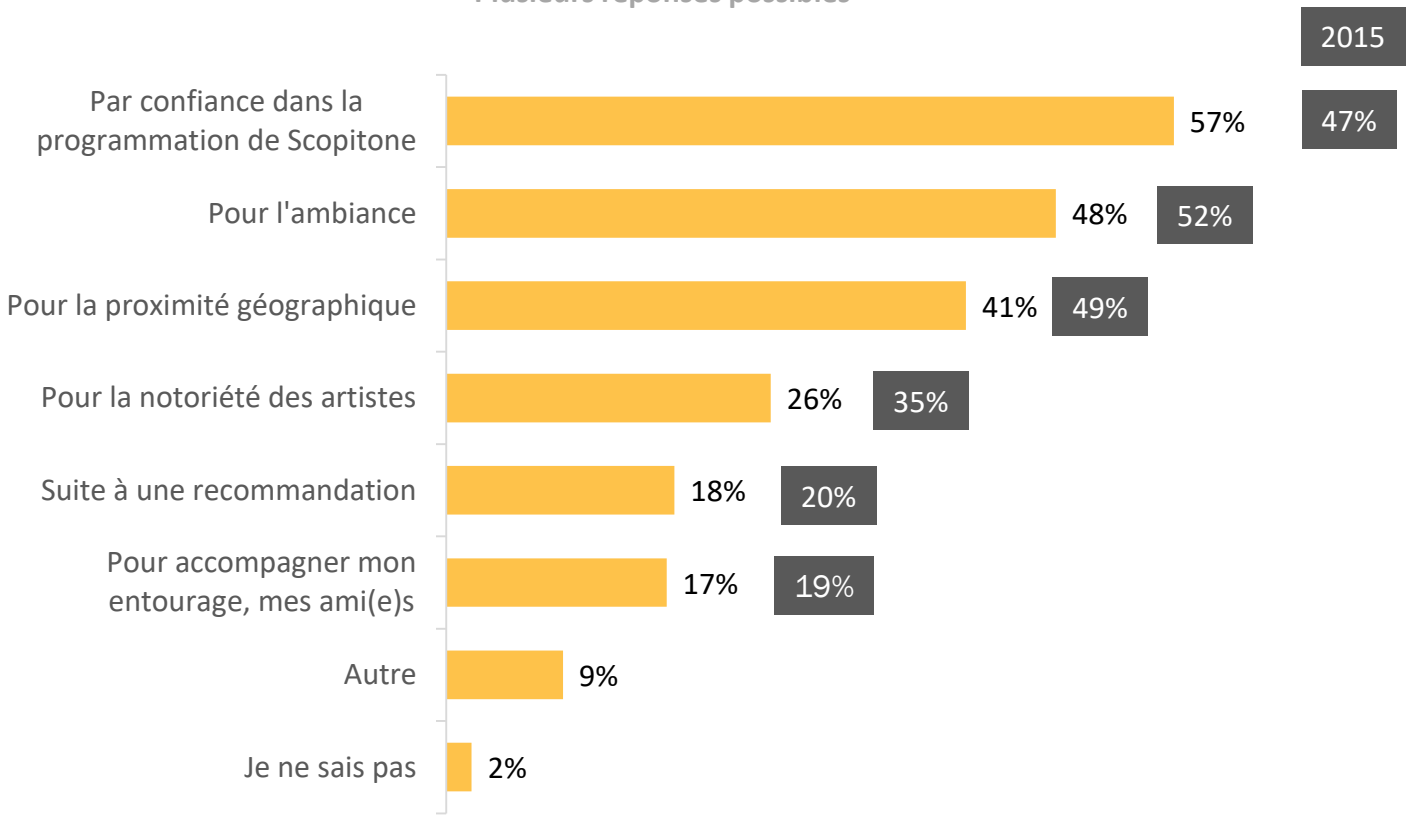
© GECE

Motivations à venir au festival

Les festivaliers viennent à Scopitone d'abord pour sa programmation

- 57% des festivaliers ont ainsi décidé de venir à Scopitone en raison de sa programmation.
- Ils viennent également pour l'ambiance (48%) et la proximité géographique (41%). À ce titre, rappelons que les trois-quarts des festivaliers habitent une commune de Nantes Métropole (dont 58% habitent à Nantes).

Pour quelles raisons avez-vous choisi de participer au festival ?
Plusieurs réponses possibles



© GECE

Motivations à venir au festival

Des motivations différentes selon le type de public

- En particulier, 37% des festivaliers ayant assisté aux conférences ou aux masterclass sont venus suite à une recommandation.
- Sans surprise, ceux ayant assisté à des spectacles payants sont plus souvent venus pour l'ambiance (65%) et pour la notoriété des artistes (44%).

Pour quelles raisons avez-vous choisi de participer au festival ?
Plusieurs réponses possibles

	Conférences et masterclass	Expositions	Concerts et spectacles gratuits	Concerts et spectacles payants
Par confiance dans la programmation de Scopitone	61%	55%	56%	64%
Pour l'ambiance	**23%**	**33%**	49%	**65%**
Pour accompagner mon entourage, mes ami(e)s	16%	12%	18%	19%
Suite à une recommandation	**37%**	18%	18%	16%
Pour la notoriété des artistes	**15%**	**10%**	25%	**44%**
Pour la proximité géographique	36%	39%	42%	40%
Je ne sais pas	0%	3%	2%	0%
Autre	11%	16%	10%	4%

Mode de lecture : 61% des festivaliers ayant assisté aux conférences et/ou masterclass sont venues par confiance en la programmation du festival

© GECE

Types de spectacles et d'activités fréquentés selon les motivations de venue au festival

Des activités suivies différentes selon les motivations de venue au festival

Qu'avez-vous fréquenté lors de cette édition de Scopitone ? Plusieurs réponses possibles	Pour quelles raisons avez-vous choisi de participer au festival ? Plusieurs réponses possibles					
	Par confiance dans la programmation de Scopitone	Pour l'ambiance	Pour accompagner mon entourage, mes ami(e)s	Suite à une recommandation	Pour la notoriété des artistes	Pour la proximité géographique
Les expositions	40%	**28%**	**29%**	40%	**18%**	39%
Les performances et spectacles multimédias	26%	22%	20%	30%	17%	25%
Les Nuits Electros	52%	**63%**	50%	41%	**81%**	46%
Les concerts gratuits en salle (Stereolux, Ferrailleur, Pôle étudiant, Scène Michelet, lieu unique)	24%	31%	**39%**	29%	25%	30%
Les Dj-sets dans les bars du centre ville (Off Bar-Bars)	7%	7%	3%	4%	6%	6%
Le ciné-concert au Cinématographe	0%	1%	1%	0%	0%	1%
Les spectacles jeune public	3%	1%	0%	5%	3%	5%
Les visites pros (avec guide) des expositions	3%	3%	0%	2%	1%	3%
Les conférences, les ateliers et masterclass	7%	3%	6%	**14%**	4%	6%
Le Goûtez électronique	24%	28%	26%	16%	**31%**	22%

Mode de lecture : 40% des festivaliers venues par confiance en la programmation du festival ont fréquenté les expositions

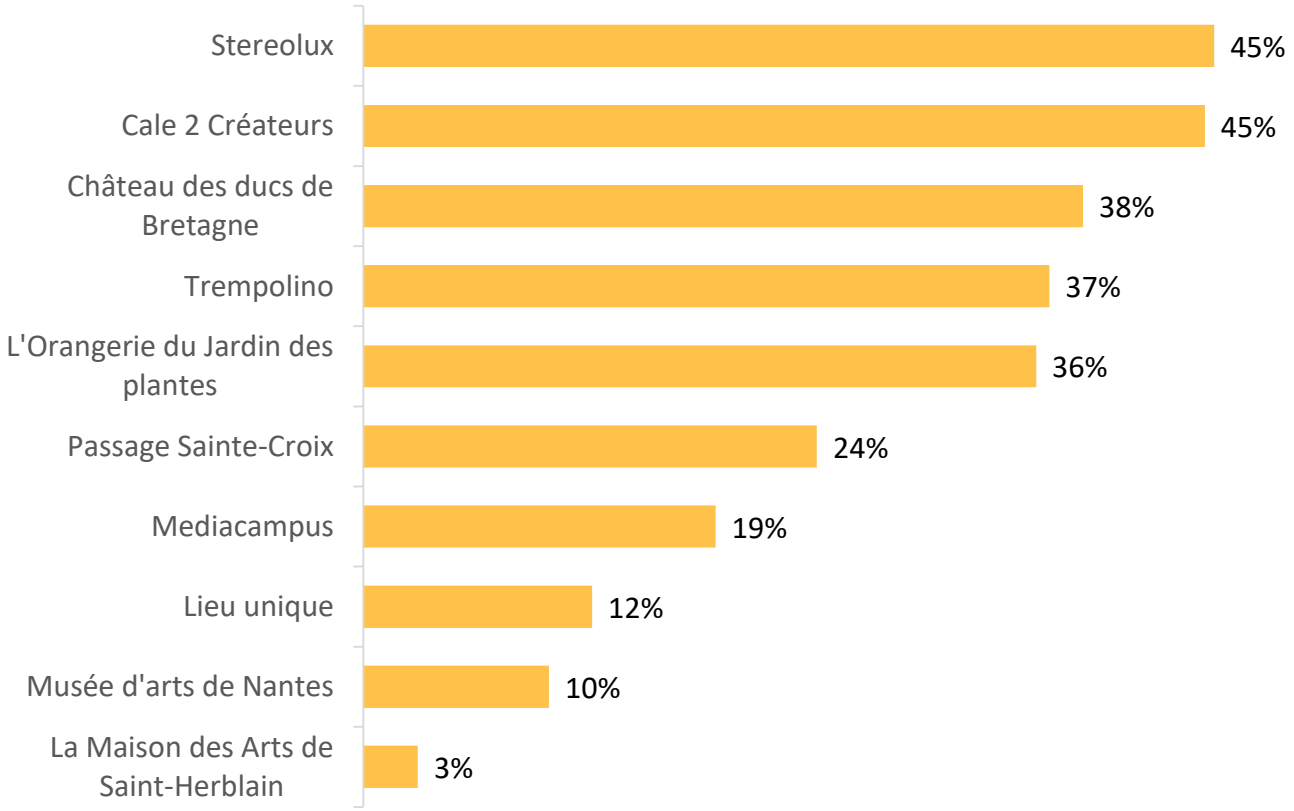
© GECE

Les lieux d'exposition fréquentés

Les festivaliers ayant fréquenté des expositions se sont rendus sur 2,7 lieux en moyenne

- Stereolux et la Cale 2 Créateurs ont attiré près de la moitié des personnes ayant fréquenté des expositions
- Les expositions dans le Château des ducs de Bretagne, à Trempolino et à l'Orangerie du Jardin des plantes ont attiré le tiers des festivaliers ayant fréquenté des expositions.

Si vous avez fréquenté des expositions, merci de préciser les lieux fréquentés
Plusieurs réponses possibles



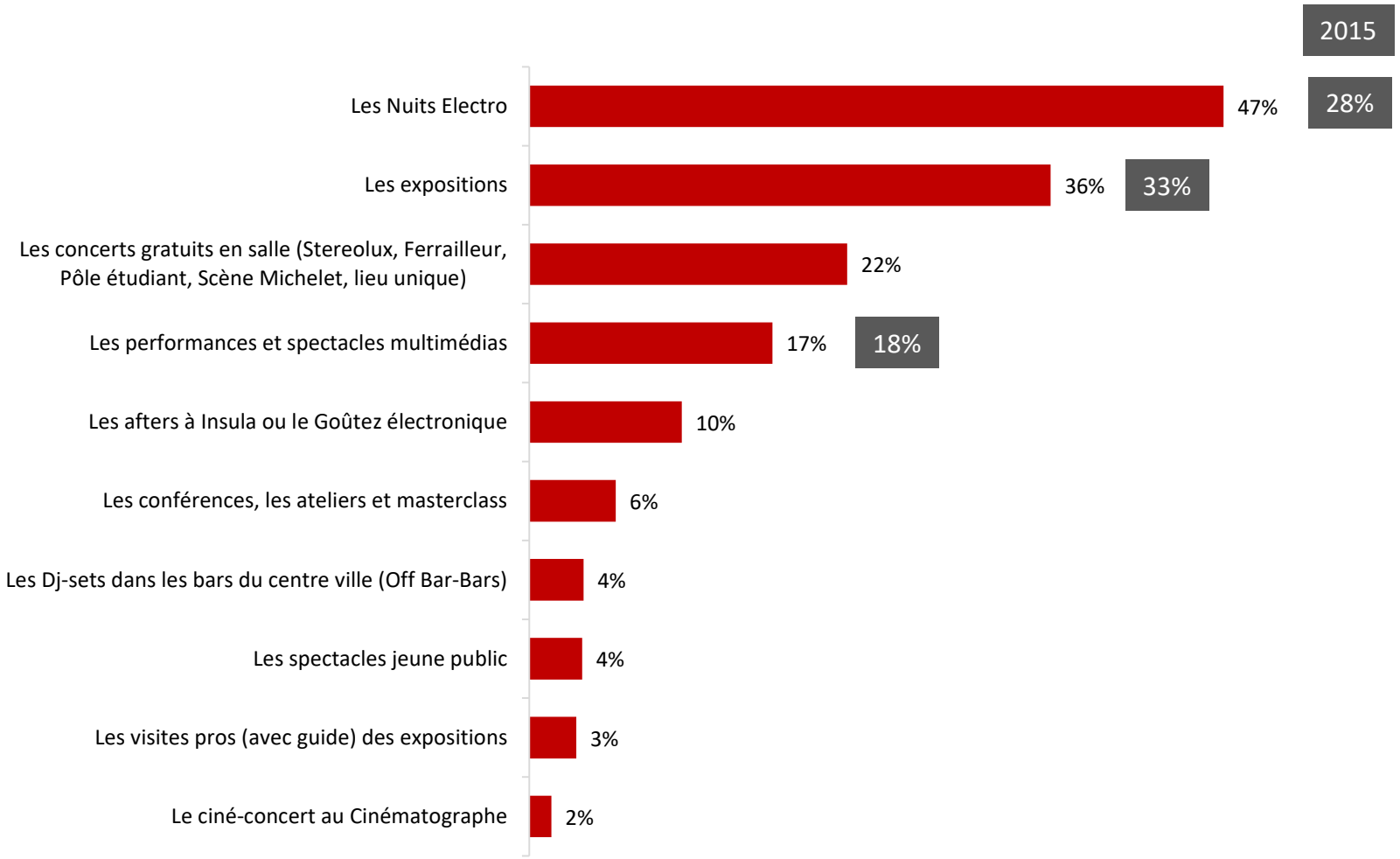
© GECE

Élément déclencheur de la venue

Un festivalier sur 2 est venu à Scopitone d'abord pour les Nuits Electro

- Les expositions ont quant à elles été l'élément déclencheur pour 36% des festivaliers.

Quelle proposition, activité ou lieu a été l'élément déclencheur de votre venue ?



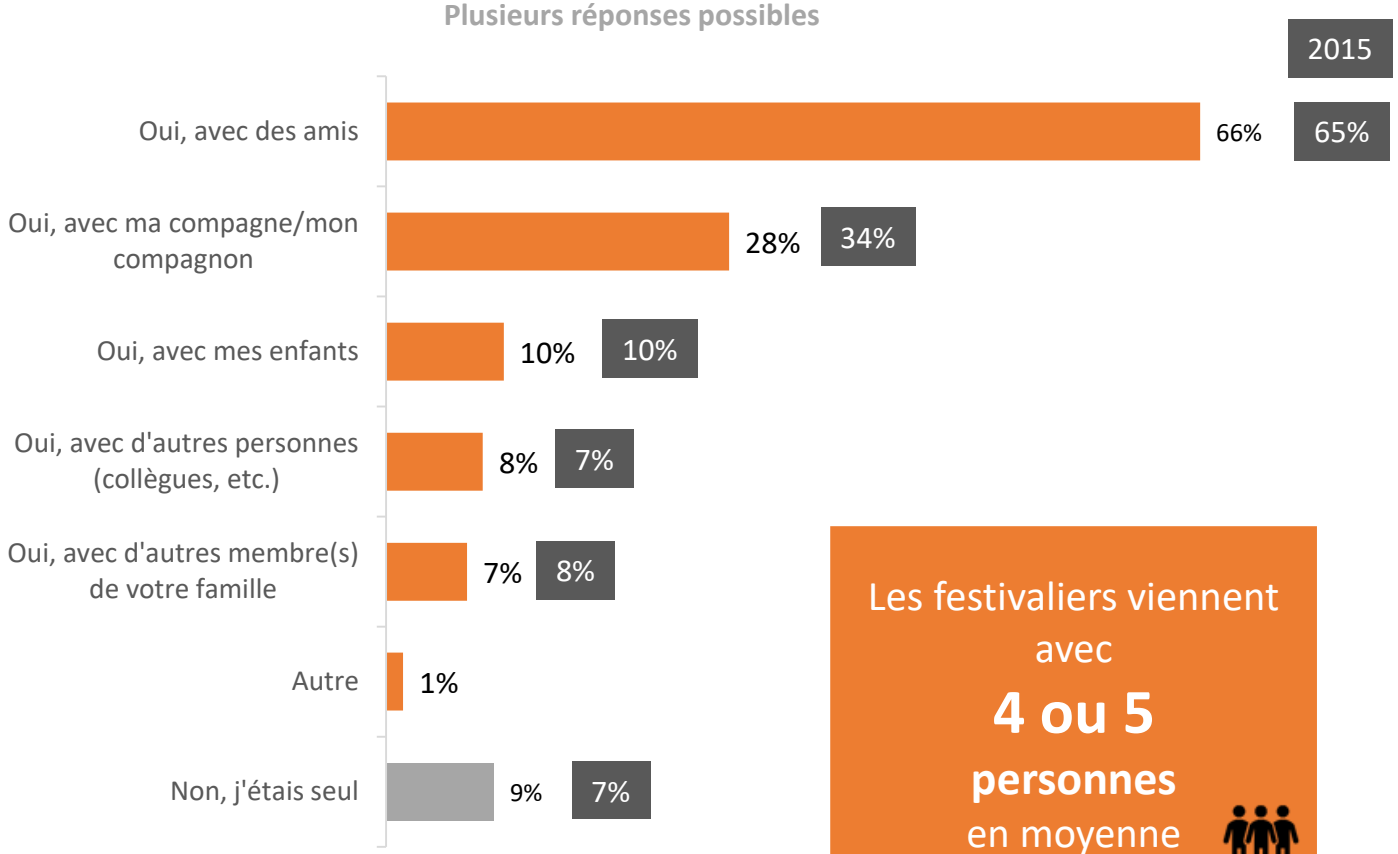
© GECE

Accompagnement au festival

Neuf festivaliers sur 10 sont venus accompagnés au festival

- 66% sont venus à Scopitone entre amis.
- Les autres sont venus surtout en couple et/ou avec leurs enfants.
- 20% sont venus à 2. Les autres sont venus en groupe (35% sont venus en groupe de 3 à 5 personnes, 23% en groupe de 6 à 9 personnes et 14% en groupe d'au moins 10 personnes).
- 9% ont décidé de venir seuls.

Avez-vous participé au festival avec des personnes de votre entourage ?
Plusieurs réponses possibles



Les festivaliers viennent avec
4 ou 5
personnes
en moyenne

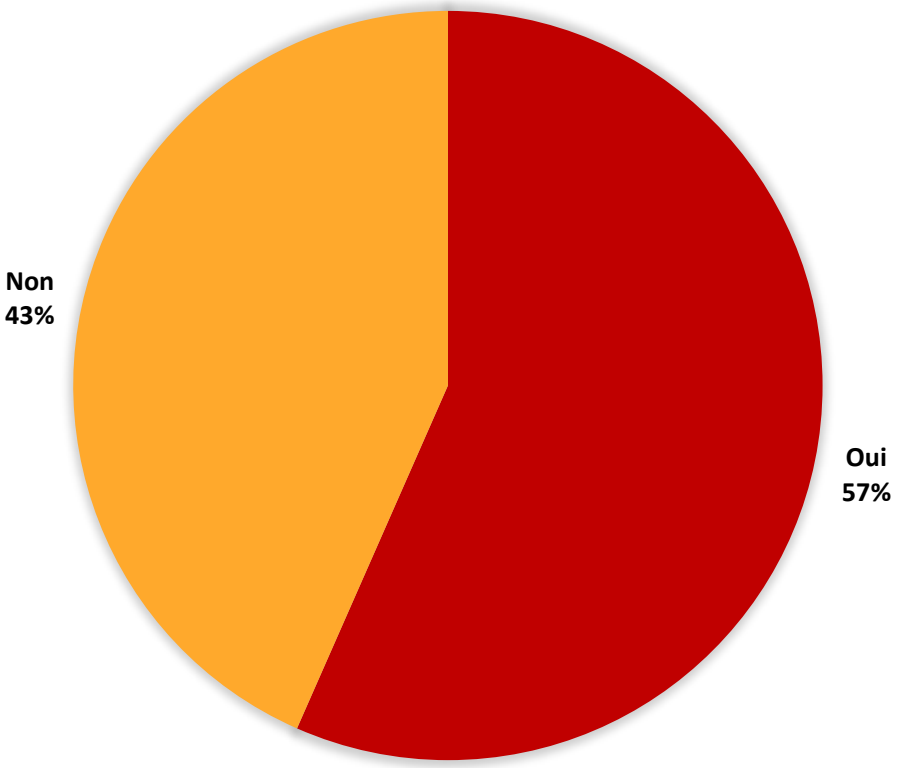
© GECE

Achat des billets

Une majorité des festivaliers a acheté ses billets sur le site officiel du festival (57%)

- Ce chiffre intègre les spectacles gratuits. Sur la seule base des spectacles payants, la part de festivaliers ayant acheté leurs billets sur le site officiel du festival monte à 92%.

Avez-vous acheté votre(vos) billet(s) sur le site Internet du festival ?



© GECE

2.3 Séjour autour de l’événement

© GECE

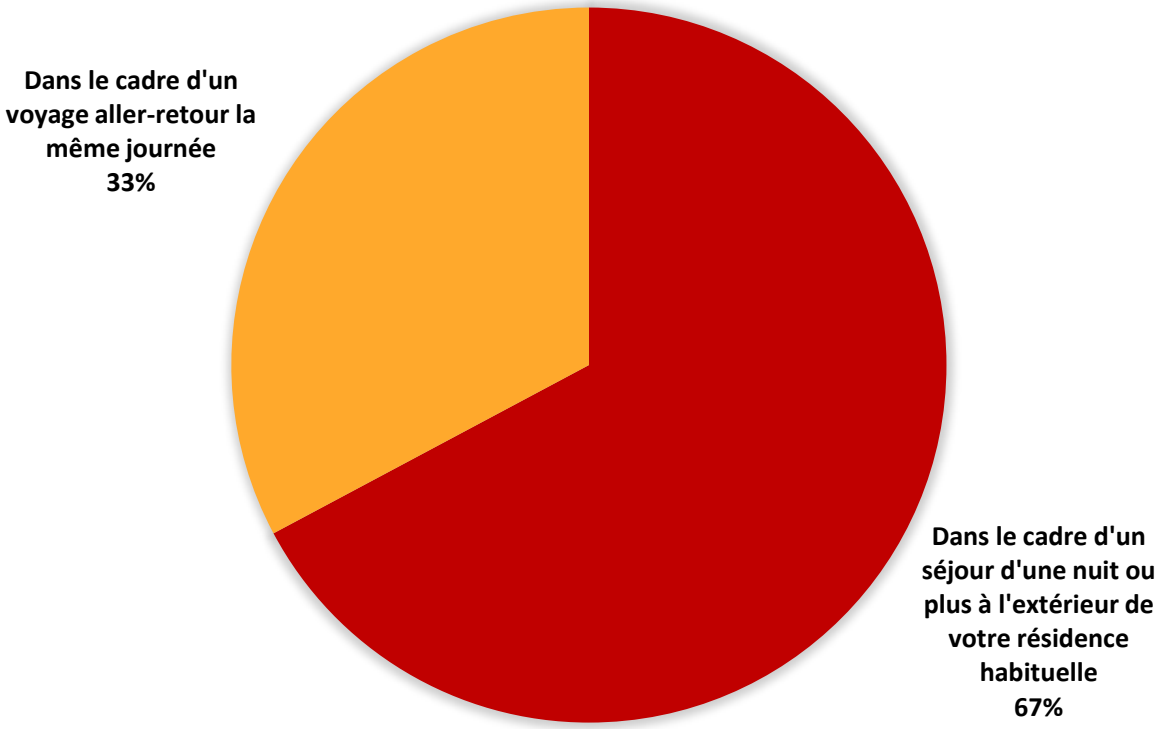
Type de séjour : dormir sur place ou rentrer ?

Parmi les festivaliers n'habitant pas l'agglomération (24%), 67% séjournent au minimum une nuit.

- Ce sont donc 16% de l'ensemble des festivaliers qui sont sur Nantes Métropole dans le cadre d'un séjour d'au moins une nuit à l'extérieur de chez eux.

2015
Aller-retour dans la journée : 34%
Au moins une nuit à l'extérieur : 66%

Etes-vous venu sur Nantes Métropole…
(Uniquement pour les festivaliers extérieurs à Nantes Métropole)



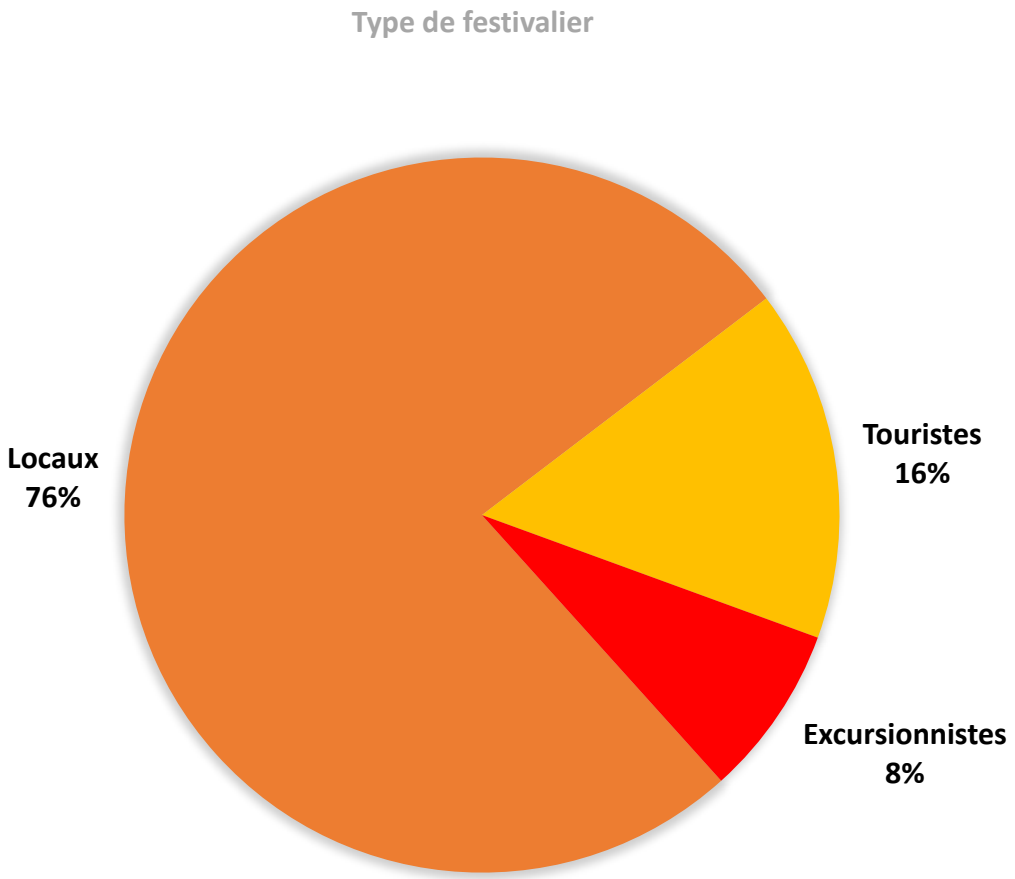
© GECE

Type de séjour : quel profil ?

16% des festivaliers sont des touristes dans le sens où ils séjournent au moins une nuit sur Nantes Métropole

- Les autres sont essentiellement des locaux (76% des festivaliers habitent Nantes Métropole), seuls 8% étant des excursionnistes (festivaliers habitant en dehors de Nantes Métropole et effectuant l'aller-retour dans la journée).

2015
Locaux : 75%
Touristes : 16,5%
Excursionnistes : 8,5%



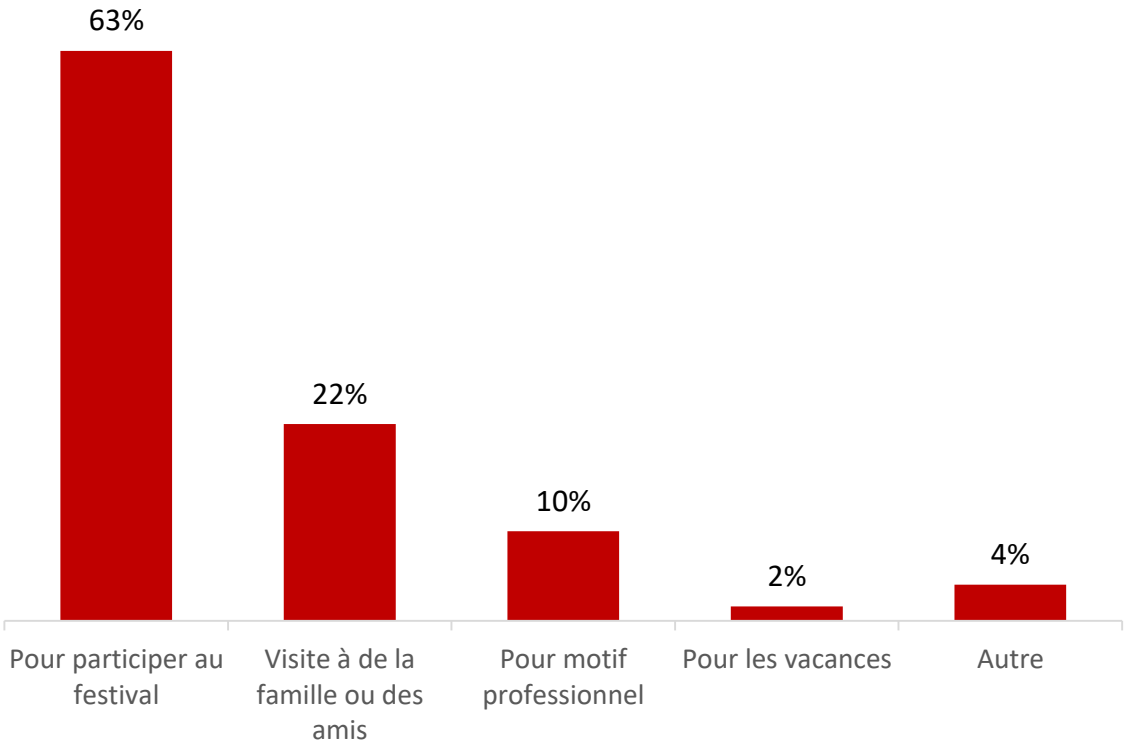
© GECE

Raisons de venir sur Nantes Métropole

Le festival est de loin la première raison pour venir sur Nantes Métropole (63%)

- L'autre principale raison de déplacement (en dehors du festival) est la visite à de la famille ou des amis (22%).
- Les motifs professionnels représentent 10% des raisons de venue.

Quelle est la principale motivation de votre venue ?
(Uniquement pour les festivaliers extérieurs à Nantes Métropole)



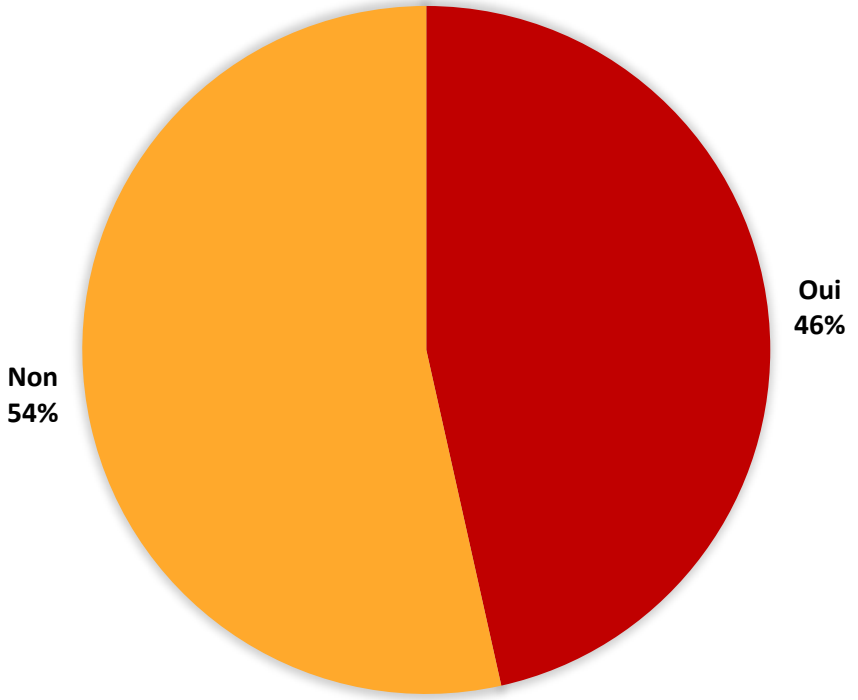
© GECE

Raisons de venir sur Nantes Métropole

Parmi les touristes et excursionnistes, 54% affirment qu'ils ne seraient pas venus si le festival n'avait pas eu lieu (57% en 2015)

- Mais 46% se seraient tout de même déplacés.

Seriez-vous tout de même venu sur Nantes Métropole si le festival n'avait pas eu lieu ?
(Uniquement pour les festivaliers extérieurs à Nantes Métropole)



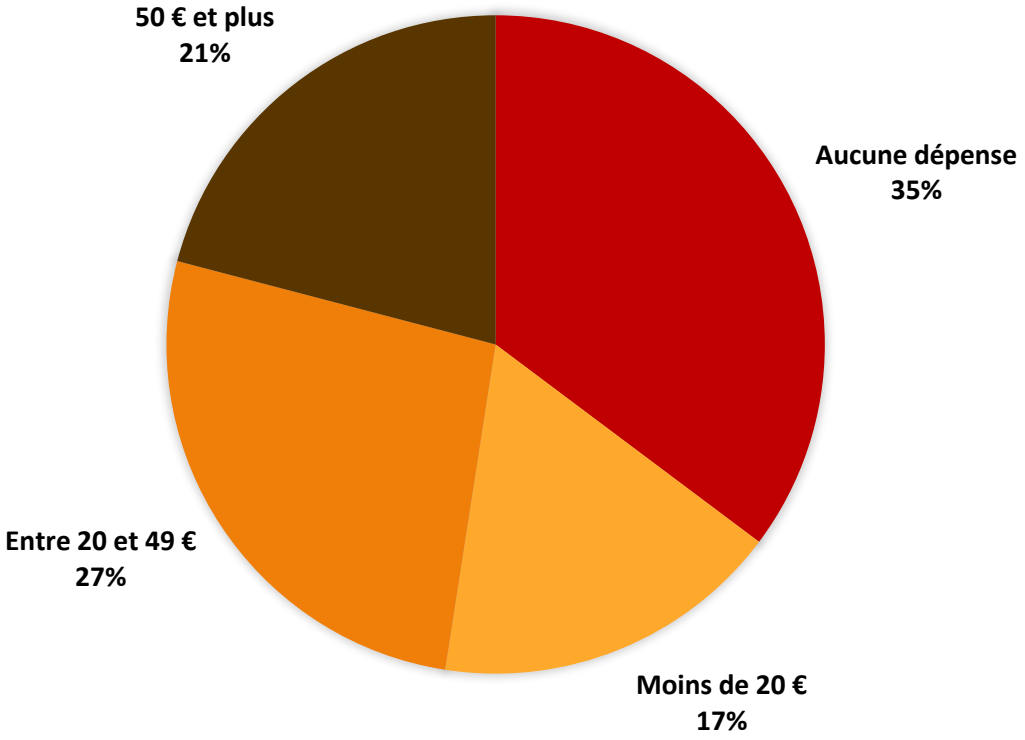
© GECE

Les dépenses

Le public de Scopitone a dépensé en moyenne 30€ dans les commerces de Nantes Métropole

- 65% des festivaliers ont réalisé des dépenses.
- Sur l'ensemble des festivaliers, le montant total de ces dépenses est estimé à 576 500 € (en 2015, il avoisinait les 500 000 €).

Pendant le festival, combien avez-vous dépensé personnellement dans les commerces ?

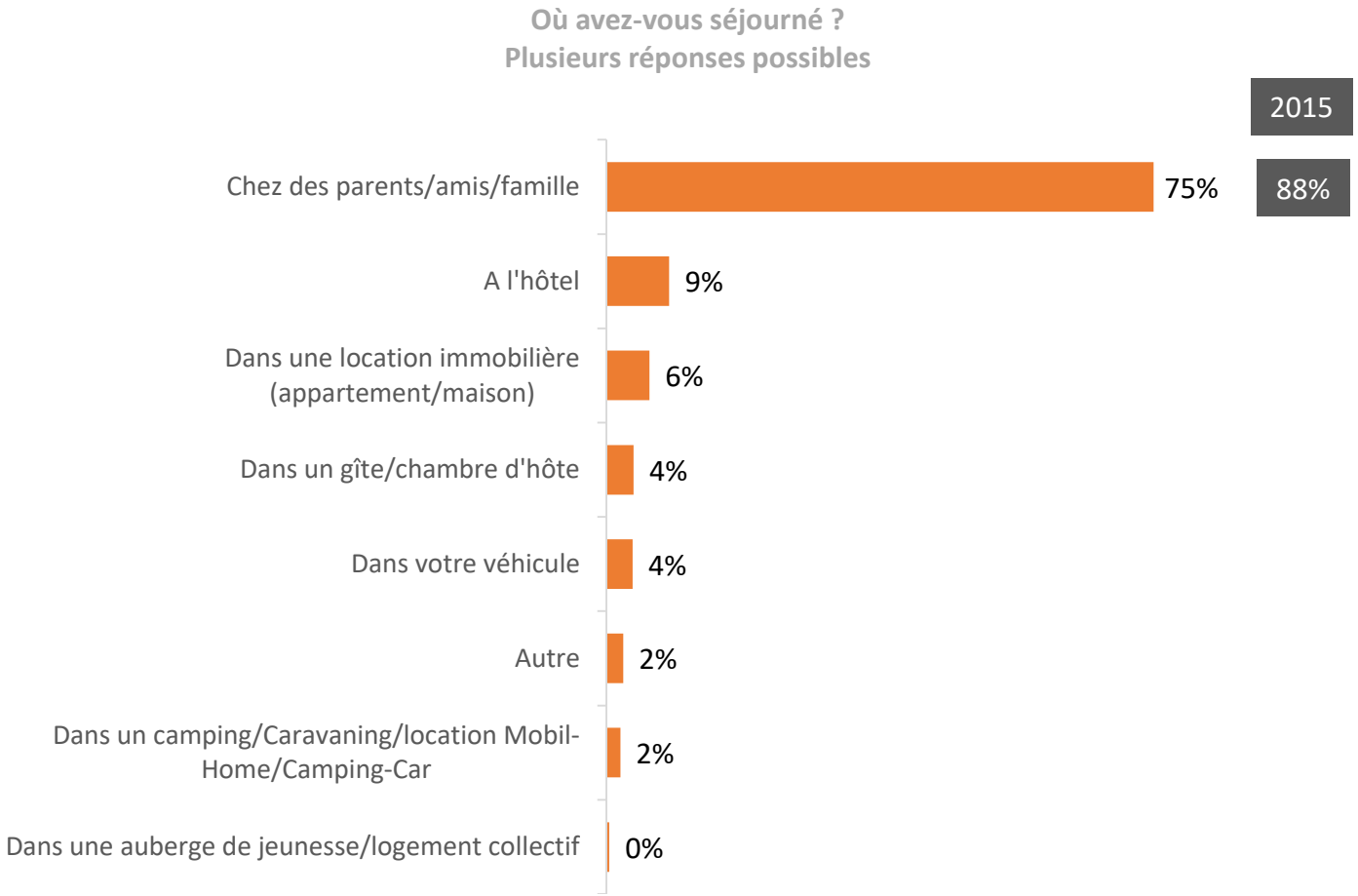


© GECE

Lieu du séjour

La majorité des festivaliers séjournant sur le festival ont été chez des amis ou de la famille (75%)

- Les hébergements marchands ne concernent qu'un quart des festivaliers.



© GECE

2.4 Perception du festival

© GECE

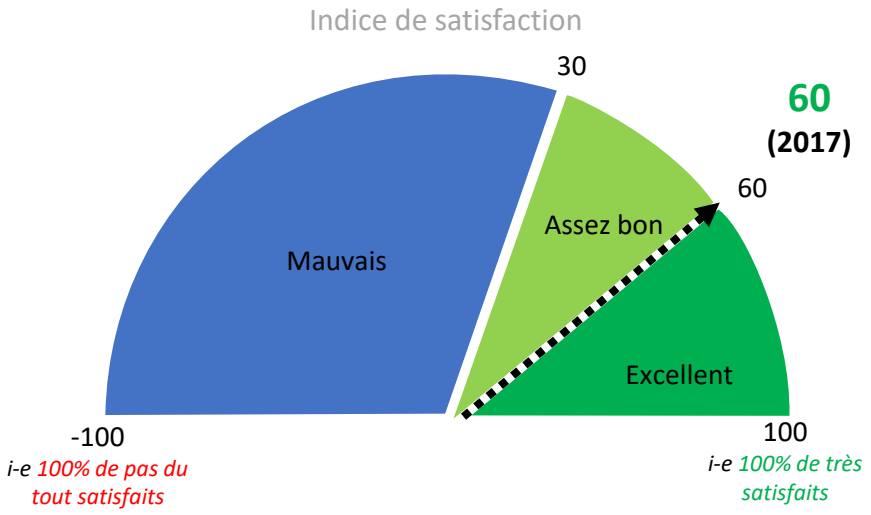
Satisfaction globale

88% se disent satisfaits de l'édition 2017

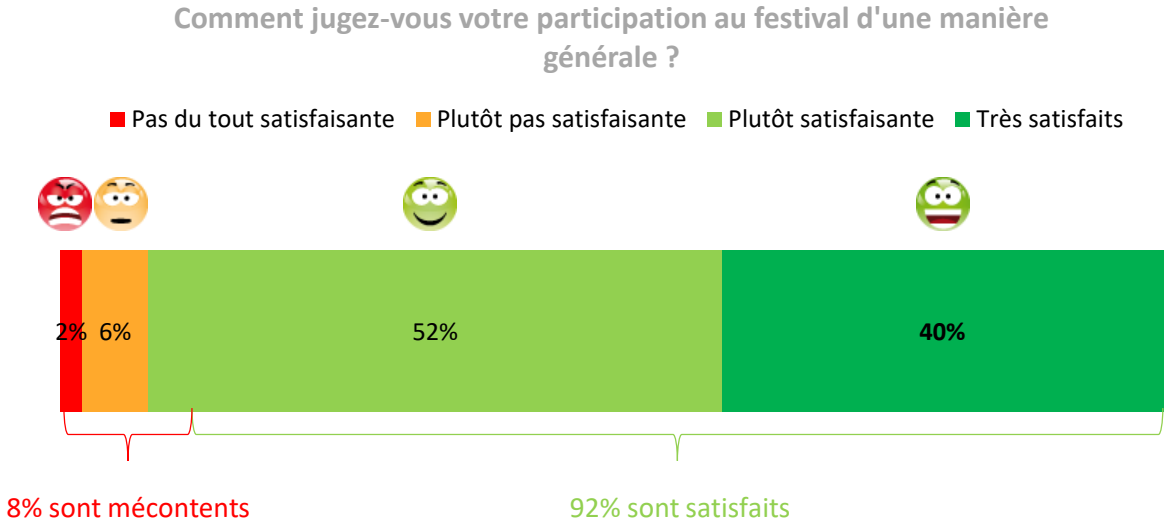
- Plus d'un quart se disent très satisfaits (27%)
- Seuls 8% n'ont pas apprécié l'édition, sachant que la part des « très insatisfaits » est minime (2%).
- Ce fort niveau de satisfaction se traduit par un excellent indice de 60.

60

Indice de satisfaction



Calcul de l'indice de satisfaction =
(% très satisfait + 1/2 % satisfait - 1/2 % plutôt pas satisfait - % pas du tout satisfait)
Interprétation de l'indice : **60 et + -> Excellent**, **de 30 à 59 -> Assez bon**, **- de 30 -> Mauvais**

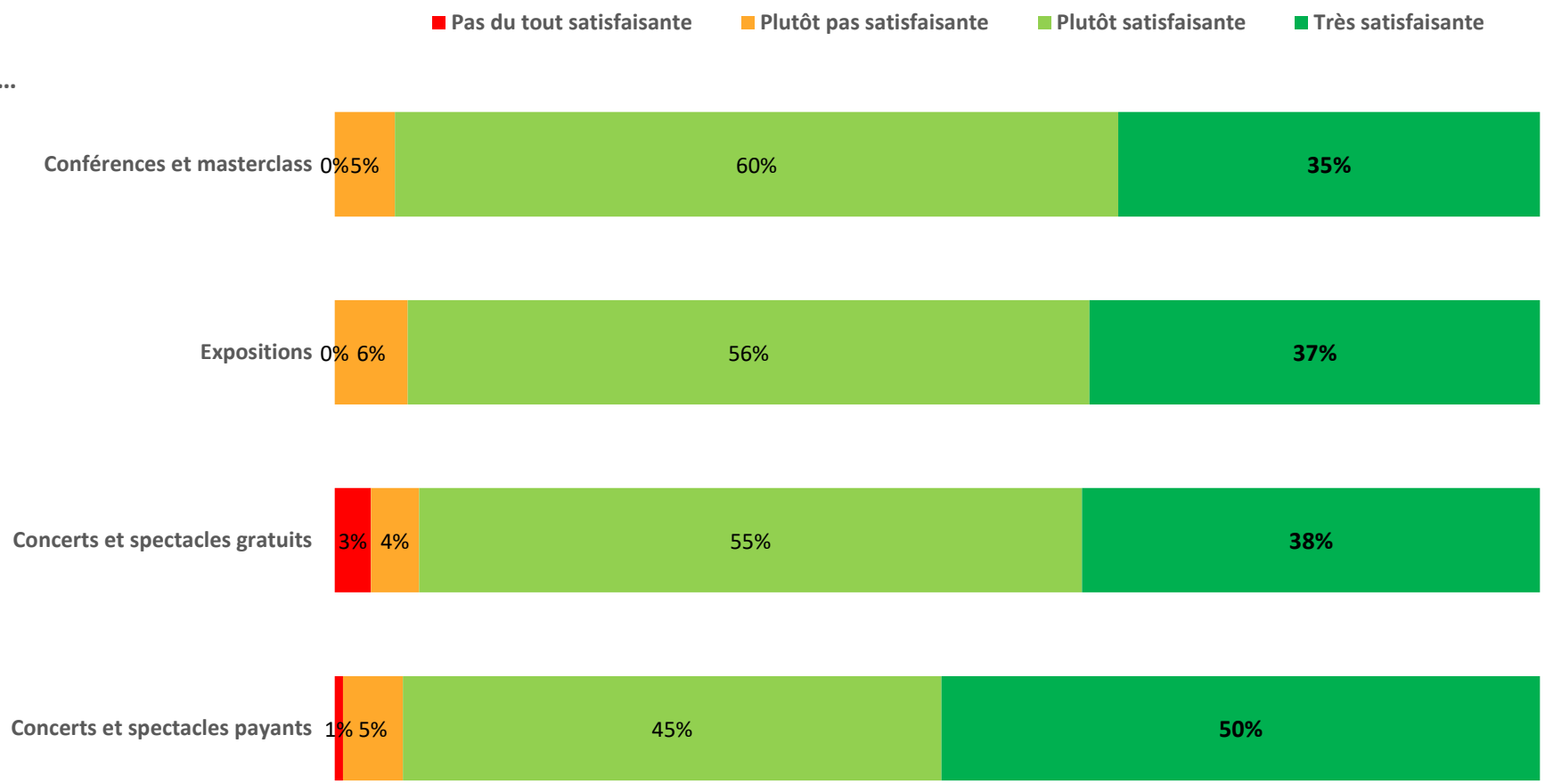


© GECE

Satisfaction globale par grand profil

Des publics satisfaits à la quasi-unanimité

Comment jugez-vous votre participation au festival d'une manière générale ?

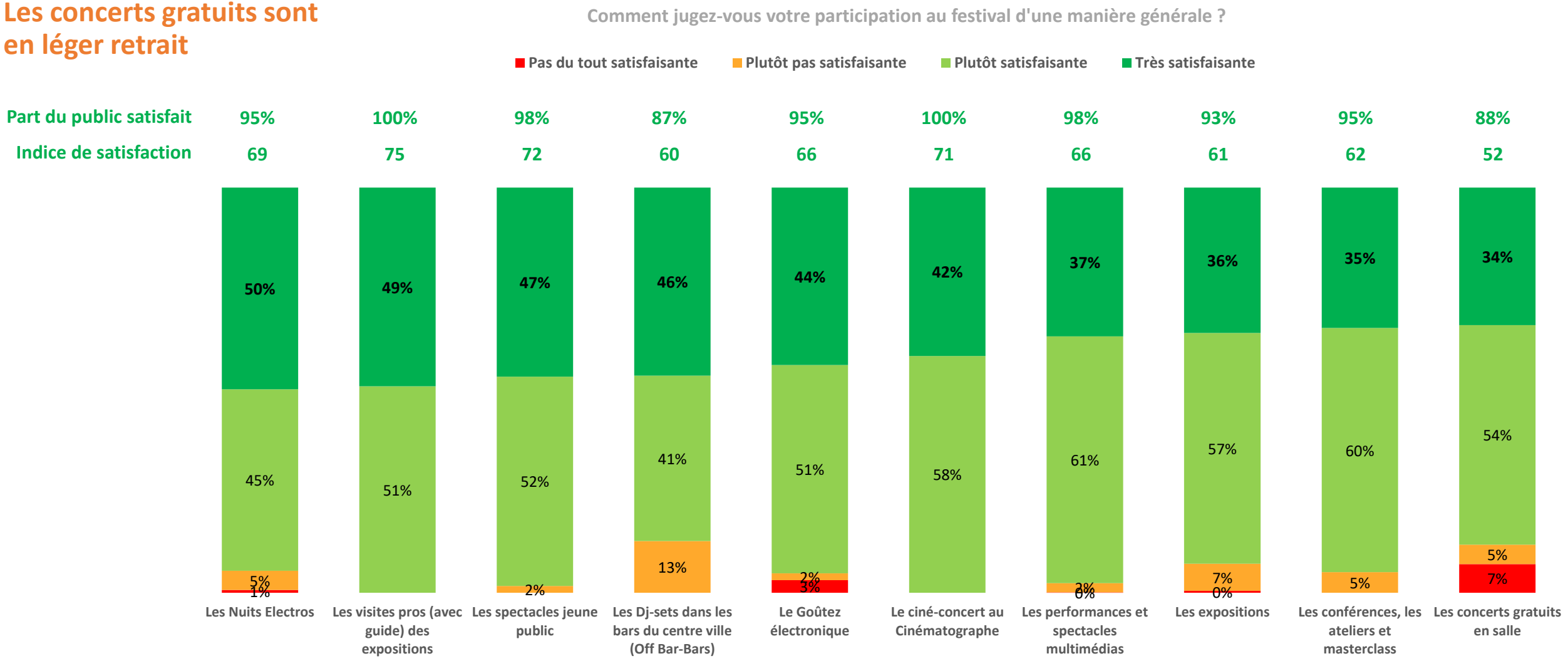


Public ayant fréquenté les…	Part du public satisfait	Indice de satisfaction
Conférences et masterclass	95%	63
Expositions	93%	62
Concerts et spectacles gratuits	93%	61
Concerts et spectacles payants	95%	69

© GECE

Satisfaction globale selon les activités suivies

Les concerts gratuits sont en léger retrait



Mode de lecture : 95% des festivaliers ayant participé aux Nuits Electro sont satisfaits (plutôt ou très) du festival, 50% en étant très satisfaits. L'indice de satisfaction moyen auprès de ces festivalier s'élève à 69.

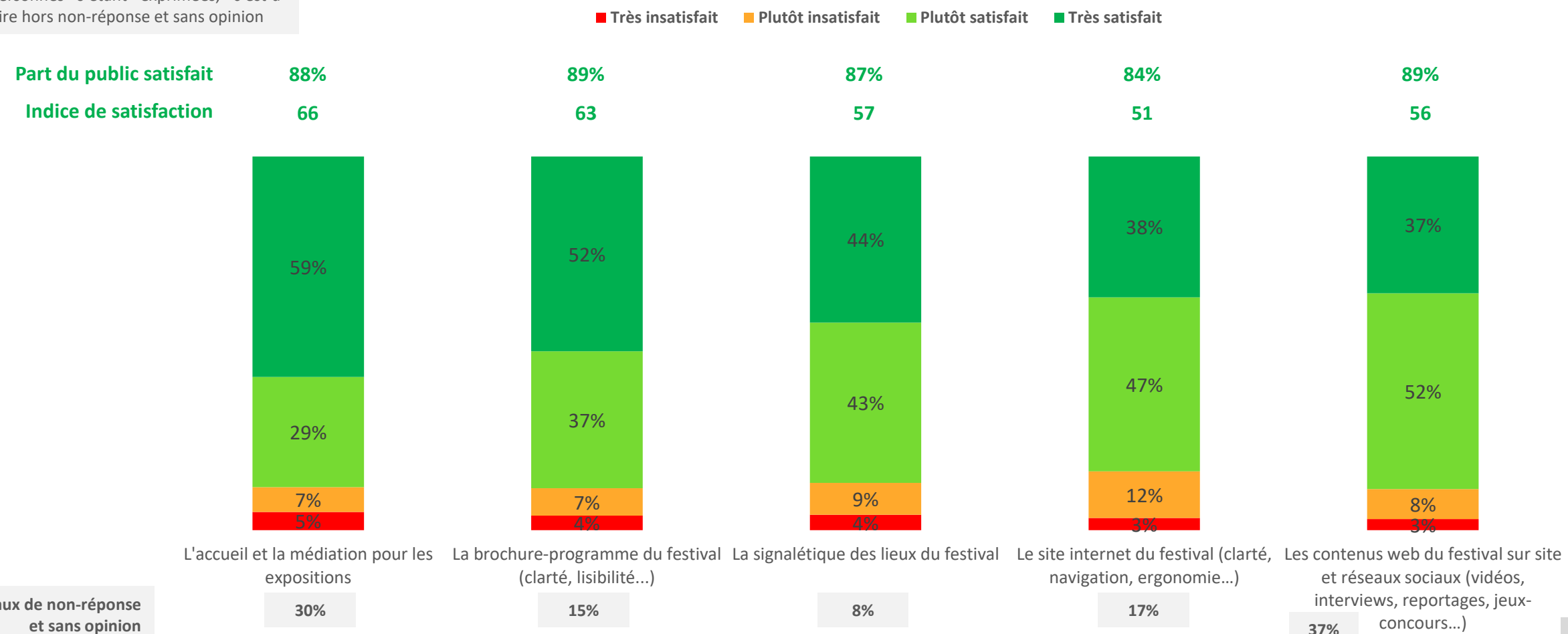
© GECE

Satisfaction des services du festival

Les services du festival connaissent de forts niveaux de satisfaction, en particulier l'accueil et la médiation pour les expositions et la brochure-programme, avec des taux de « Très satisfait » supérieurs à 50%.

Ces chiffres sont calculés sur la base des personnes s'étant exprimées, c'est-à-dire hors non-réponse et sans opinion

Quel est votre degré de satisfaction vis-à-vis des services suivants du festival :



© GECE

Satisfaction des services du festival par grand profil

Part des différents publics TRES SATISFAITS de…

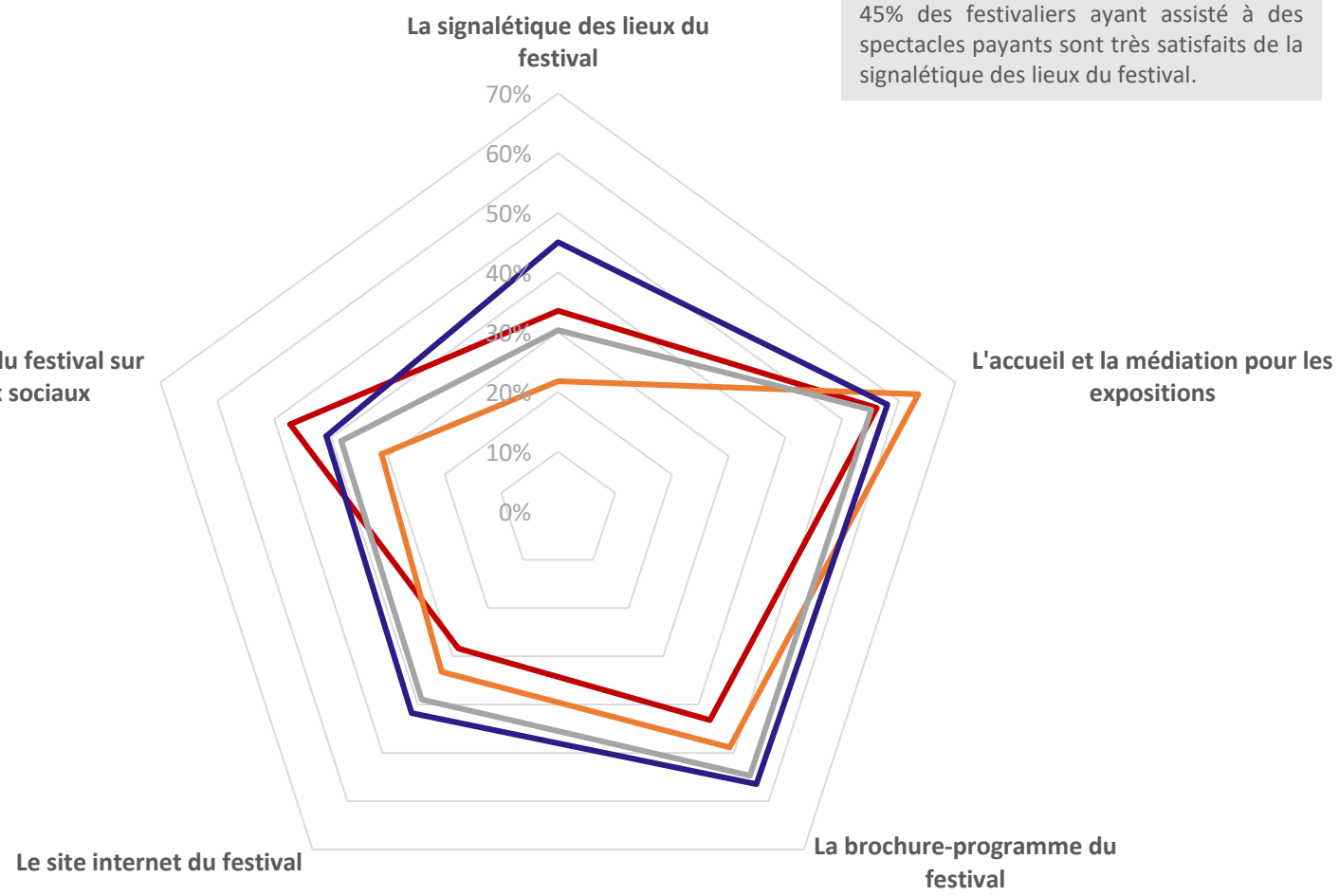
(hors non-réponse et sans opinion)

Mode de lecture :

45% des festivaliers ayant assisté à des spectacles payants sont très satisfaits de la signalétique des lieux du festival.

Festivaliers ayant assisté aux…

- Conférences et masterclass
- Expositions
- Concerts et spectacles gratuits
- Concerts et spectacles payants



- Les festivaliers ayant fréquenté les expositions sont moins satisfaits de la signalétique et des contenus web du festival.
- Exception faite des contenus web et de l'accueil et de la médiation pour les expositions où ils sont légèrement en retrait, les festivaliers ayant participé aux concerts et aux spectacles payants sont les plus satisfaits.

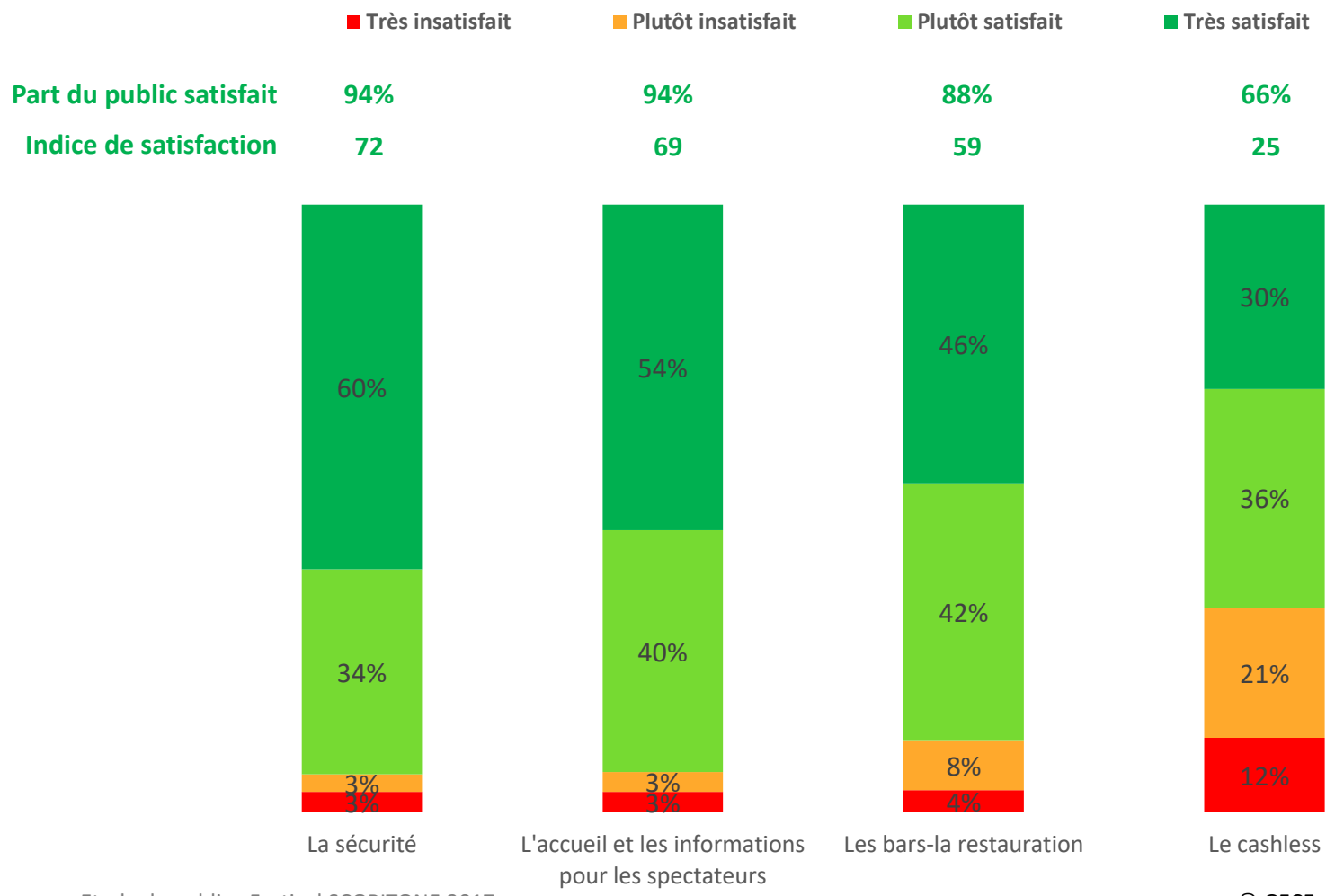
© GECE

Satisfaction des services des Nuits Electro

Une principale critique concernant les Nuits Electro : le cashless

- En effet, le tiers des festivaliers ayant participé aux Nuits Electro se déclare insatisfait du cashless, dont 12% très insatisfaits.
- En revanche, la sécurité, l'accueil et les information fournies, ainsi que les bars et la restauration, suscitent de forts niveaux de satisfaction (de 83 à 88%*).
- L'analyse par grand profil selon le type d'activités fréquentées ne met en évidence aucun écart notable.

Dans le cadre des Nuits Electro, quel est votre degré de satisfaction vis-à-vis des éléments suivants : (Uniquement aux personnes ayant participé aux nuits Electros)



* Regroupe les modalités « Très satisfait » et « Plutôt satisfait »

© GECE

Recommandation du festival

Un festivalier sur 2 est un promoteur du festival

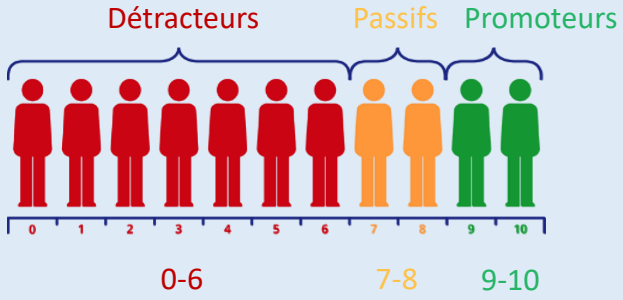
Avec un très bon score de 34 au NPS, Scopitone bénéficie d'un public largement plus mobilisable pour promouvoir le festival que pour le critiquer.

8,2 / 10
Note moyenne
de **recommandation**

34

*NPS = % d'ambassadeurs - % de détracteurs

RAPPEL

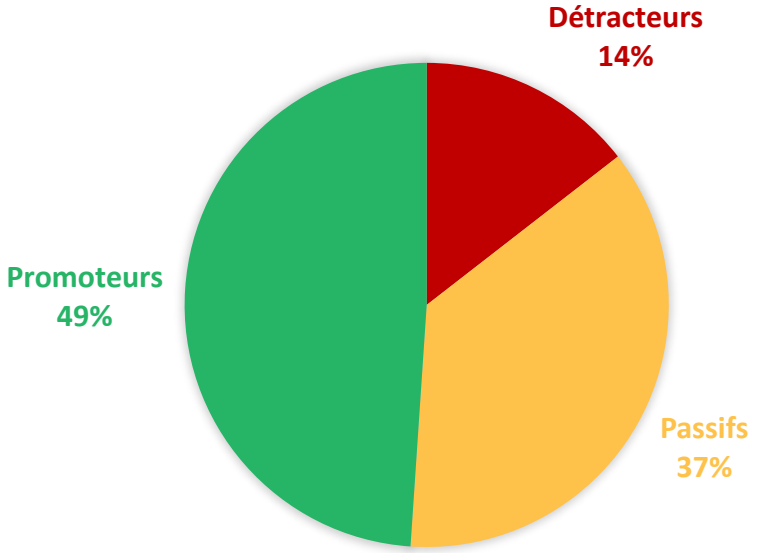


Promoteurs/Ambassadeurs : recommandation de 9 ou 10
Fidèles constituant un puissant outil de promotion du festival.

Passifs : recommandation de 7 ou 8
Public « volatil »

Détracteurs : recommandation située entre 0 et 6
Mécontents potentiellement dangereux pour la réputation du festival.

A partir de la question : « Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez le festival à vos amis ou vos proches ? »

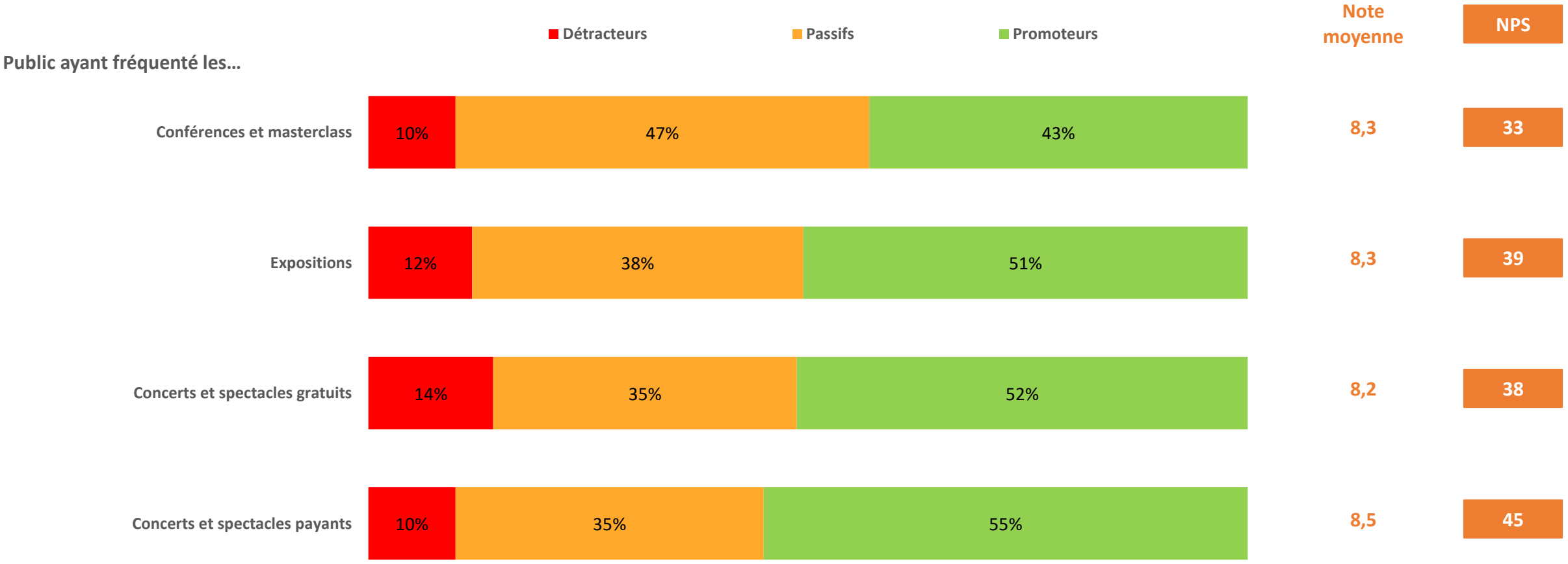


© GECE

Recommandation du festival par grand profil

Les conférences et masterclass connaissent un niveau de satisfaction un peu plus faible que les autres activités

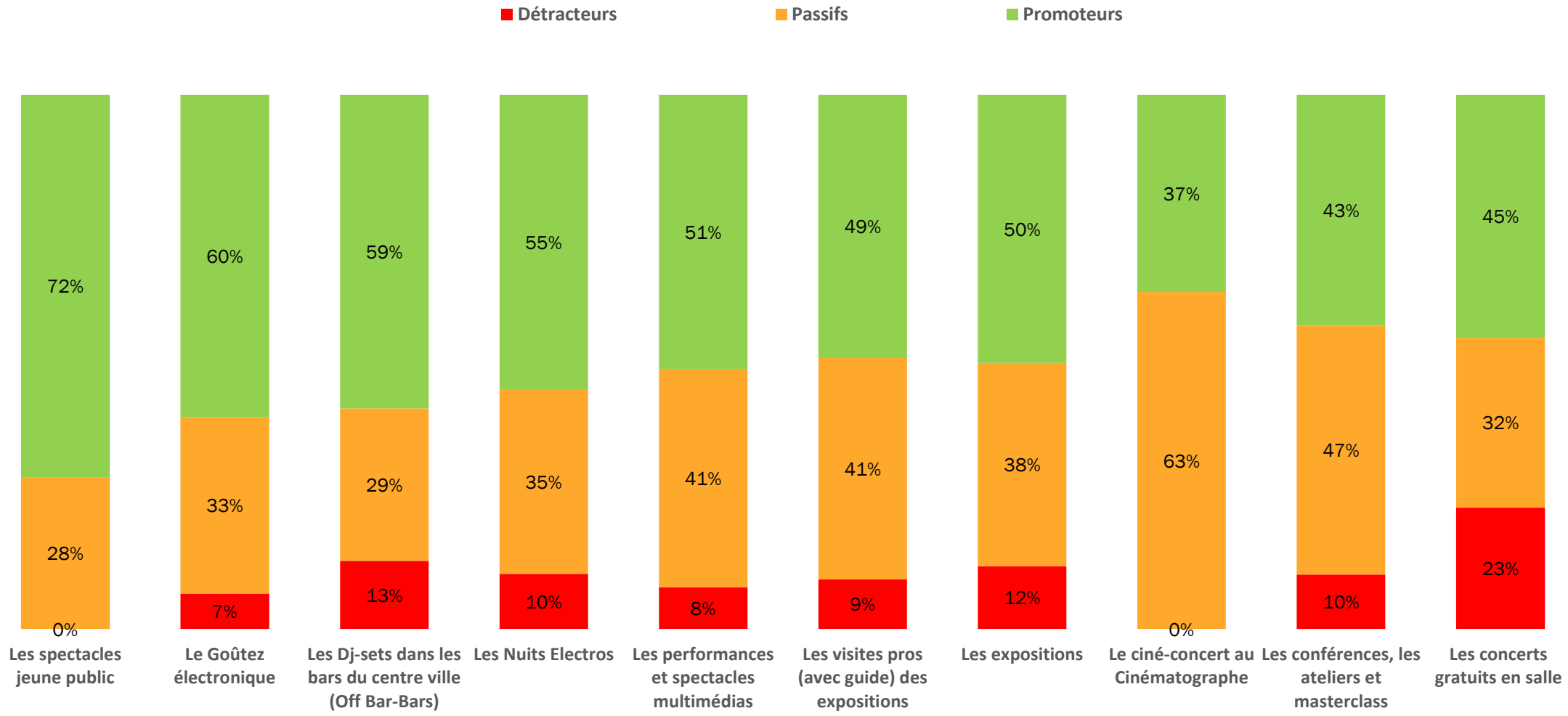
A partir de la question : « Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez le festival à vos amis ou vos proches ? »



© GECE

Recommandation du festival selon les activités suivies

A partir de la question : « Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez le festival à vos amis ou vos proches ? »

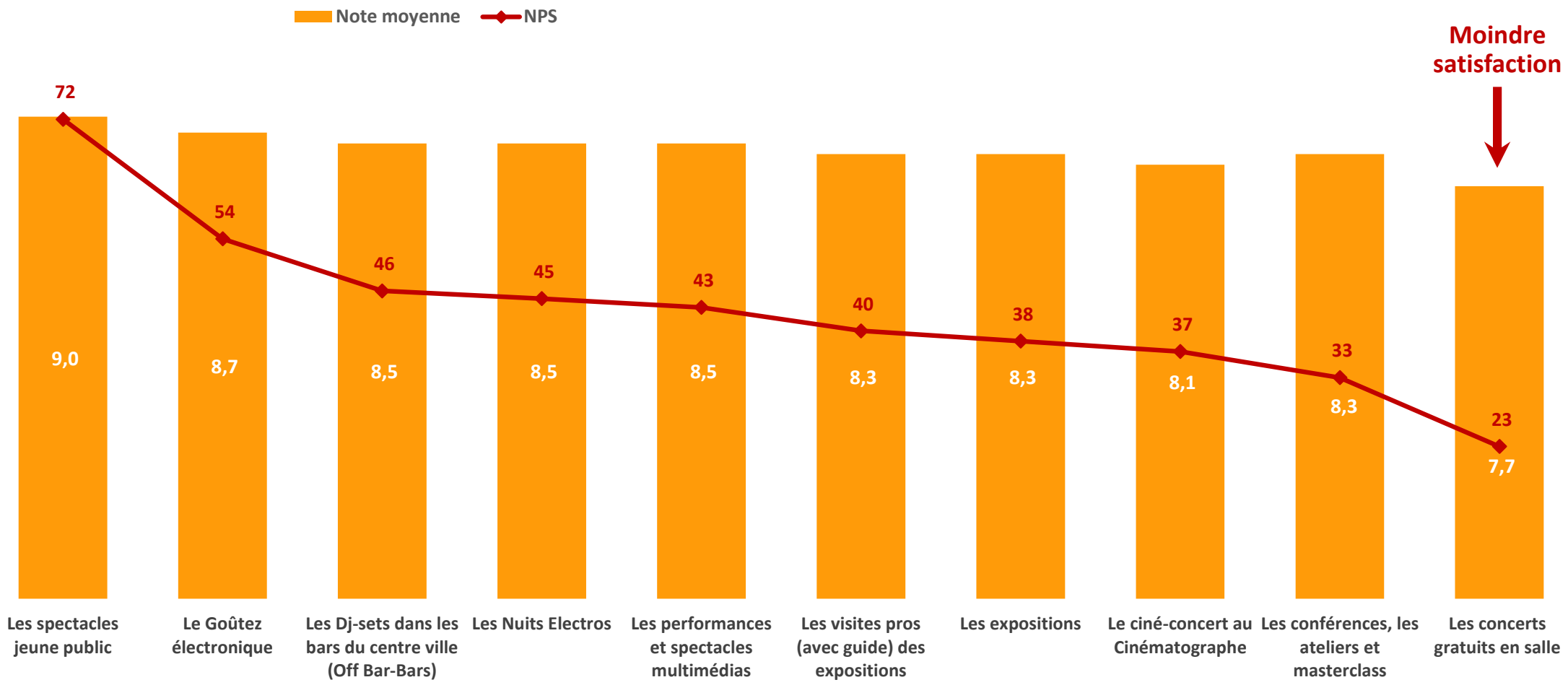


Mode de lecture : 72% des festivaliers ayant participé aux spectacles jeune public sont des promoteurs du festival (ont attribué une note de 9 à 10).

© GECE

Recommandation du festival selon les activités suivies

A partir de la question : « Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez le festival à vos amis ou vos proches ? »



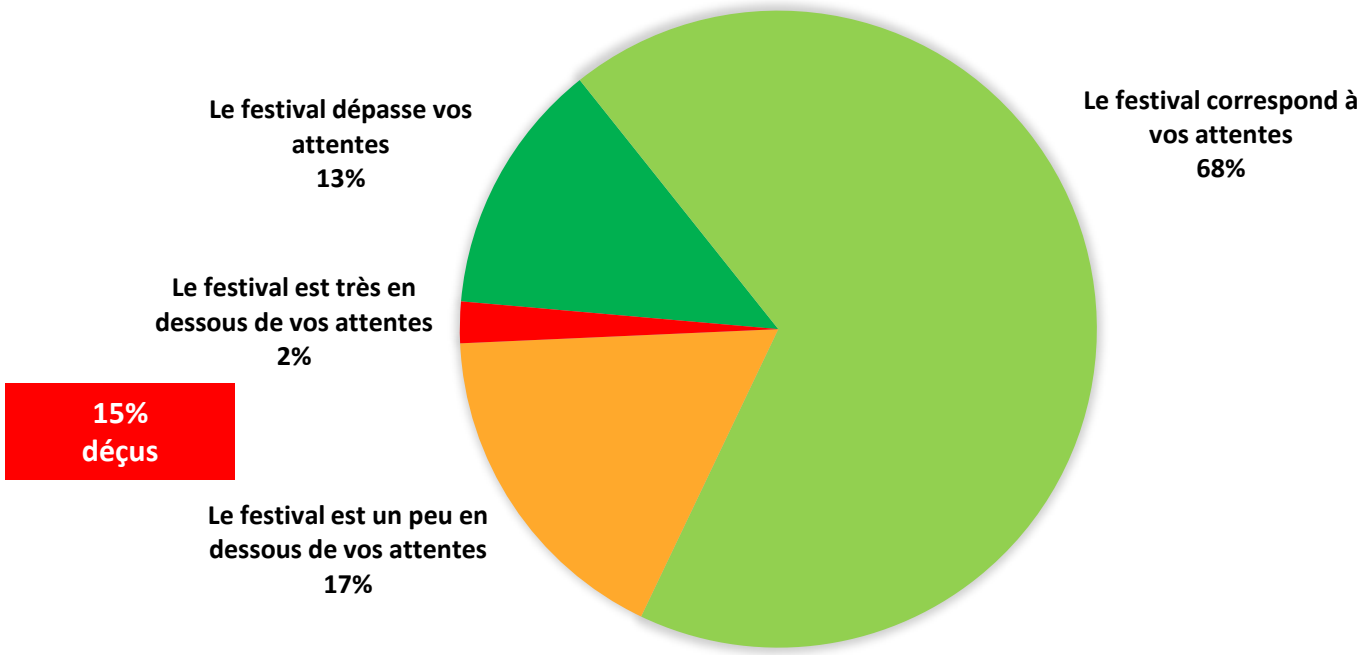
© GECE

Attentes des festivaliers

Les spectateurs sont 68% à trouver que le festival correspond à leurs attentes

- 13% du public ont vu leurs attentes dépassées et, à l'inverse, 15% ont été déçus.

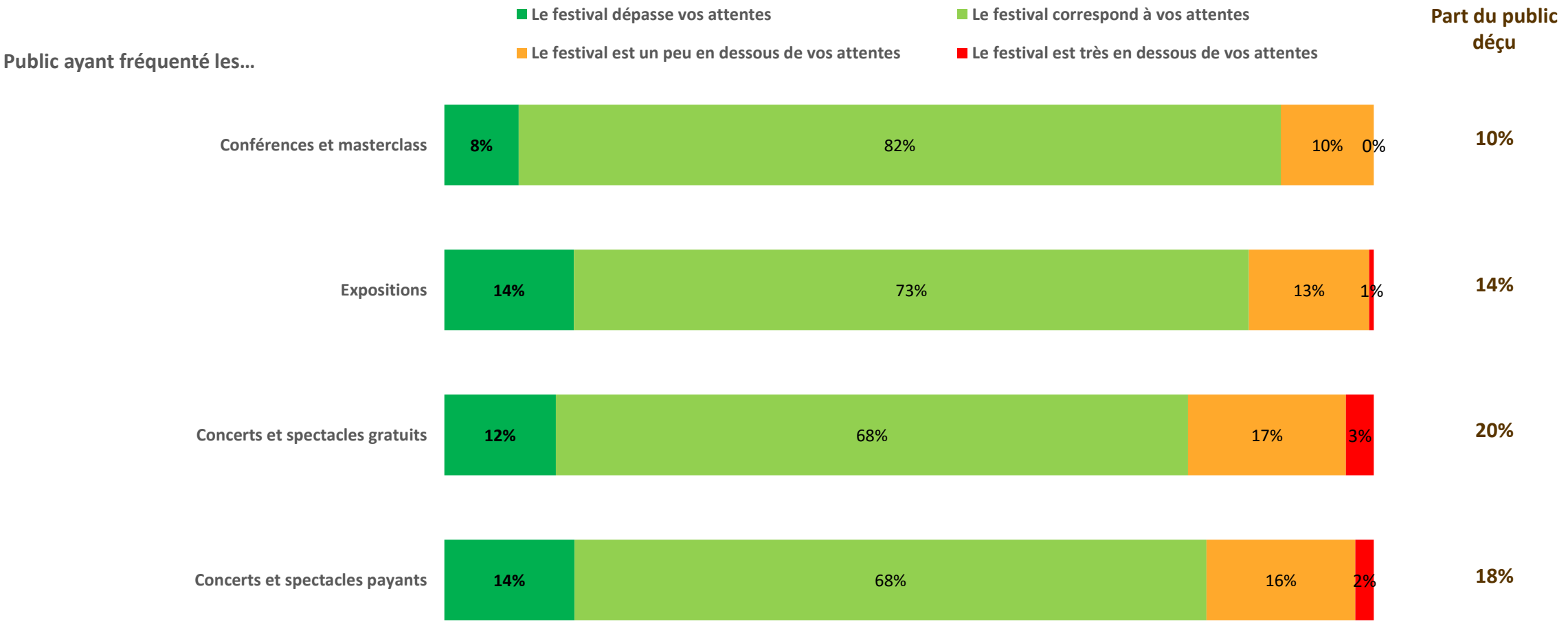
Par rapport à l'idée que vous vous faisiez du festival avant de venir, diriez-vous que :



© GECE

Attentes des festivaliers par grand profil

Par rapport à l'idée que vous vous faisiez du festival avant de venir, diriez-vous que :



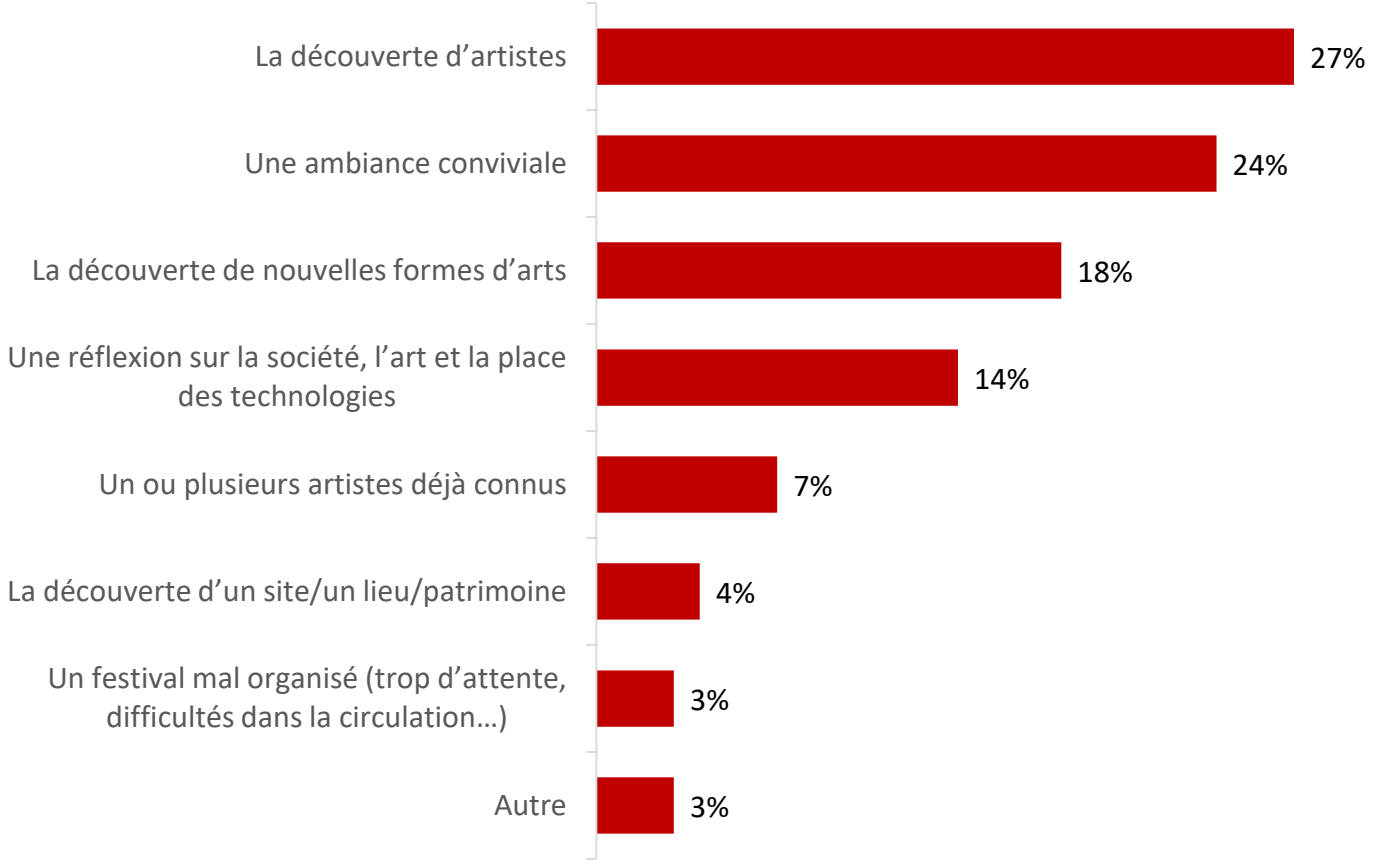
© GECE

Aspects retenus du festival

Plus du quart des festivaliers (28%) ont avant tout retenu la découverte d'artistes

- Ils sont presque aussi nombreux (24%) à retenir l'ambiance conviviale.

Que retenez-vous principalement de ce festival ?



© GECE

Sentiment de sécurité

99% estiment avoir été en sécurité durant le festival

- 79% se sont même sentis tout à fait en sécurité.
- Ce sentiment de sécurité est partagé quelle que soit le type d'activités fréquentées.

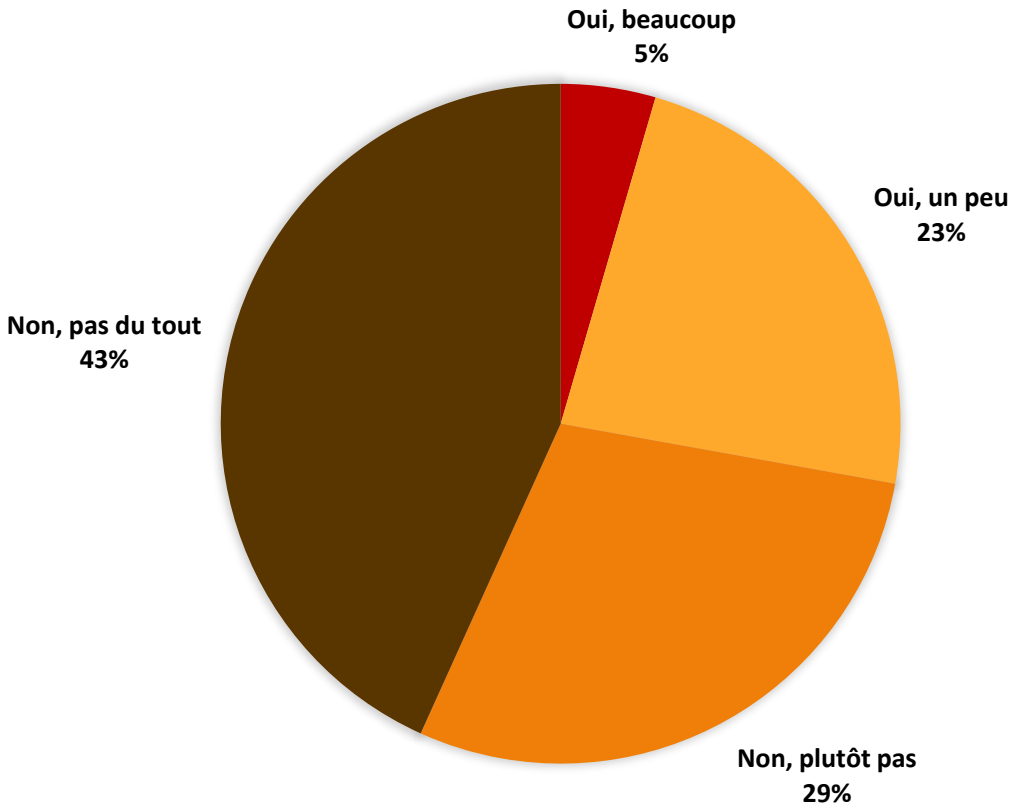
© GECE

« Festival blues »

72% des festivaliers n'ont pas eu de « festival blues »

- 43% disent ne l'avoir pas du tout ressenti et 29% « plutôt pas ».
- Le « coup de blues » reste faible chez les festivaliers puisque sur les 28% qui l'ont ressenti, la majorité l'a seulement un peu ressenti (23% vs 5% beaucoup).

Le lendemain du festival, avez-vous ressenti un "festival blues" ? Etiez-vous triste ?

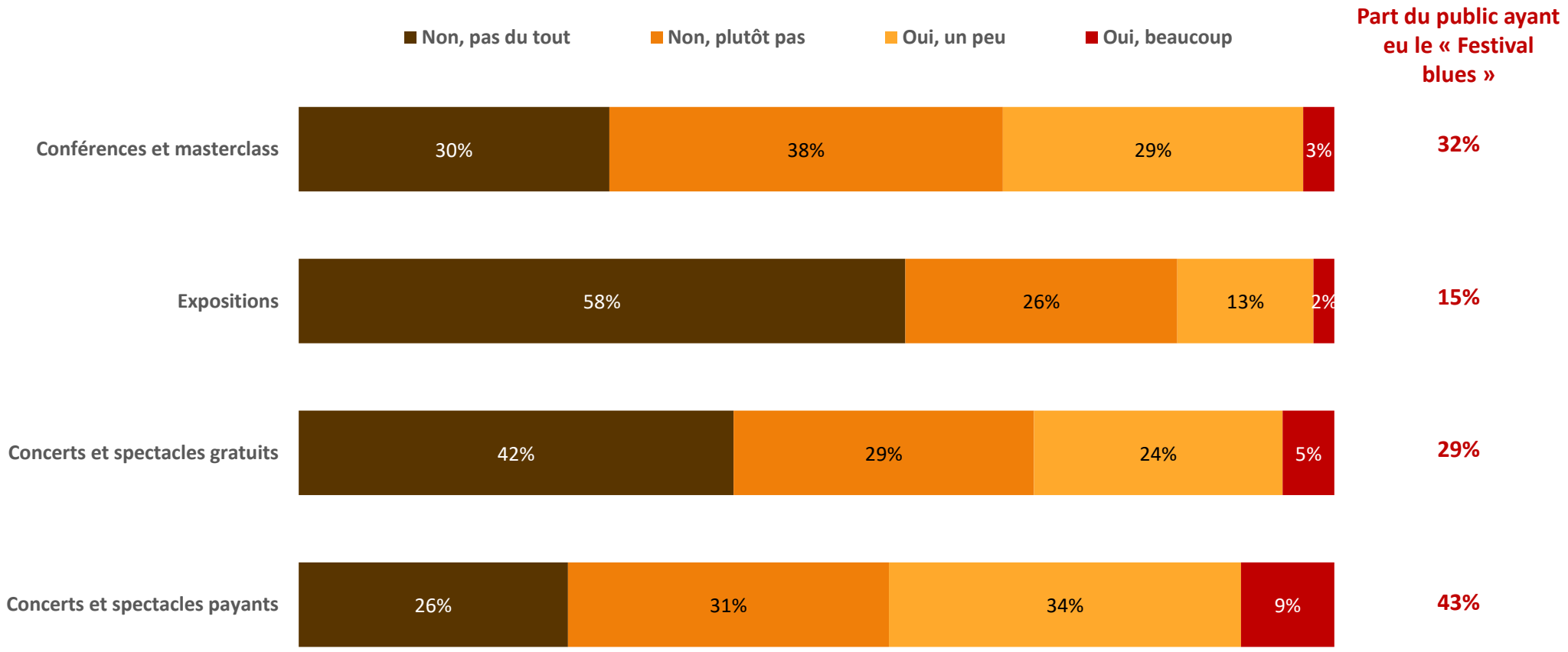


© GECE

« Festival blues » par grand profil

Les festivaliers ayant assisté aux spectacles payants sont plus nombreux à avoir ressenti le « festival blues »

Le lendemain du festival, avez-vous ressenti un "festival blues" ? Etiez-vous triste ?

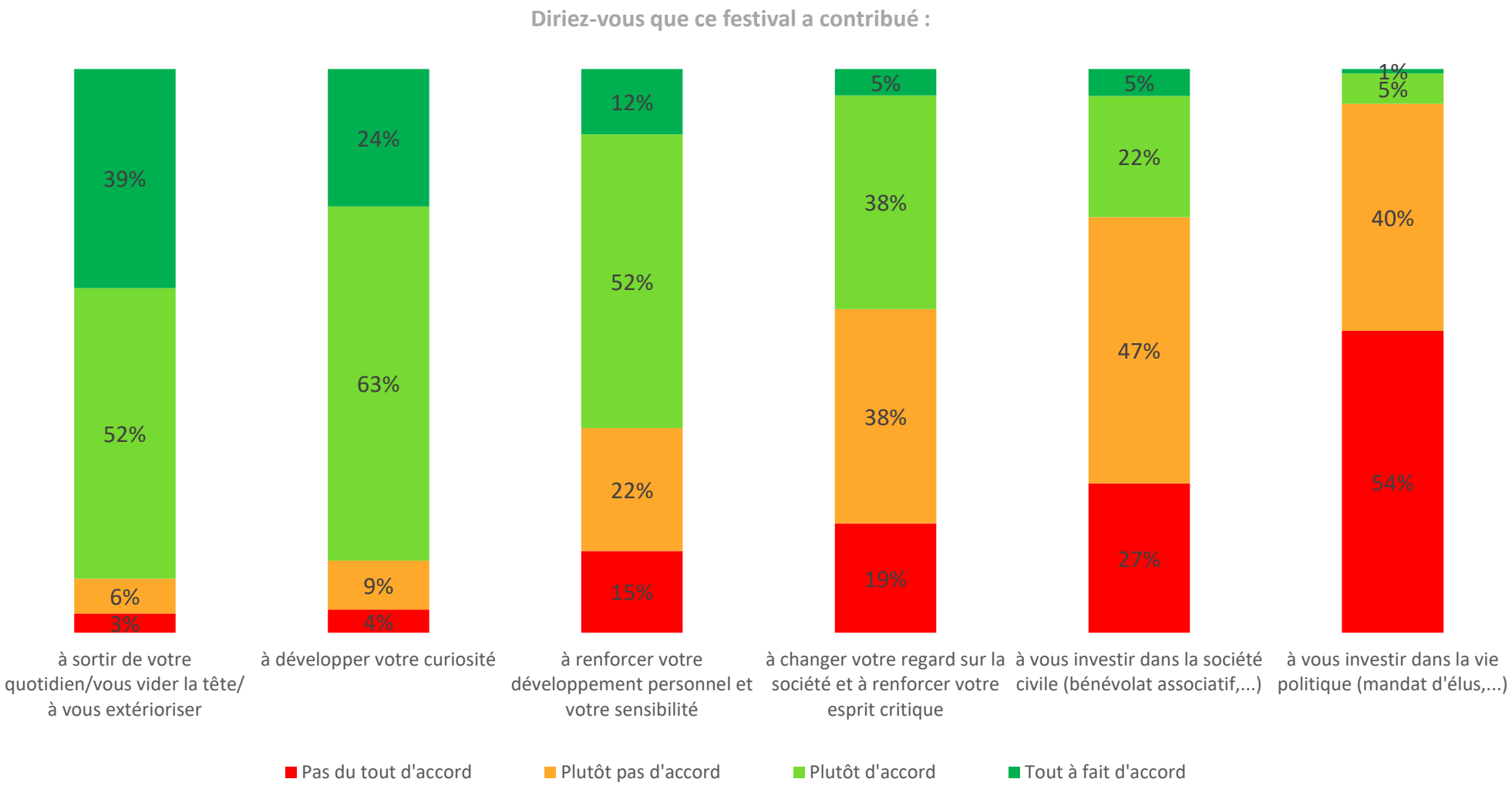


© GECE

2.5 Les bénéfices pour le public

© GECE

Apports au public



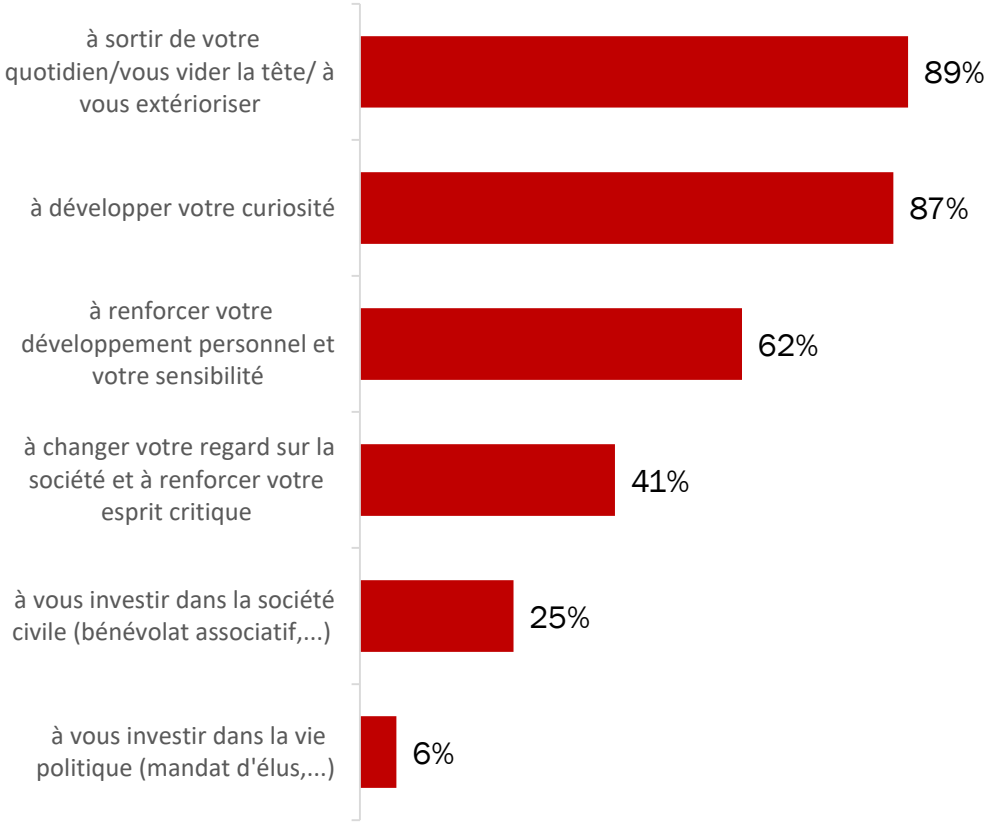
© GECE

Apports au public

89%* estiment que le festival les a aidés à sortir du quotidien, à se vider la tête et 87% à développer leur curiosité

- Le festival contribue également à renforcer leur développement personnel et leur sensibilité (62%*).
- Même si le festival ne contribue pas à une majorité du public à changer son regard sur la société, une part importante (41%*) trouve que le festival y contribue. 25% estiment également que le festival les inciterait à s'investir dans la société civile.
- En revanche, le festival ne contribue pas à s'investir en politique.

Diriez-vous que ce festival a contribué :
Sous-total « D'accord »



* Regroupe les modalités « tout à fait d'accord » et « plutôt d'accord »

© GECE

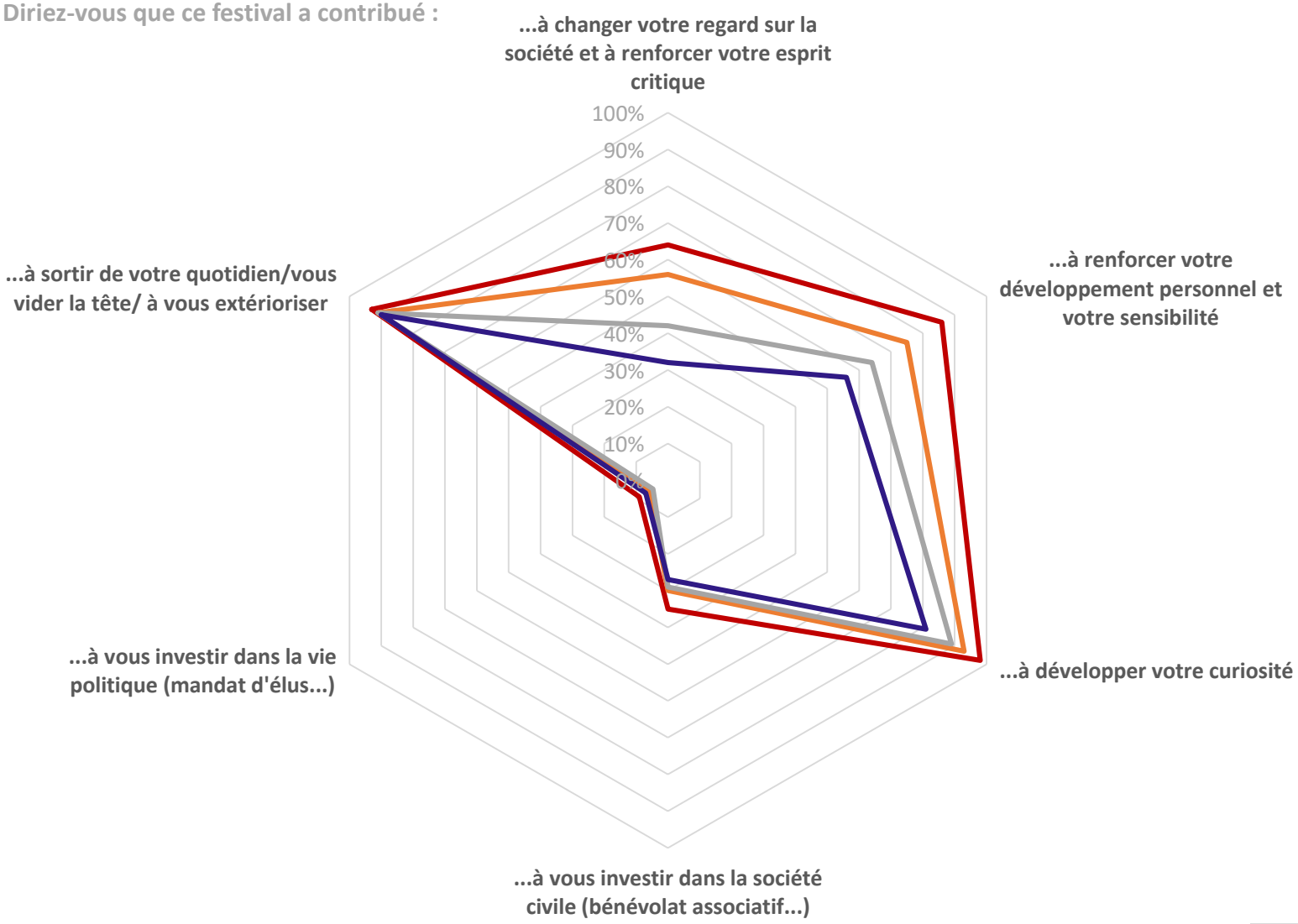
Apports au public par grand profil

Part des différents publics PLUTÔT ou TOUT A FAIT D'ACCORD
(hors non-réponse et sans opinion)

Festivaliers ayant assisté aux…

- Conférences et masterclass
- Expositions
- Concerts et spectacles gratuits
- Concerts et spectacles payants

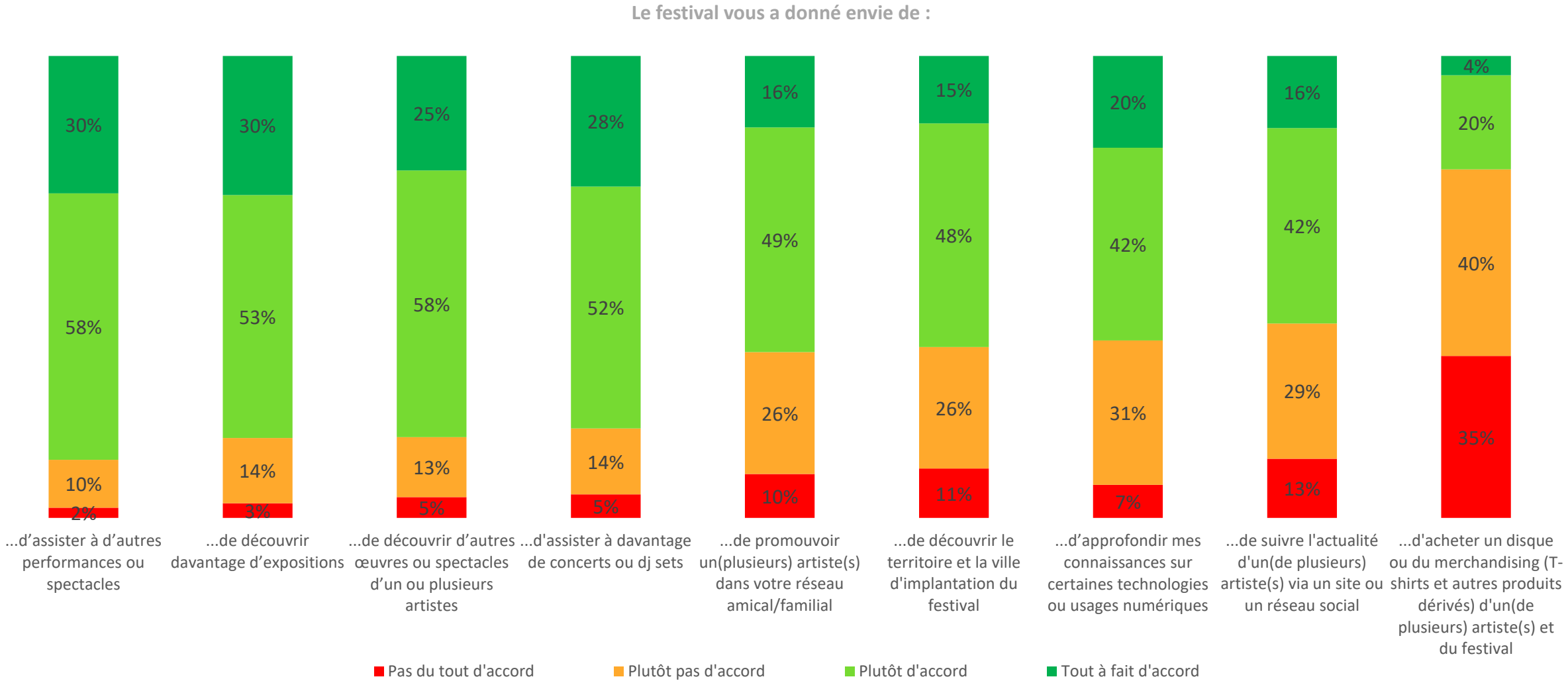
Diriez-vous que ce festival a contribué :



- Des apports plus importants pour les festivaliers ayant participé aux conférences et masterclass ;
- À l'inverse, un impact plus faible parmi les festivaliers ayant assisté aux spectacles et concerts payants.

© GECE

Motivations provoquées par le festival

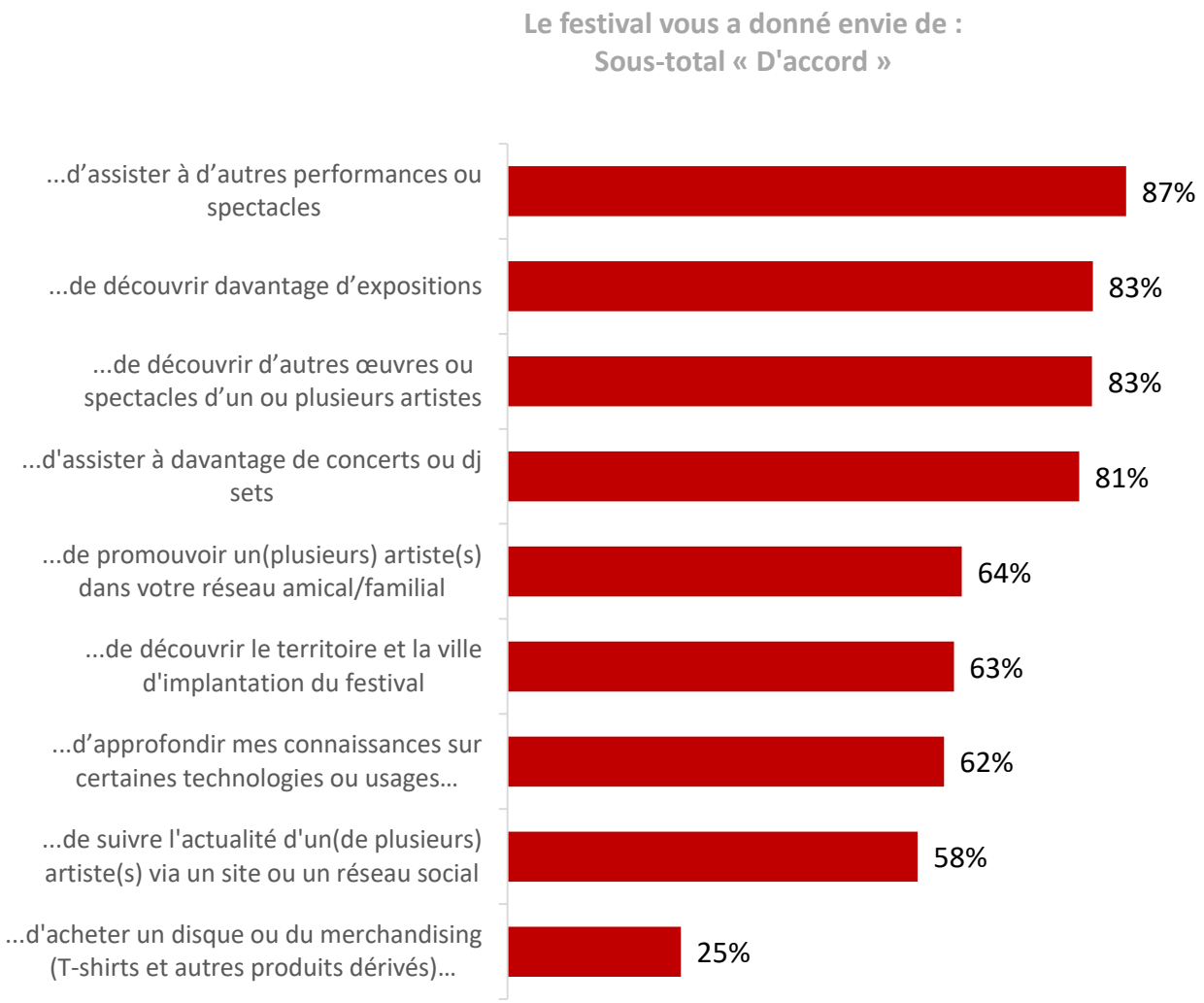


© GECE

Motivations provoquées par le festival

Les festivaliers restent d'abord tournés vers l'apport musical et artistique que peut leur apporter Scopitone

- Le festival a ainsi donné envie d'assister à davantage de performances ou spectacles (87%*), à découvrir davantage d'expositions (83%*), à plus découvrir un artiste (83%*) ou encore à assister davantage de concerts ou dj sets (81%*).
- 2 autres envies se focalisent aussi fortement sur l'artiste : promouvoir les artistes dans leur réseau amical ou familial (64%*) et suivre l'actualité d'un artiste via un site ou un réseau social (58%*).
- Les arts numériques ne sont pas en reste puisque le festival a donné envie à 62%* des festivaliers d'approfondir leurs connaissances sur certaines technologies ou usages numériques.
- Au-delà du festival et des artistes, 63%* du public ont eu envie de découvrir Nantes.
- Seul le merchandising est en retrait avec seulement 25%* des festivaliers qui ont eu envie d'acheter un disque ou du merchandising.



* Regroupe les modalités « tout à fait d'accord » et « plutôt d'accord »

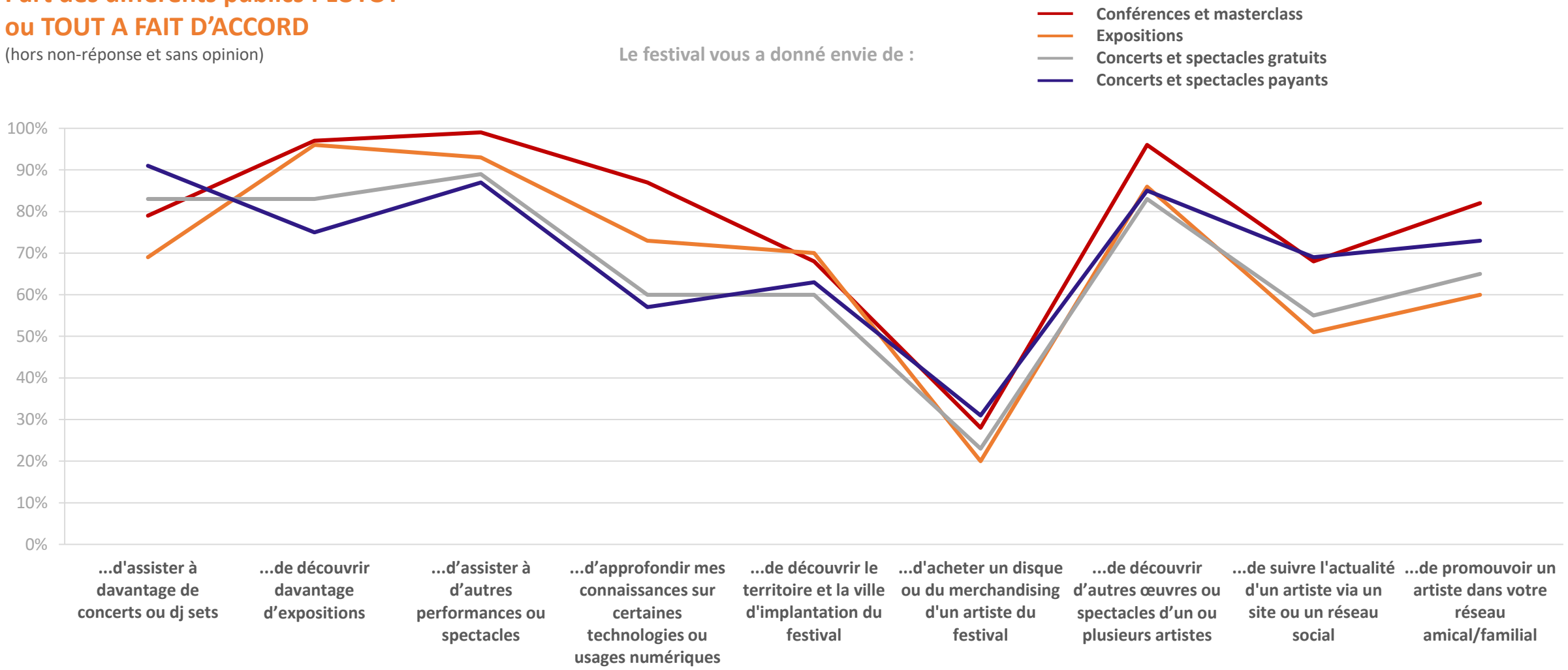
© GECE

Motivations provoquées par le festival par grand profil

Part des différents publics PLUTÔT ou TOUT A FAIT D'ACCORD

(hors non-réponse et sans opinion)

Le festival vous a donné envie de :



© GECE

Rencontres entre festivaliers

40% disent avoir rencontré des personnes au cours du festival

- Pour une grande majorité, ces rencontres sont de nature amicale (88%).

Avez-vous fait des rencontres durant le festival ?

Amicale	88%
Professionnelle	14%
Affective	7%
Autre	3%

© GECE

2.6 Relation avec les festivaliers

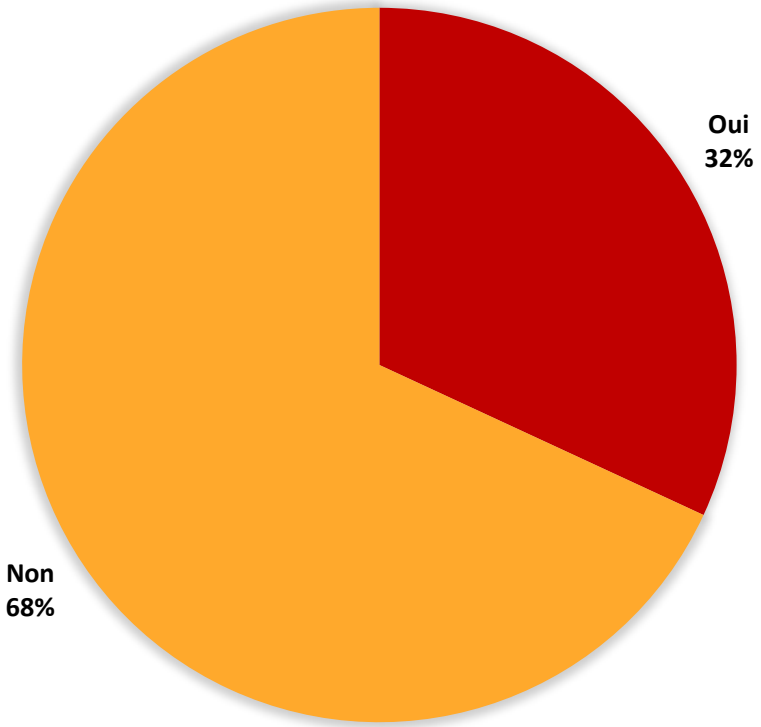
© GECE

Sentiment d'appartenance à une communauté

Un tiers des festivaliers a l'impression d'appartenir à une communauté en fréquentant Scopitone

- À l'opposé, 68% du public du festival n'ont pas le sentiment d'appartenir à une communauté.

Avez-vous le sentiment d'appartenir à une communauté en fréquentant ce festival ?



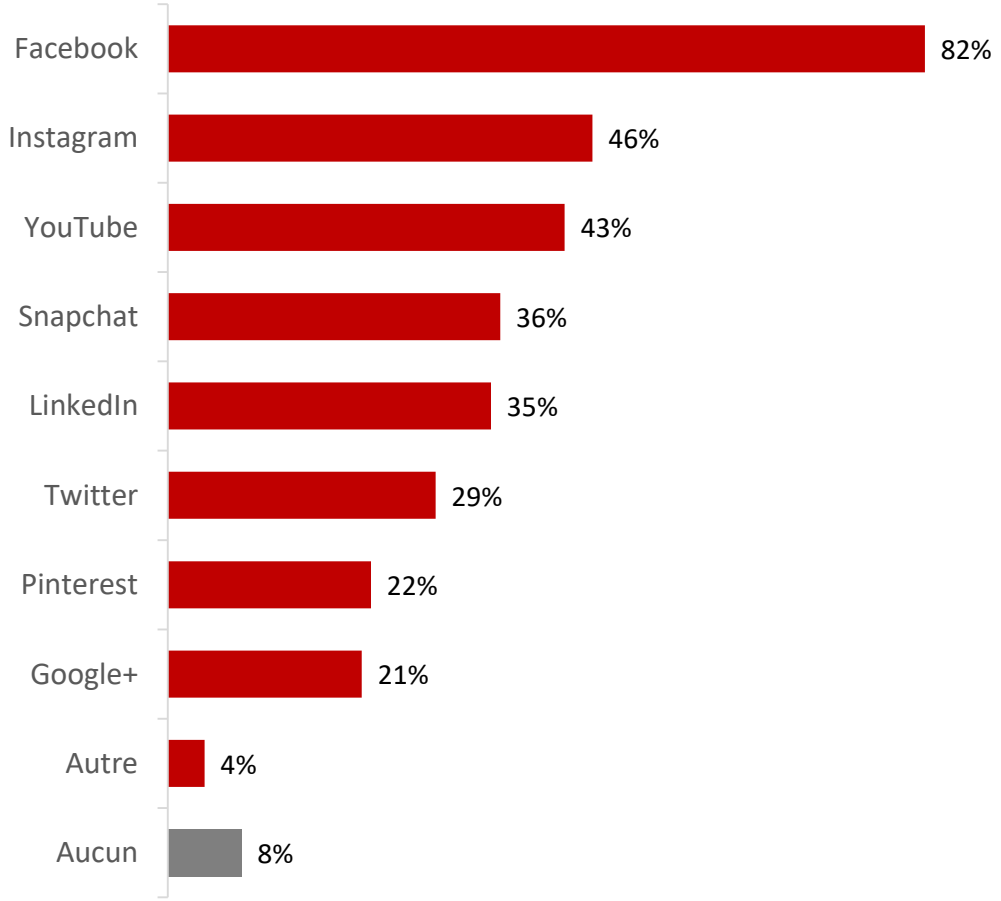
© GECE

Inscriptions sur les réseaux sociaux

Plus de 9 festivaliers sur 10 sont inscrits sur au moins un réseau social

- Facebook arrive nettement en tête avec 82% des festivaliers qui y sont inscrits.
- Suivent Instagram (46%) et YouTube (43%).
- En moyenne, les personnes inscrites sur les réseaux sociaux le sont sur 3 sites différents.
- À l'opposé, 8% des festivaliers ne sont inscrits sur aucun réseau social (12% en 2015).

Sur quels réseaux sociaux êtes-vous inscrit ?
Plusieurs réponses possibles



© GECE

Inscriptions sur les réseaux sociaux

- Les visiteurs des expositions sont les moins connectés aux réseaux sociaux ;
- À l'opposé, les festivaliers des spectacles payants sont les plus connectés.

Sur quels réseaux sociaux êtes-vous inscrit ?
Plusieurs réponses possibles

	Conférences et masterclass	Expositions	Concerts et spectacles gratuits	Concerts et spectacles payants
Facebook	85%	73%	84%	91%
Instagram	53%	39%	51%	50%
YouTube	42%	36%	47%	50%
LinkedIn	36%	34%	34%	**44%**
Twitter	**40%**	27%	29%	33%
Snapchat	**16%**	30%	40%	43%
Pinterest	24%	23%	23%	24%
Google+	20%	20%	22%	22%
Autre	7%	5%	3%	2%
Aucun	6%	**14%**	7%	4%
Nombre moyen de réseaux sociaux	**3,2**	**2,9**	**3,3**	**3,6**

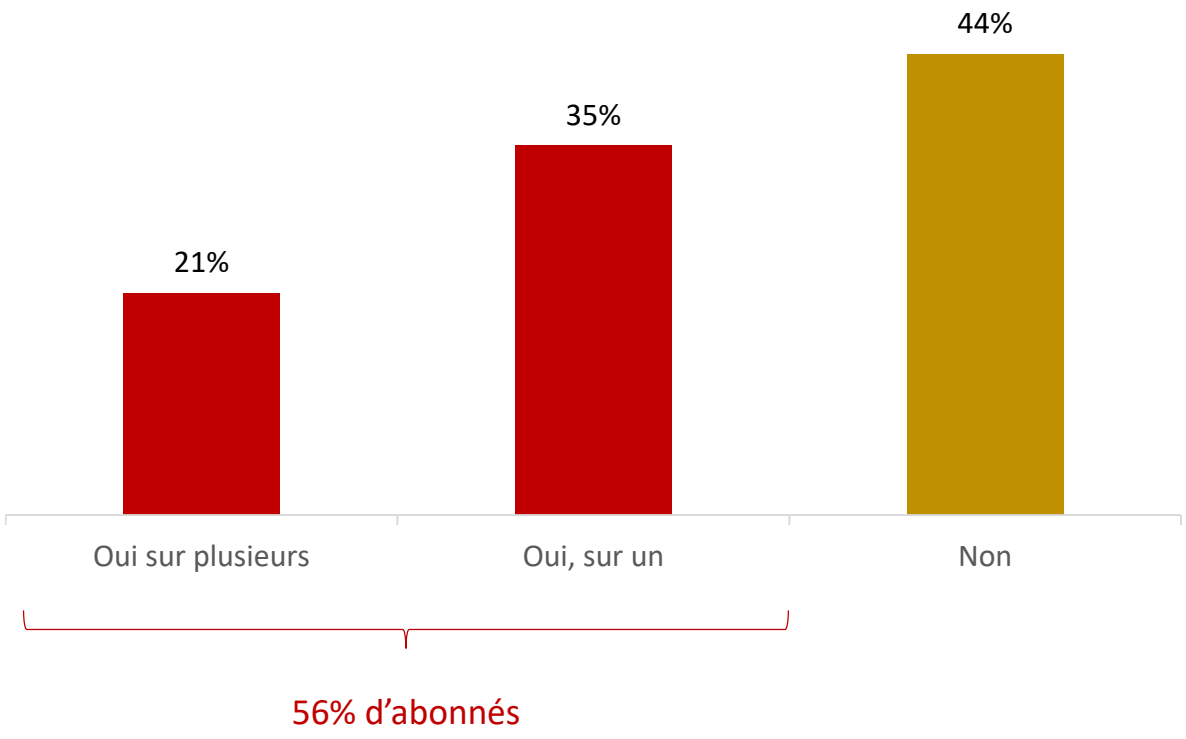
© GECE

Abonnement aux réseaux sociaux du festival

Plus d'un festivalier sur 2 est abonné aux réseaux sociaux du festival

- Précisément, 56% du public sont abonnés à au moins un réseau social du festival, 21% étant même abonnés au festival sur plusieurs réseaux sociaux.

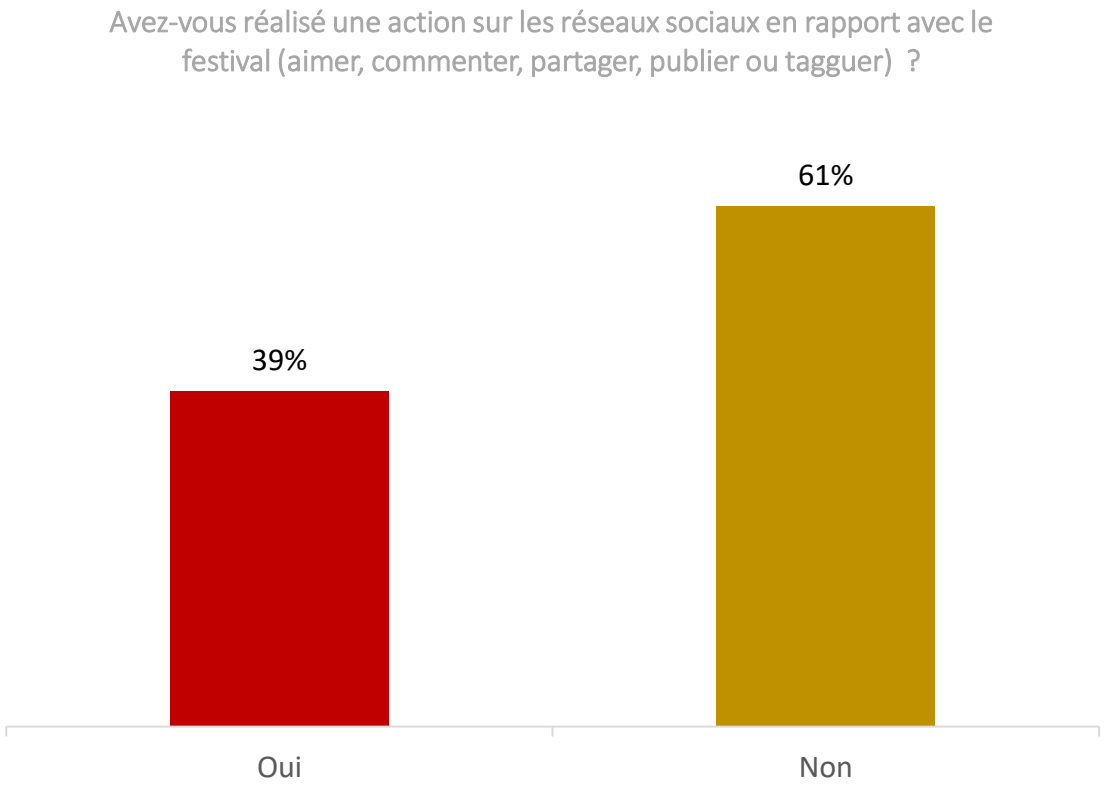
Etes-vous abonné sur des réseaux sociaux du festival (Facebook…) ?



© GECE

Participation sur les réseaux sociaux du festival

40% des festivaliers ont effectué une action sur les réseaux sociaux en rapport avec le festival



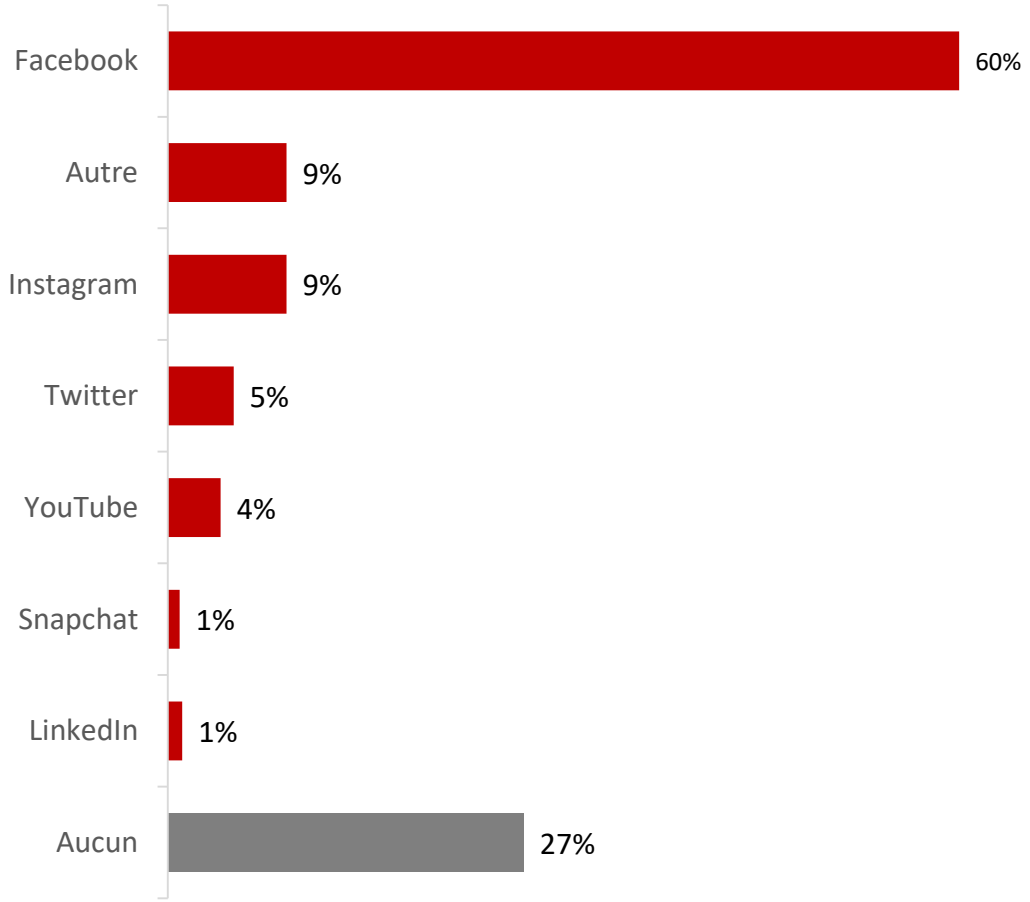
© GECE

Suivi du festival sur les réseaux sociaux

Trois festivaliers sur 4 ont suivi le festival sur les réseaux sociaux

- Le suivi de Scopitone sur les réseaux sociaux s'est majoritairement fait sur Facebook (60% contre, au mieux, 9% pour Instagram).

Sur quels réseaux sociaux suivez-vous le festival ?
Plusieurs réponses possibles



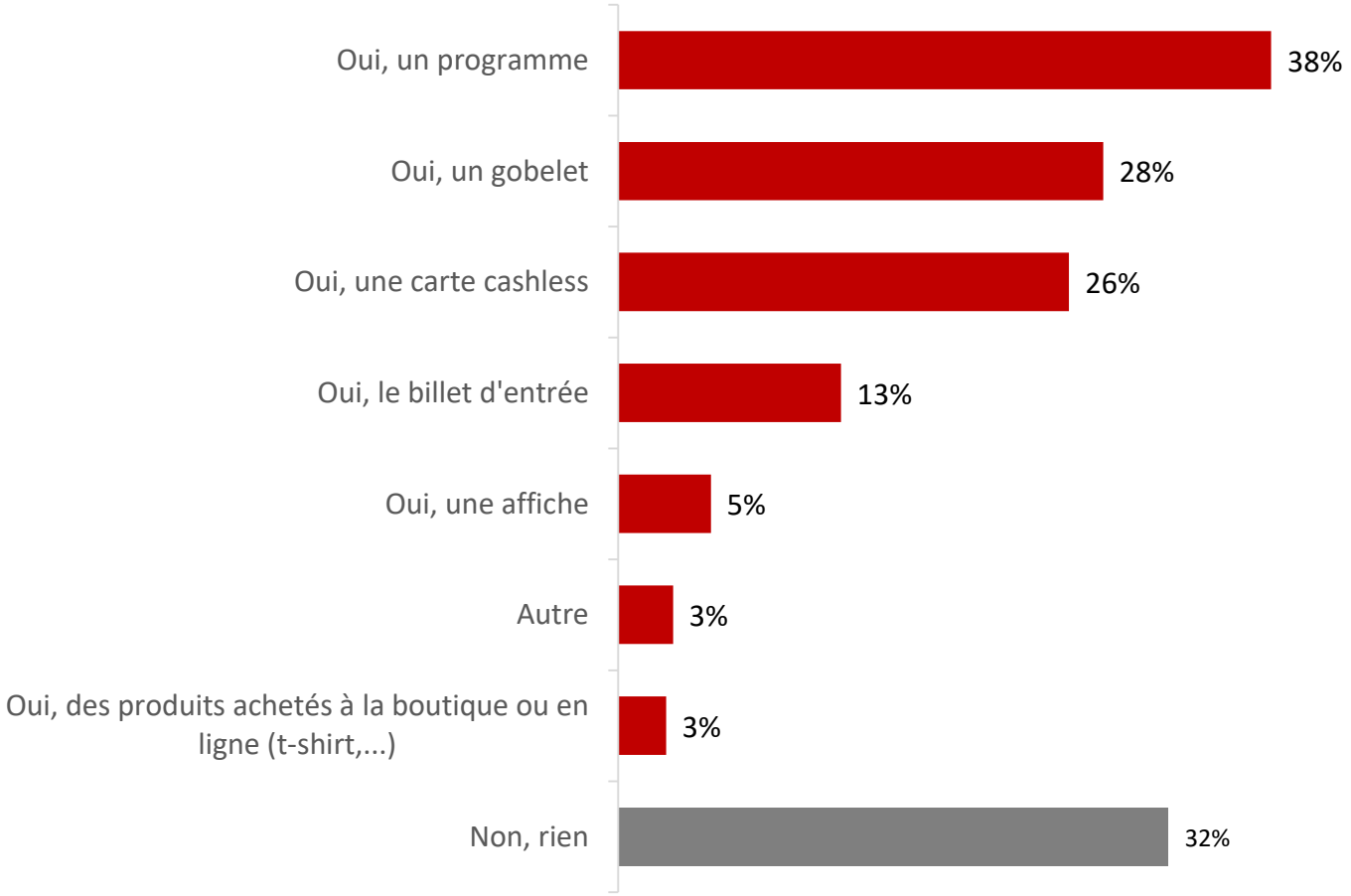
© GECE

Souvenirs du festival

Les deux tiers du public disent avoir ramené au moins un souvenir du festival de l'édition 2017 (68%)

- Le souvenir le plus ramené est le programme (ramené par 38% des festivaliers) ; viennent ensuite un gobelet (28%) et une carte cashless (26%).
- 32% du public n'ont ramené aucun souvenir.

Avez-vous ramené (et conservé) des souvenirs de cette édition du festival ?
Plusieurs réponses possibles

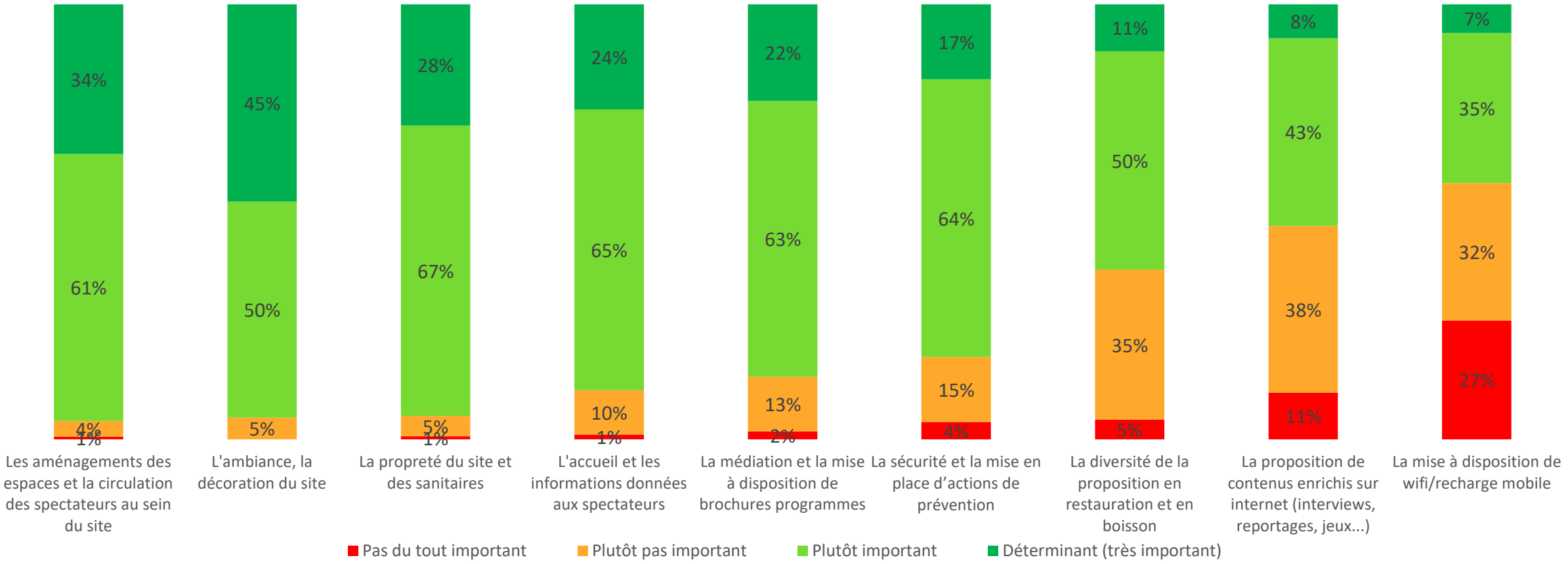


© GECE

Importance des services et aménagements

Concernant les services et aménagements, les aménagements des espaces et la circulation sur le site (96%*), l'ambiance et la décoration du site (95%*) et la propreté du site et des sanitaires (95%*) sont les critères les plus importants

Quel degré d'importance accordez-vous aux services et aménagements proposés par les festivals ?



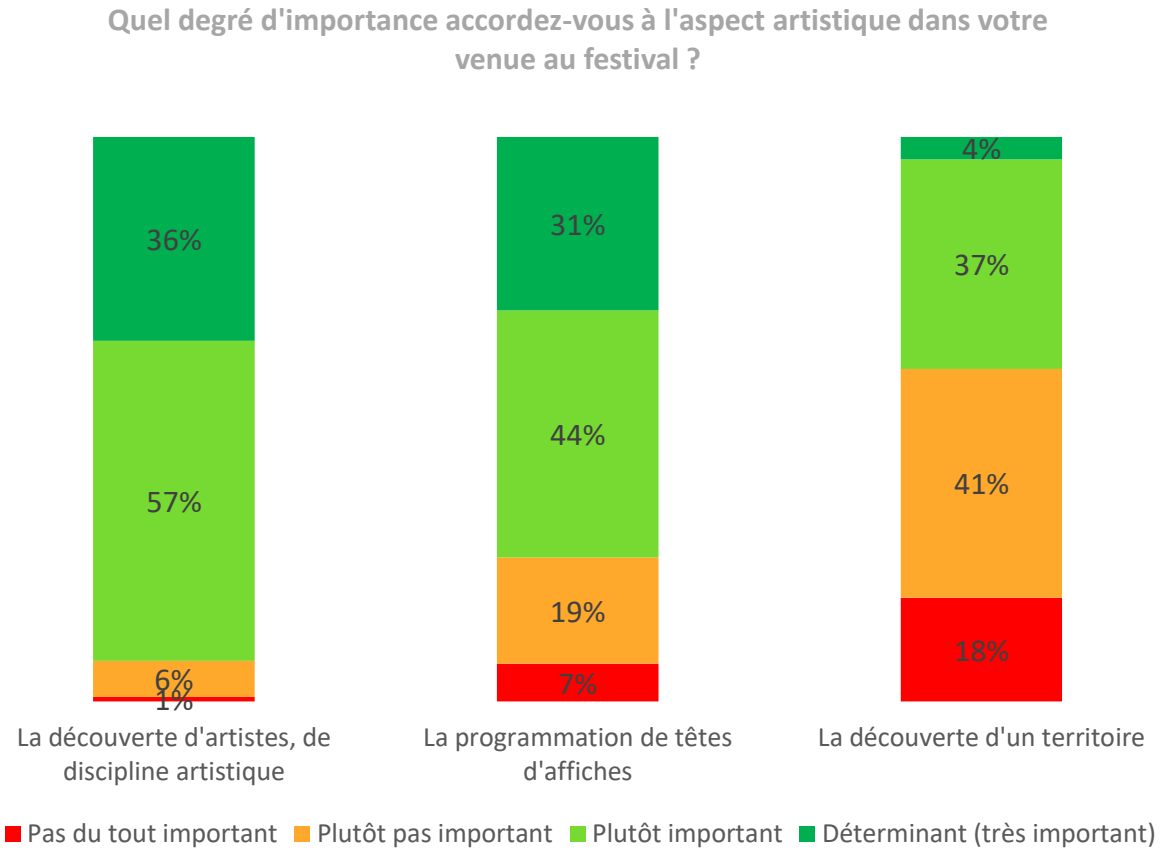
* Regroupe les modalités « Déterminant » et « Plutôt important »

© GECE

Importance de l’aspect artistique

La découverte d’artistes et de disciplines artistiques (93%*) est un critère très important pour les festivaliers de Scopitone…

- … bien avant la programmation des têtes d’affiches (74%*) et la découverte d’un territoire (41%*).



* Regroupe les modalités « Déterminant » et « Plutôt important »

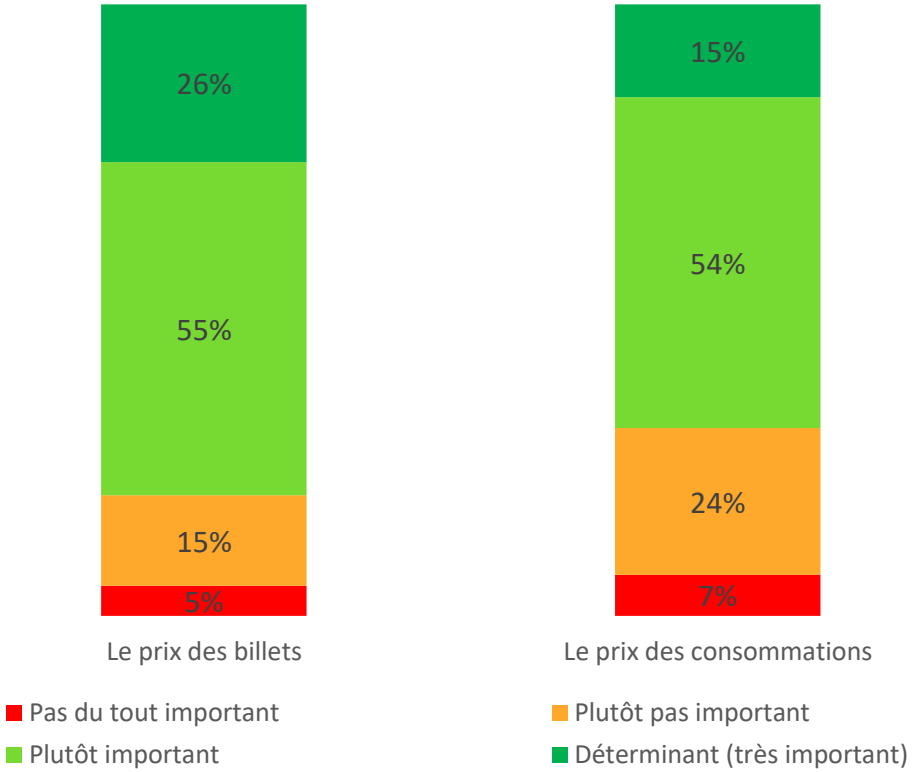
© GECE

Importance de l'aspect économique

Le prix des billets est plus important que le prix des consommations (80%* vs 69%*)

- 26% considèrent le prix des billets comme déterminant pour leur venue au festival.

Quel degré d'importance accordez-vous à l'aspect économique dans votre venue au festival ?



* Regroupe les modalités « Déterminant » et « Plutôt important »

© GECE

2.7 Pratiques culturelles des festivaliers

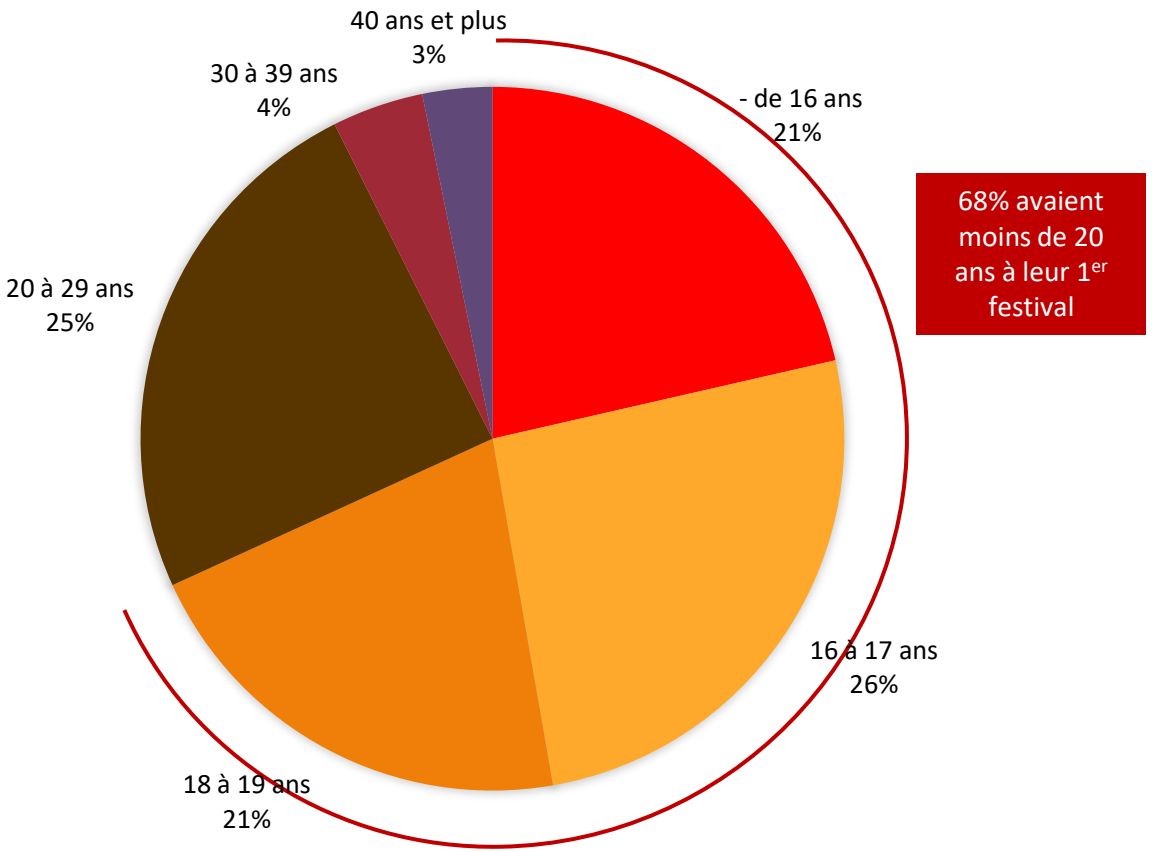
© GECE

Première participation à un festival

Les personnes sont allées à leur premier festival à 19 ans en moyenne

- 68% sont allés pour la première fois avant 20 ans, 47% avant 18 ans.

A quel âge avez-vous participé pour la première fois à un festival ?

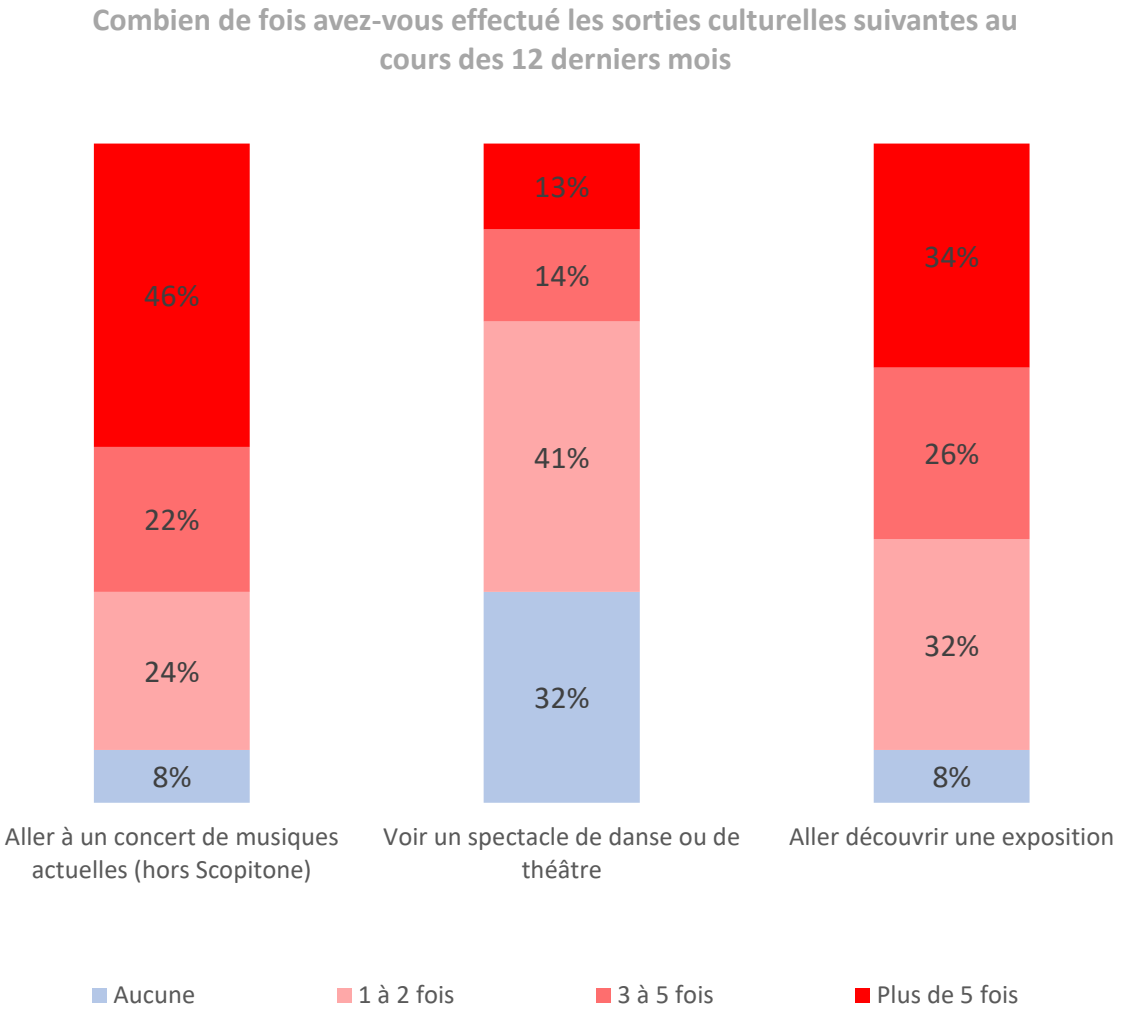


© GECE

Pratiques culturelles : cinéma, concert, théâtre

Les festivaliers ont des pratiques culturelles fortes et régulières

92% du public sont allés à un concert de musiques actuelles au cours des 12 derniers mois et 92% également sont allés voir une exposition. Ils sont 68% à être aller voir un spectacle de danse ou de théâtre lors des 12 derniers mois.



© GECE

FIN

© GECE