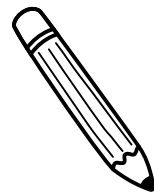
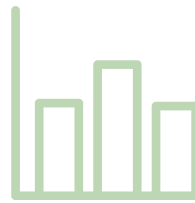
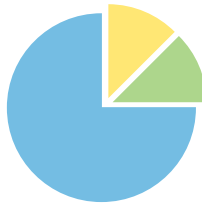


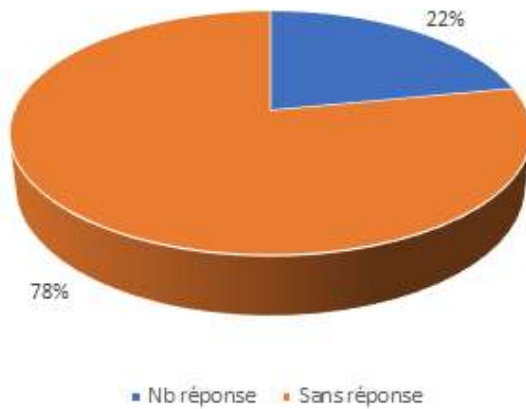


Festival 2022

# Résultats Questionnaire

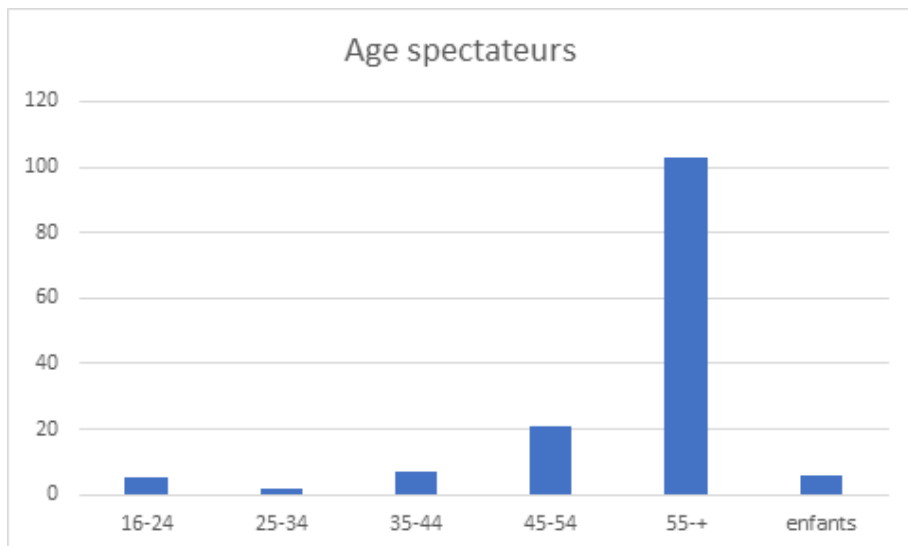
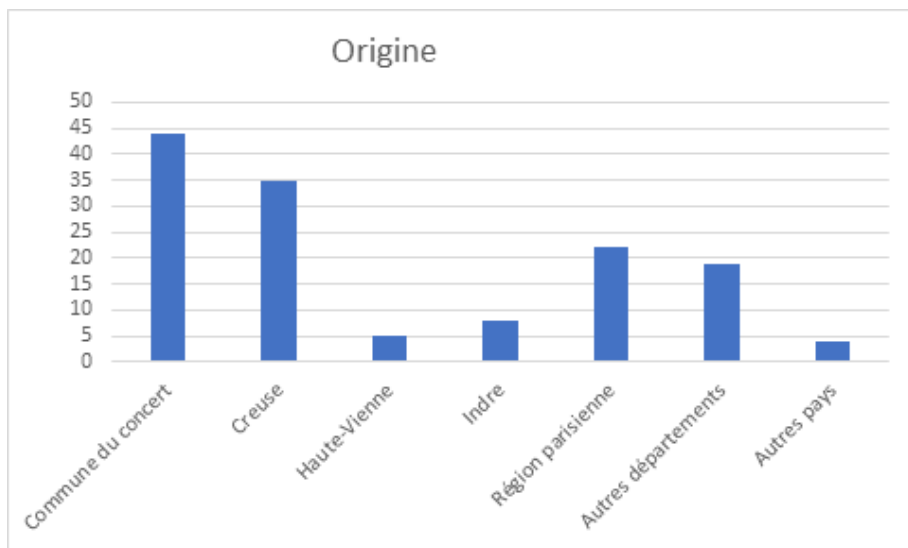


### Taux de participation au questionnaire



Le taux de participation révèle une marge d'erreur d'environ 8% et un niveau de confiance d'environ 90%

# Mieux connaître notre public



Public essentiellement constitué de résidents creusois, dont bon nombre issus de la commune du concert, et de vacanciers.

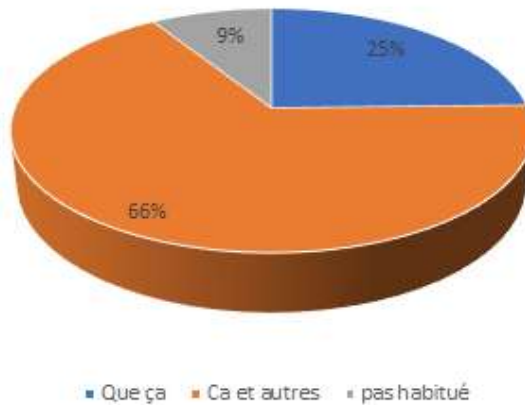
La majorité du public a plus de 55 ans ce qui interroge sur l'absence des "jeunes" : est ce par goût ? par habitudes culturelles ? par manque de disponibilité ?

La tranche d'âge du public reflète-t-elle la tranche d'âge des vacanciers ? des résidents ?

D'après l'étude **SoFEST\***, initiée par France Festival et publiée en 2020, la moyenne d'âge sur les festivals de musique classique est de 60 ans.

\*l'étude est consultable sur le site artcena :  
<https://www.artcena.fr/actualites/vie-professionnelle/une-nouvelle-etude-sur-les-publics-des-festivals>

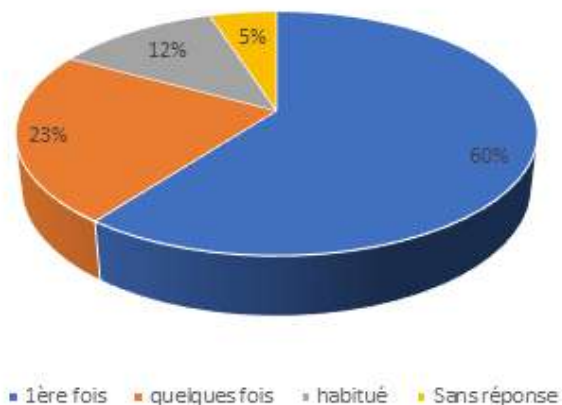
## Habitude d'écoute de Musique "Classique"



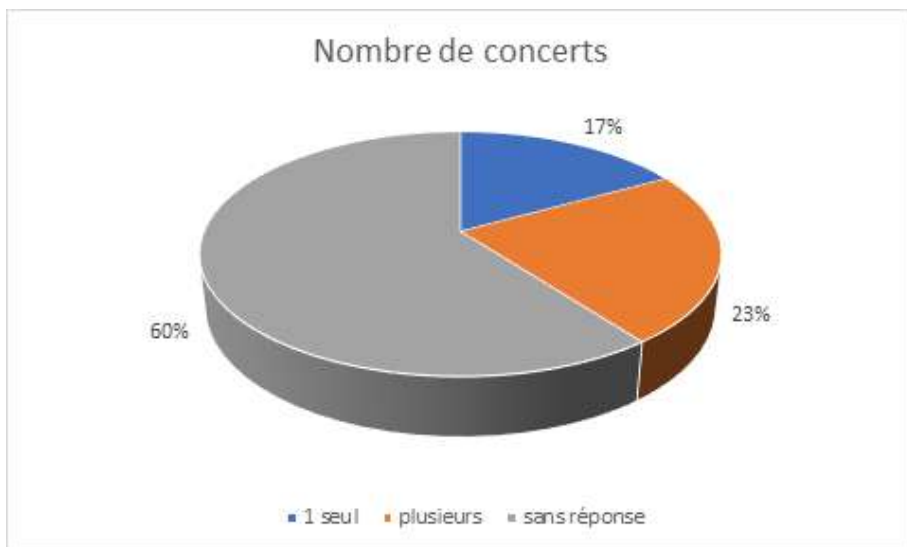
- Nous touchons des publics "non initiés" ce qui correspond à un objectif de l'association ;
- Nous répondons à la demande d'un public averti ;
- Nous rallions majoritairement un public éclectique.

D'après l'étude **SoFEST**, la première motivation des festivaliers est la programmation.

## Fréquentation du festival



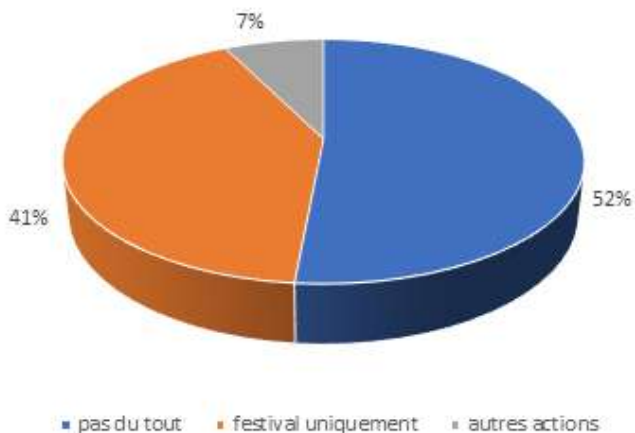
D'après l'étude **SoFEST**, le renouvellement des publics sur les festivals est important : 38% des spectateurs assistent pour la première fois à la manifestation. Ce chiffre est pondéré par une logique de fidélisation plus importante pour les festivals de musique classique.



A combien de concerts du festival les spectateurs prévoient ils de participer ? La part des "sans réponse" peut elle être interprétée comme une non-planification ? Un travail de fidélisation pourrait être à mener

L'étude **SoFEST** révèle que plus d'un tiers des festivaliers n'assistent qu'à 1 représentation, quand le nombre de propositions artistiques vues lors d'un même festival est de deux.

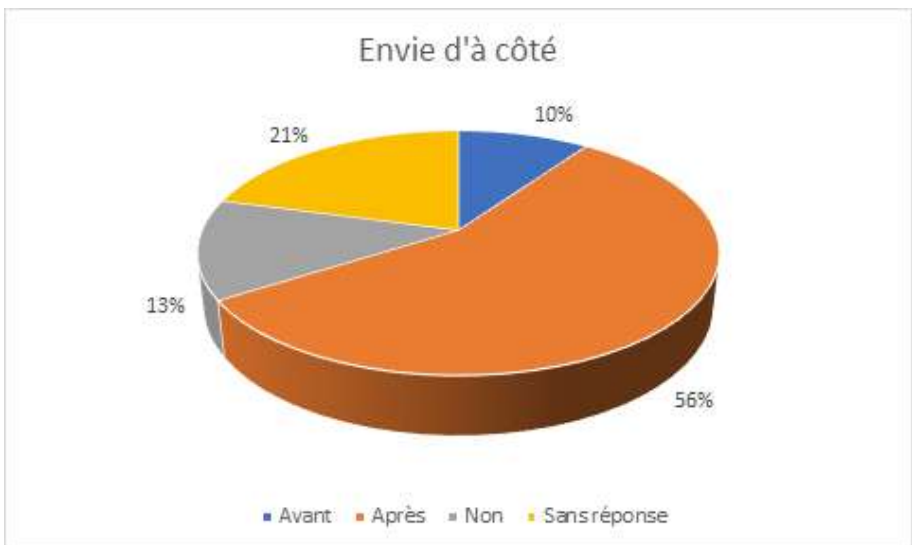
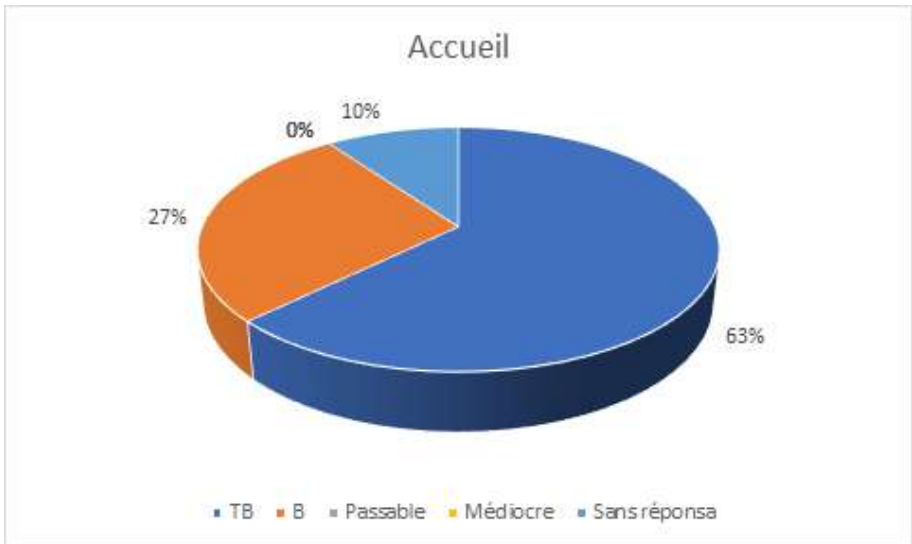
## Connaissance asso



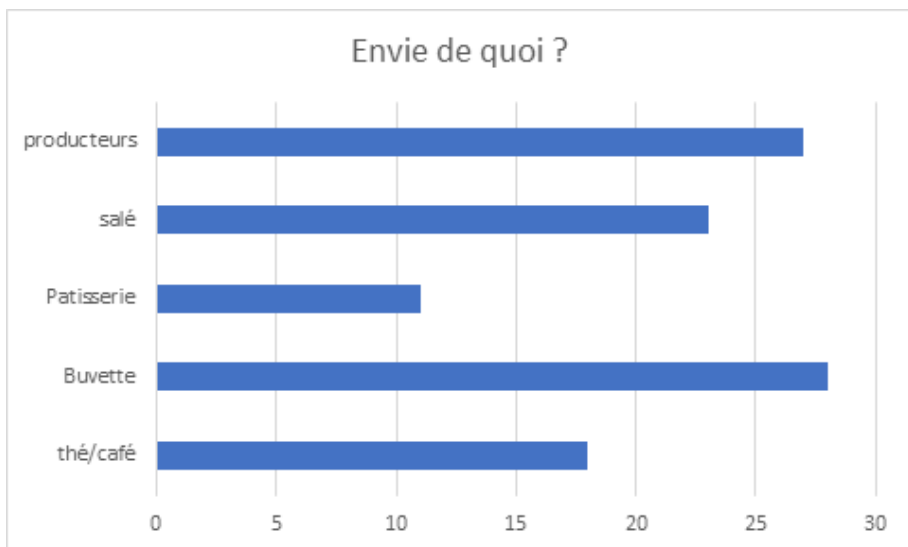
toucher majoritairement des personnes ne nous connaissant pas est il un avantage ? peut être puisque notre communication permet la venue de ces personnes.



# L'accueil

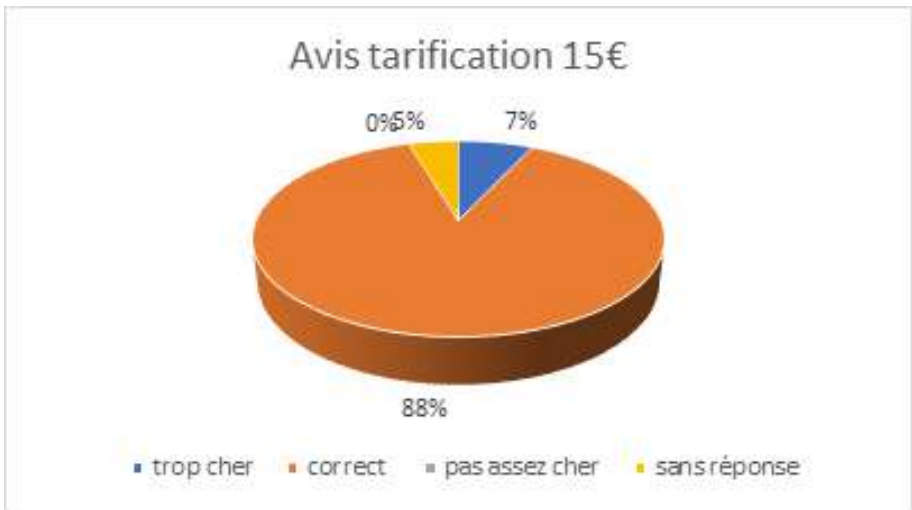


Les envies de temps conviviaux touchent surtout l'après-spectacle.



Peut on répondre à tout ? Les personnes ayant formulé des envies se déplaceront ils vraiment ? La restauration est souvent une source de revenu pour les festivals, mais Cordes & Compagnies peut elle porter seule un tel projet ?

# Tarification

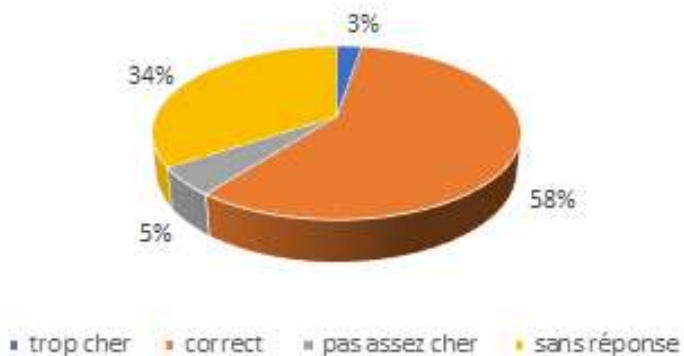


Sondages sur les concerts à tarification 15€/12€/gratuit



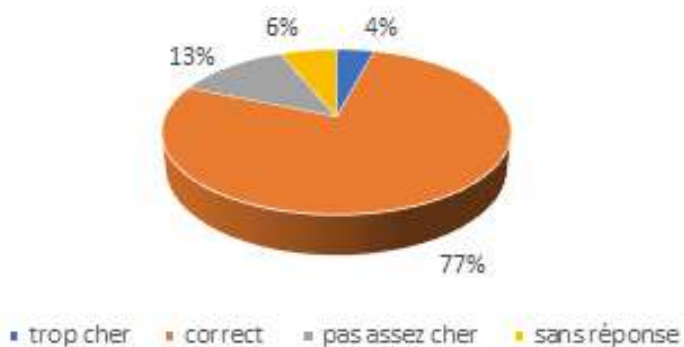
Sondages sur le concert à tarification 10€/7€/gratuit  
(=10 questionnaires sur 140)

### Avis tarification au chapeau



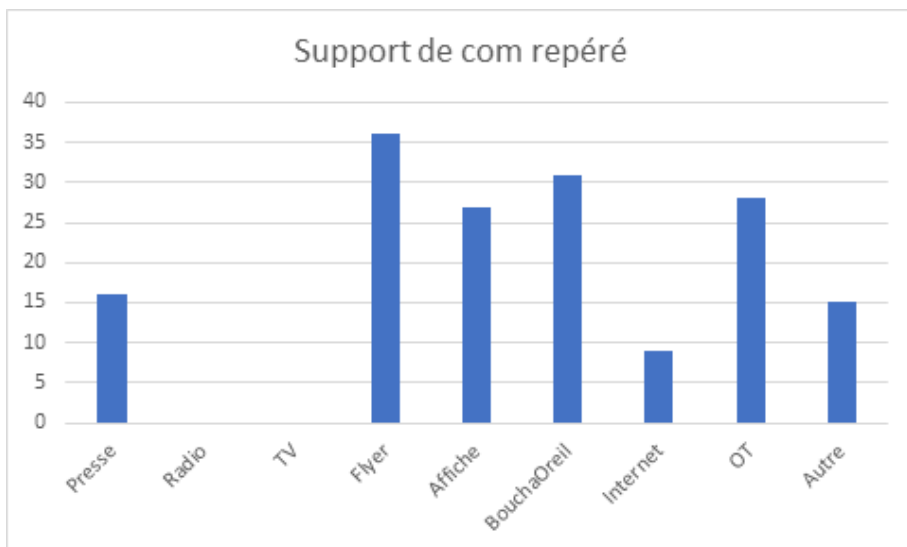
Sondages sur les concerts à entrée libre + chapeau

### Avis tarification 1place+1offerte



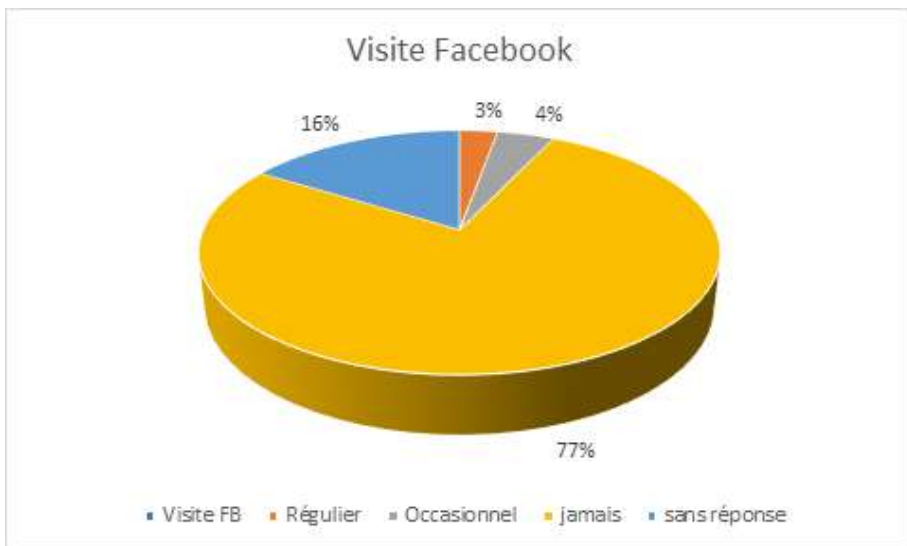
Sondages sur les concerts à tarification 15€/12€/gratuit  
+ offre 1 place plein tarif achetée = 1 place offerte

# Communication



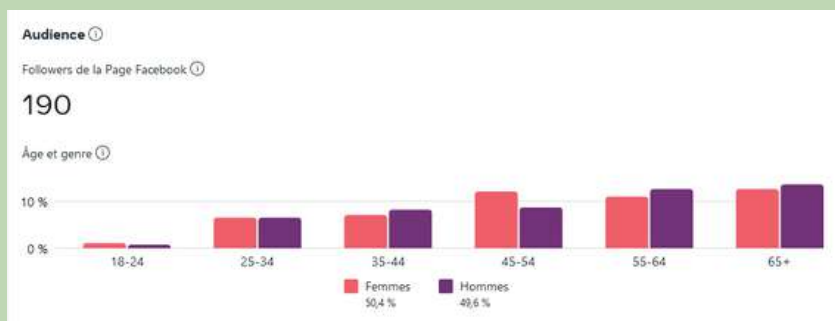
à noter : peu de présence sur les radio et TV, ce qui peut expliquer les retours et rend l'évaluation de ces supports difficile.





Les retours sur les visites du site et de facebook montrent une marge de manoeuvre de ce côté pour la communication.

Les mesures d'audience sur le site Facebook montrent dans les "likes" une répartition différente des tranches d'âge :



L'étude **SoFEST** révèle que seul 31% des festivaliers utilisent les réseaux sociaux pour préparer leur venue en festival. La quasi totalité des publics concernés à moins de 34 ans.

52% des festivaliers consultés ont en revanche recours aux réseaux sociaux pour consulter l'avis d'autres festivaliers.

# Pour finir sans conclure...

Les résultats du questionnaire sont actuellement mis au travail au sein de l'association. Nous évoquons notamment les questions de communication, de restauration, de tarification... mais aussi de programmation et bien d'autres sujets encore.

Les retours du public nous semblent incontournable pour faire évoluer le festival et nous tenons à remercier tous les participants.

Nous travaillons actuellement avec les partenaires pour compléter ce travail d'évaluation qui doit poser les bases de l'édition prochaine.

Nous accueillerons avec plaisir les nouveaux bénévoles qui souhaiteraient s'investir dans cette aventure musicale et conviviale !





# Les partenaires du festival



**picoty**



la CREUSE  
le Département

