

Troisième édition de l'étude ASTP /MEDIAMETRIE « *LES FRANÇAIS ET LE THEATRE* »

Synthèse des principaux résultats

Paris, le 20 juin 2024

En 2022, l'Association pour le soutien du théâtre privé lançait, avec Médiamétrie, sa première grande enquête auprès des Français sur leur rapport « post crise sanitaire » avec le théâtre, soulignant ainsi l'impact majeur des confinements et de l'arrêt de l'activité des salles de spectacles sur les habitudes en matière de consommation de la culture. Après avoir réitéré cette enquête en 2023, l'ASTP publie ce jeudi 20 juin 2024 la troisième édition de son étude « Les Français et le Théâtre ». L'occasion de refaire le point sur les pratiques des Français au cours des 12 derniers mois.

**Le profil des spectateurs de théâtre**

➤ **+19,6% de spectateurs de théâtre en plus sur les 12 derniers mois**

**12,2 M de Français** ont déclaré être allés au théâtre au cours des 12 derniers mois (contre 10,2M en 2022). En outre, 65% des Français sont allés au théâtre au moins une fois dans leur vie.

➤ Une **base des spectateurs renforcée** autour de piliers principaux

**Plus d'1/3 des spectateurs de théâtre ont moins de 34 ans** (36% vs. 29% de moins de 34 ans au sein de la population française) : la proportion de ces publics demeure stable depuis l'édition 2022. Les publics « locomotives », les 50 ans et plus, maintiennent une bonne fréquentation et représentent 42% du total des spectateurs.

Parallèlement, les **femmes**, très prescriptrices en matière de sorties culturelles, confirment leur habitude de fréquentation, en ligne avec les résultats de l'an dernier, et représentent 49% des spectateurs interrogés, alors qu'elles avaient déserté les salles en 2022 juste après la crise sanitaire.

➤ Des spectateurs de théâtre aux **usages culturels et numériques développés**

Les spectateurs de théâtre se distinguent aussi par leurs **pratiques culturelles éclectiques** et des **usages numériques développés** notamment sur trois réseaux sociaux – Facebook, YouTube et Instagram.

La **télévision**, suivie des **réseaux sociaux**, demeure **l'outil de prescription principal** sur les spectacles pour la **majorité des Français**. Cependant, les **spectateurs de théâtre ont recours à d'autres canaux complémentaires « plus avertis »** : le bouche à oreille et la recommandation par les proches (48% vs. 38% des Français), les sites de billetterie en ligne (39%) et la presse écrite (33%).

## Les comportements des spectateurs de théâtre

---

### ➤ Des spectateurs de théâtre plus assidus et toujours satisfaits de leur dernière sortie

Les pratiques se renforcent auprès des spectateurs de théâtre de ces 12 derniers mois : **74%** d'entre eux déclarent y être allés autant ou plus souvent qu'avant, avec **une moyenne de 6,2 spectacles vus**, en hausse de 0,8 points par rapport à 2023.

Autre point d'intérêt : ces mêmes spectateurs attribuent une **note de satisfaction globale de 7,5/10** à leur expérience, un indice de très bon niveau et stable par rapport à l'année précédente.

### ➤ Des motivations et des freins asymétriques

**Le théâtre est une pratique qui se partage** : **90%** des spectateurs sont **venus accompagnés** au spectacle, et **40%** d'entre eux disent être motivés par le fait d'y **profiter d'un moment avec des proches** et des amis. La dimension expérientielle, la découverte et l'évasion sont également des incitations fortes.

A l'inverse, ceux (1/4) qui disent avoir moins fréquenté les salles de spectacles au cours des 12 derniers mois citent des **freins ancrés dans les contingences** : notamment le prix des places (39%), la perte d'habitude (25%), l'organisation quotidienne / le manque de temps (20%).

## Perception et image du théâtre ; attentes exprimées

---

### ➤ Le théâtre, une sortie toujours « désirable », une image positive

Tout comme en 2023, **plus de 60% des Français indiquent qu'ils aimeraient aller plus souvent au théâtre**. Même si une majorité d'entre eux estiment que la sortie au théâtre coûte trop cher (71%) et est « intellectuelle » (61%), les perceptions positives nourrissent l'image d'un théâtre « offrant des spectacles divers et variés » (71%), « apportant du dynamisme et de l'attractivité à sa localité » (69%), et de proximité (« facile de se rendre au théâtre », 53%). Des perceptions accrues chez les femmes et les plus de 45 ans.

**Les perceptions spontanées du théâtre par les Français sont également positives**. Relativement stables, elles sont **plus ancrées auprès des spectateurs de théâtre** et se sont **renforcées dans le temps** : ils le trouvent « divertissant » (62% chez les spectateurs de théâtre, +10 points sur 3 ans), « drôle » (42% auprès des spectateurs de théâtre, +10 points vs. 2022), « original » (37% auprès des spectateurs de théâtre, +7 points vs. 2022), « de qualité » (43% chez les spectateurs de théâtre, +10 points) et « convivial » (41%, +5 points).

**Les qualificatifs négatifs sont stables ou en baisse auprès des Français**, et légèrement moins employés par les spectateurs de théâtre, bien que cet écart ne soit pas aussi creusé que pour les qualificatifs positifs. Ainsi, à la sortie de la crise sanitaire, 30% des Français et 20% des spectateurs trouvaient le théâtre « cher » ; ils ne sont respectivement plus que 20% et 11% à employer ce qualificatif en 2024.

### ➤ Les leviers de la fréquentation

Pour les Français (50%) comme pour les spectateurs de théâtre (56%), **le contenu des pièces est la première motivation** : ils citent notamment leur intérêt pour un casting connu, mais également leur

envie de voir sur scène des thèmes plus actuels et des représentations plus variées. **Les incitations matérielles** – tarifs, avantages, accès au lieu et à l'achat de place – sont également déterminants pour 45% des Français, et plus encore pour les spectateurs de théâtre (59%). **Le confort et la qualité de l'accueil** comptent également pour 37% des Français, une dimension renforcée auprès des publics du théâtre (43%). Au-delà, **les spectateurs de théâtre sont sensibles** également à **l'offre d'information** disponible (45% vs. 30% chez les Français) et aux **nouveaux concepts** : échange avec la troupe, création d'espace de rencontre pour partager des moments au sein du théâtre... (28% vs. 19% des Français).

➤ **Des Français et des publics ouverts à des choix esthétiques variés et même aux sujets « sociétaux »**

La **majorité des Français** (81%) et du public du théâtre plébiscitent les **esthétiques plus « légères »** - comédie, humour, comédie musicale ; et presque **la moitié de la population française se dit intéressée par les autres esthétiques**.

**Parallèlement, 60% des Français** sont d'accord pour affirmer que **tous les sujets ont leur place au théâtre**. Dans le détail, mis à part les thèmes liés aux terrorisme / guerre / génocide et à la religion (environ 50% d'accord), **60 à 69% des Français se disent prêts à voir sur les scènes de théâtre toutes les autres thématiques sociétales** – misère, crise environnementale, maladie, homosexualité, discrimination, identité de genre, ...

Cette tolérance est renforcée auprès **des publics du théâtre** : **70%** d'entre eux **estiment que tous les sujets ont leur place sur scène**. Pour environ 70 à 80% d'entre eux selon les thématiques testées, les sujets sociétaux ont leur place sur scène au théâtre ; cependant les sujets relatifs aux guerres / génocides / terrorisme et à la religion (58% de citations) sont jugés plus sensibles.

***Méthodologie de l'étude** - Questionnaire administré sur internet du 02 au 10 avril 2024 auprès de 1 536 individus France entière âgés de 15 ans et plus. Quotas par population selon l'INSEE sur les critères de sexe, âge, région, activité.*

**Qu'est-ce que l'ASTP ?**

L'Association pour le soutien du théâtre privé est l'organisme d'intérêt général des professionnels de la filière du spectacle théâtral privé. Sa mission, depuis 1964 : encourager le dynamisme de la production théâtrale française privée contemporaine.

Placée sous la tutelle du ministère de la Culture et de la Ville de Paris, l'ASTP est investie d'une mission de service public pour financer son action de soutien économique à la filière : recouvrer la taxe sur la billetterie des spectacles de théâtre. Cette ressource, complétée par des financements publics, est notamment redistribuée à travers ses dispositifs de soutien à la prise de risque à la production.

Elle inscrit son action dans une perspective nationale et accompagne les professionnels sur les enjeux structurants de la filière. Elle développe également une activité dédiée à l'observation afin de mieux objectiver la connaissance de la filière.

Enfin, l'ASTP a été l'opérateur, à la demande du ministère de la Culture, des fonds d'urgence et de compensation liés à la crise sanitaire et le Plan de Relance. Près de 45 M€ financés par l'Etat ont été ainsi distribués à la filière théâtrale depuis 2020.

**Contact presse** : Ghislaine PLUS – [gplus@astp.asso.fr](mailto:gplus@astp.asso.fr) – 06 83 64 27 12