Observatoire
Romand de la
Culture







CULTURE ET LOISIRS

Enquête sur les activités des Suisses romand·es

ORC / Novembre 2025
Mise à jour en octobre 2026

Culture et loisirs

Enquête sur les activités des Suisses romand·es

Responsable de l'étude : Catherine Kohler

Rédaction : Catherine Kohler, Natacha Rossel, Belinda Ucar, Olivier Glassey

L'ORC remercie chaleureusement toutes les personnes qui ont pris part à la conception et à la réalisation de cette étude : répondant·es au sondage, représentant·es des faîtières, chef·fes et collaborateur·ices de l'administration publique, comité stratégique, groupe d'accompagnement, chercheur·euses et acteur·ices culturel·les.

L'ORC est soutenu par l'UNIL, la HES-SO, la Conférence des chef·fes de service et délégué·es aux affaires culturelles (CDAC) des 7 cantons romands (Berne, Fribourg, Genève, Jura, Neuchâtel, Valais et Vaud) ainsi que 14 villes romandes (Bienne, Delémont, Fribourg, Genève, La Chaux-de-Fonds, Lausanne, Meyrin, Morges, Neuchâtel, Nyon, Renens, Sion, Vevey et Yverdon-les-Bains).

Droits d'auteur
L'ensemble des contenus de cette étude est protégé par le droit d'auteur. Le détenteur du droit d'auteur est l'Observatoire romand de la culture (ORC). L'étude peut être citée en indiquant les sources (« Source : Observatoire romand de la culture »).

ORC
Observatoire Romand de la Culture

Bâtiment IDHEAP - Quartier Mouline
1015 Lausanne
info@observatoire-culture.ch
www.observatoire-culture.ch

Table des matières

1. Résultats en bref _____ 5
2. Introduction _____ 7
3. Objectifs de l'enquête _____ 7
4. Cadre théorique et état des recherches _____ 8
4.1 Définir la culture et les loisirs _____ 8
4.2 Panorama des recherches existantes _____ 9
4.3 Typologie et évolution des pratiques _____ 10
4.4 Accès à l'offre : mobilité et découvrabilité _____ 11
4.5 Attentes et effets perçus _____ 11
4.6 Numérique et transformation des usages _____ 12
4.7 Contextes sociaux de la pratique _____ 13
4.8 Contribution à la recherche _____ 13
5. Méthodologie _____ 13
5.1 Axes d'analyse _____ 13
5.2 Classification des pratiques retenues _____ 14
5.3 Conception du questionnaire _____ 15
5.4 Limites de l'enquête _____ 17
6. Introduction à l'analyse des résultats _____ 18
7. Présentation de l'échantillon _____ 19
7.1 Profil sociodémographique _____ 19
7.2 Mobilité géographique _____ 19
7.3 Modes de transport _____ 20
7.4 Activités hors région et à l'étranger _____ 21
8. Activités médiatiques _____ 21
8.1 Pratiques selon l'âge _____ 21
8.1.1 Contenus audiovisuels _____ 22
8.1.2 Interactions et contenus numériques _____ 23
8.1.3 Lecture _____ 23
8.2 Modalités sociales _____ 24

8.3 Contextes d'usage _____ 25

8.4 Satisfaction liée aux activités médiatiques _____ 26

9. Activités culturelles et de loisirs _____27

9.1 Activités déclarées et pratiques réelles _____ 27

9.2 Loisirs des personnes déclarant peu ou pas d'activités culturelles (hors activités médiatiques) _____ 29

9.3 Activité culturelle unique déclarée : répartition des déclarations (hors activités médiatiques) _____ 31

9.4 Modalités sociales de participation _____ 32

9.5 Formes de satisfaction selon les types d'activités _____ 33

9.5.1 Activités culturelles : enrichissement et évasion _____ 34

9.5.2 Pratiques artistiques : expression personnelle et bien-être _____ 34

9.5.3 Activités de loisirs : polyvalence et créativité _____ 35

10. Obstacles à la participation _____35

10.1 Obstacles selon l'âge _____ 36

10.2 Obstacles selon le niveau de revenu revenu _____ 38

11. Accès à l'offre : information, visibilité et adéquation _____39

11.1 Sources d'information _____ 39

11.2 Satisfaction vis-à-vis de l'offre _____ 40

12. Conclusion _____ 40

13. Bibliographie _____ 42

14. Liste des tableaux _____ 46

15. Annexes _____47

1. RESULTATS EN BREF

Cette enquête menée par l'Observatoire romand de la culture (ORC) propose un éclairage sur les activités culturelles et de loisirs en Suisse romande. Elle explore une diversité de questions liées aux habitudes, aux usages numériques, à la mobilité culturelle et à l'accessibilité de l'offre, et repose sur un échantillon représentatif d'environ 1000 personnes. Les résultats qui suivent synthétisent les tendances majeures et leurs variations selon les publics.

- **Le numérique est devenu la norme**. Une majorité de répondant·es regarde des films/séries en ligne, écoute de la musique en streaming et consulte du contenu sur les réseaux sociaux, surtout parmi les 15–24 ans.
- **La lecture de livres est présente à tous les âges**, avec une assiduité plus élevée chez les plus âgé·es : parmi les 65 ans et plus, 35% déclarent lire « très souvent », contre 10% chez les 15–24 ans.
- **Les activités numériques sont surtout individuelles et centrées sur le domicile**. Environ un quart des répondant·es déclarent toutefois des usages en mobilité, notamment pour écouter de la musique, des podcasts ou consulter les réseaux sociaux.
- **L'appréciation déclarée est globalement élevée** pour les pratiques numériques et la lecture (écoute de musique en tête), mais plus nuancée pour les jeux vidéo et les visites virtuelles.
- Hors activités numériques et lecture, **l'activité la plus populaire est le sport/bien-être** : 75% déclarent la pratiquer, dont 80% régulièrement.
- **Les sorties culturelles sont répandues mais peu régulières** : 65% vont au cinéma et 55% à des concerts ; seuls 28–34% déclarent y aller souvent ou très souvent.
- **Certaines activités sont moins courantes mais pratiquées assidument** comme l'écriture, les arts graphiques ou les travaux textiles.
- **Quand l'engagement culturel est faible**, les loisirs se concentrent sur des activités de proximité et auto-organisées (sport, shopping, bricolage, jeux).
- **Lorsqu'une seule activité culturelle est déclarée**, ce sont les sorties culturelles qui s'imposent : le cinéma en tête, puis les festivals, bibliothèques, monuments, musées et concerts.

- **Les sorties culturelles se font majoritairement accompagnées**, tandis que la création en amateur reste plutôt solitaire (écriture : 85% seul·e, dessin/peinture : 58% seul·e).
- **Les bénéfices perçus se répartissent** entre découverte (musées, monuments), évasion (festivals, concerts), créativité (écriture, arts graphiques, photographie) et bien-être (activité physique, bricolage, cuisine élaborée).
- **Les principaux freins à la participation** sont le manque de temps (52%) et le coût (43%) ; chez les jeunes, le frein financier et le désintérêt pèsent davantage, tandis que chez les seniors la distance et les transports prédominent.
- **La mobilité liée aux activités culturelles et de loisirs** est avant tout locale. Les déplacements vers d'autres cantons, d'autres régions linguistiques ou l'étranger restent peu fréquents.
- **L'accès à l'offre passe d'abord par les sites web et le bouche-à-oreille**. Les réseaux sociaux dominent chez les jeunes, tandis que les médias traditionnels restent la référence des 65 ans et plus.
- **La perception de l'offre locale est globalement positive** (qualité/pertinence de l'information, diversité), avec des marges d'amélioration sur la visibilité et l'adéquation aux attentes.

2. INTRODUCTION

Les pratiques culturelles, les formes de participation et les attentes du public évoluent. L'offre se diversifie, les comportements se modifient, les publics se déplacent de façon différente. Pour mieux comprendre ces dynamiques en Suisse romande, l'Observatoire romand de la culture (ORC) a réalisé une enquête sur les activités culturelles et de loisirs. Cette initiative s'inscrit dans une réflexion plus large autour des liens entre offre et demande, des modalités d'accès à la culture, de la circulation des publics, ou encore du rôle des passeur·euses telles que bibliothèques, les centres culturels et les maisons de quartier.

Au départ, le projet s'inscrivait dans la tradition des enquêtes sur les pratiques culturelles, avec un intérêt porté aux activités usuelles comme aller au théâtre, visiter une exposition ou un musée. L'hypothèse a toutefois rapidement émergé que certaines pratiques dites médiatiques (visionnage de films sur des plateformes numériques, écoute de musique en streaming, consultation de contenus sur les réseaux sociaux, lecture sur différents supports) sont aujourd'hui massivement partagées par la population, au point de constituer un socle commun d'activités culturelles. Afin de vérifier cette hypothèse et d'en mesurer l'ampleur, nous avons choisi de traiter en premier lieu ces usages médiatiques, avant d'aborder, de manière plus fragmentée, d'autres pratiques culturelles avec un éventail élargi d'activités de loisirs, du bricolage au sport, en passant par le shopping.

3. OBJECTIFS DE L'ENQUETE

À travers cette enquête, l'ORC répond à ses trois missions principales, à savoir documenter les enjeux liés aux publics de la culture en Suisse romande, mieux comprendre leurs activités culturelles et de loisirs, et identifier les défis actuels et futurs des politiques publiques.

L'enquête repose sur une question centrale : **Quelles sont les pratiques des Suisses romand·es en matière d'activités culturelles et de loisirs ?**

Cette interrogation se décline en plusieurs dimensions complémentaires :

- Quels types d'activités sont pratiqués, et à quelle fréquence ?
- Comment les personnes peu ou non impliquées dans la vie culturelle occupent-elles leur temps libre, notamment en matière de loisirs ?
- Quel rôle les outils numériques jouent-ils dans la consommation de culture et de loisirs ?

- Dans quelle mesure les individus se déplacent-ils pour accéder à l'offre culturelle ? Quels sont les freins et les motivations à cette mobilité ?
- Quel est le degré de connaissance et d'accessibilité de l'offre culturelle et de loisirs ? Par quels canaux les publics en sont-ils informés ?
- L'offre actuelle répond-elle aux attentes du public, en termes de diversité, d'accessibilité et de coût ? Quels sont les principaux critères de satisfaction ?

Ces questions appellent un examen approfondi de la littérature existante, tant sur le plan conceptuel qu'empirique, afin de situer l'enquête de l'ORC dans le paysage scientifique actuel.

4. CADRE THEORIQUE ET ETAT DES RECHERCHES

4.1 Définir la culture et les loisirs

Comprendre les pratiques suppose d'abord de clarifier les termes. L'UNESCO définit les activités, biens et services culturels comme ceux qui incarnent ou transmettent des expressions culturelles, indépendamment de leur valeur commerciale (UNESCO, 2005). À l'inverse, les loisirs renvoient plus largement aux usages récréatifs du temps libre (détente, divertissement). L'ISU (Institut de statistique de l'UNESCO) traite la participation culturelle comme un domaine spécifique, mesuré notamment par des enquêtes d'emploi du temps et des enquêtes d'habitudes/pratiques culturelles. Le Cadre pour les statistiques culturelles (ISU, 2009) et le Manuel *Mesurer la participation culturelle* (ISU, 2012) permettent de distinguer analytiquement la participation aux expressions culturelles et les loisirs généraux, tout en reconnaissant la porosité entre les deux.

Cette tension entre « culture » et « loisirs » se reflète dans l'évolution des dispositifs statistiques en Suisse. Après une première enquête nationale isolée à la fin des années 1980, qui décrivait « l'ordre social des loisirs » (Meier-Dallach et al., 1992), la statistique des pratiques culturelles prend un nouvel élan à partir de l'Enquête sur les pratiques culturelles en Suisse menées par l'OFS en 2008, dans un contexte qui mènera à la première loi fédérale sur la culture (LEC, adoptée en 2009, entrée en vigueur en 2012) (Moeschler, 2019).

La distinction entre culture et loisirs a également été explorée dans des contextes muséaux. Au Mucem (Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, à Marseille), des visiteur·euses ont été interrogé·es sur la séparation entre culture et loisirs, ainsi que sur leur rapport à une conception plus large et inclusive de la culture. Selon les résultats, 87% des répondant·es considèrent que les activités culturelles et

les loisirs sont proches et souvent indissociables (Doduik, 2020). Ces données suggèrent que, pour une majorité de la population interrogée, les frontières entre ces deux univers sont floues, voire inexistantes.

En Suisse, cette porosité est rarement discutée dans les enquêtes empiriques, mais elle se reflète dans les choix méthodologiques. Plusieurs travaux privilégient une approche conjointe des dimensions culturelles et de loisirs, afin de mieux refléter la diversité des pratiques. On peut citer certaines enquêtes nationales portées par l'Office fédéral de la statistique (OFS) qui articulent ces registres (par ex. OFS, 2020). Hors contexte suisse, l'ouvrage *Sociologie des classes populaires contemporaines* (Siblot et al., 2015) propose un cadre utile : il consacre un chapitre aux pratiques culturelles et de loisirs des classes populaires. Cet ouvrage souligne que ces pratiques sont souvent définies en creux, par comparaison aux pratiques dominantes, au risque d'aboutir à une description légitimiste, où les activités des classes populaires apparaissent comme des pratiques « par défaut », principalement caractérisées par le manque de ressources économiques et culturelles. Cette perspective mérite toutefois d'être nuancée si l'on considère les semi-loisirs (bricolage, jardinage), qui combinent utilité, travail domestique et détente. En effet, ces activités demeurent très répandues, et si elles sont historiquement plus fréquentes dans les classes populaires, les écarts avec les classes moyennes se réduisent. À cet égard, les cadres figurent parmi les groupes les plus engagés dans ces pratiques d'autoproduction, dont le jardinage (Millery & Garcia, 2023).

4.2 Panorama des recherches existantes

Les principales données statistiques sur les pratiques culturelles et de loisirs en Suisse proviennent de l'enquête thématique *Langue, Religion et Culture* (ELRC), menée par l'OFS tous les cinq ans. La prochaine publication, issue du relevé 2024, est prévue pour novembre 2025. Ces données nationales sont complétées par des analyses ciblées à l'échelle cantonale ou locale, comme l'étude menée en 2019 par Statistique Vaud en collaboration avec le Service des affaires culturelles, ou encore la recherche *Les publics de la culture à Lausanne* (Moeschler, 2019), consacrée aux pratiques et aux profils des publics dans l'agglomération lausannoise.

D'autres travaux se sont attachés à inscrire l'évolution des comportements culturels en Suisse dans une perspective temporelle. Sur la base de données couvrant les années 1970 à aujourd'hui, Weingartner (2019) met en évidence une recomposition des pratiques : le nombre de personnes sans participation culturelle (« inactifs ») a diminué, tandis que les profils éclectiques et cultivés ont progressé. La distinction entre culture élitiste et culture populaire persiste, mais elle tend à s'atténuer avec le

temps. La participation culturelle reste néanmoins marquée par des différences sociales et démographiques, notamment le niveau d'éducation et l'âge.

À l'international, la question des pratiques culturelles et de loisirs a également fait l'objet d'analyses approfondies. En France, l'Observatoire du rapport des Français aux loisirs (2020) a étudié les liens entre loisirs et culture dans un contexte de diversification des offres et de transformation des usages. À l'échelle européenne, Eurostat a publié en 2024 un rapport comparatif sur la participation culturelle dans les pays de l'Union européenne, offrant un cadre de référence pour situer les spécificités romandes dans un contexte plus large. Ces travaux montrent que les évolutions observées en Suisse romande s'inscrivent dans une tendance plus générale à la diversification des offres et à la transformation des modes de participation culturelle.

4.3 Typologie et évolution des pratiques

Les recherches existantes permettent d'éclairer plusieurs dimensions couvertes par cette étude, en particulier la typologie et la fréquence des pratiques culturelles et de loisirs, ainsi que leur évolution au fil du temps.

En France, l'enquête *Pratiques de visites des Français* de 2018 (ELIPSS, citée dans Glévarec et al., 2024) montre que les activités les plus fréquentes incluent la fréquentation du cinéma (62% des Français·es au moins une fois par an), les spectacles de rue (45%) ou encore les visites de monuments historiques (35%). Les concerts (34%), fêtes foraines (31%) et visites de musées ou expositions (29%) occupent également une place importante. Ces pratiques évoluent toutefois dans le temps, notamment sous l'effet des transformations technologiques. On observe par exemple un recul de la consommation de télévision, de radio, de presse écrite et de livres, au profit d'activités culturelles liées aux écrans et au numérique (Donnat, 2009). Cette tendance apparaît également dans les résultats de l'enquête *Langue, Religion et Culture* (ELRC) de l'OFS (2019), qui met en évidence une hausse des pratiques culturelles à domicile, souvent médiées par les écrans, au détriment des activités en présentiel.

En revanche, les recherches portant sur les loisirs non culturels, notamment ceux des personnes peu ou pas engagées dans la vie culturelle, demeurent rares. Ceci s'explique en partie par les difficultés méthodologiques à identifier et à interroger ces publics, souvent absents ou faiblement représentés dans les enquêtes centrées sur la consommation culturelle. Si cette dimension reste encore peu explorée, elle constitue pourtant un enjeu important pour comprendre la diversité des pratiques de loisirs et

les formes d'usage du temps libre. Ces tendances soulèvent la question des conditions concrètes d'accès aux activités, qu'il s'agisse de mobilité ou de visibilité de l'offre.

4.4 Accès à l'offre : mobilité et découvrabilité

La mobilité constitue un facteur clé d'accès à l'offre culturelle. Le rapport *Ruralités* (Inspection générale des affaires culturelles [IGAC], 2024) a montré que, pour les habitant·es des zones rurales françaises, les difficultés de déplacement représentent un frein majeur. Bien que situés dans un autre contexte, ces constats résonnent en Suisse romande, où les disparités territoriales peuvent également limiter la participation culturelle. En France, malgré plusieurs décennies de politiques d'aménagement culturel, l'offre demeure largement concentrée dans les grands centres urbains (Ministère de la Culture/DEPS, 2022). Aborder cette question en Suisse romande permet ainsi de mieux comprendre comment les publics composent avec les contraintes géographiques et les infrastructures disponibles.

Au-delà des obstacles liés aux déplacements, l'accès à la culture dépend aussi de la capacité des individus à repérer et identifier les offres existantes. La connaissance de l'offre culturelle et de loisirs influence directement la manière dont les personnes s'informent, planifient et participent aux activités. Cette dimension a été discutée notamment dans le contexte franco-québécois à travers la notion de « découvrabilité » (Ministère de la Culture [France] & Ministère de la Culture et des Communications du Québec, 2020). Ce concept désigne « la disponibilité d'un contenu en ligne et sa capacité à être repéré parmi un vaste ensemble d'autres contenus, même par une personne qui n'en recherchait pas spécifiquement » (Ministère de la Culture, 2020). Il englobe à la fois la « trouvabilité » par une recherche active et la découverte fortuite (sérendipité), mettant en lumière l'importance des mécanismes de visibilité dans la structuration des usages culturels contemporains. Si l'accès matériel et informationnel conditionne la participation, les recherches se sont en général intéressées aux attentes et à la satisfaction des publics.

4.5 Attentes et effets perçus

L'adéquation entre l'offre culturelle et les attentes du public, en termes de diversité, d'accessibilité ou de coût, reste encore peu étudiée, en particulier dans le contexte romand. La présente enquête vise précisément à combler ce manque, en interrogeant non seulement les pratiques, mais aussi la satisfaction et les effets ressentis par les participant·es. Elle explore comment les activités culturelles et de loisirs sont perçues en termes d'enrichissement, de partage avec des proches, de rencontre de nouvelles

personnes, de rupture avec la routine, d'expression créative ou de contribution au bien-être.

Cette démarche s'inscrit dans une réflexion plus large sur les limites d'une approche exclusivement fondée sur la « demande », telle qu'elle est exprimée ou amplifiée par les mécanismes des plateformes numériques (Marguerin, 2015). Plusieurs travaux rappellent en effet que les bénéfices des pratiques culturelles ne se réduisent pas à la consommation de contenus, mais concernent aussi la créativité, la sociabilité et la régulation émotionnelle (Bollo et al., 2017 ; Dubois, 2021). Plus concrètement, L'Observatoire des politiques culturelles (2024) a montré, en France, que les sorties culturelles peuvent être vécues selon quatre registres principaux : « intéressantes », « sympas », « partage » et « évasion », la dimension relationnelle occupant une place déterminante.

En mettant l'accent sur les bénéfices perçus, notre étude contribue ainsi à enrichir la compréhension des liens entre pratiques, attentes et satisfaction, en tenant compte des spécificités propres à la Suisse romande.

4.6 Numérique et transformation des usages

Les transformations induites par les technologies numériques ont profondément modifié les modalités de consommation d'activités culturelles et de loisirs. Le numérique peut constituer un levier de démocratisation, en réduisant les barrières liées à la mobilité, à la programmation ou à la localisation des offres (UNESCO, 2022).

Dès la fin des années 2000, plusieurs travaux avaient déjà souligné la généralisation progressive des usages numériques dans le temps libre (Donnat, 2009). En Suisse, cette tendance est confirmée par l'enquête de 2019 publiée par l'OFS (OFS, 2020) : l'écoute de musique (7,5h/sem.) et l'usage d'Internet pour le divertissement (7,4h/sem.) comptent parmi les pratiques les plus courantes.

De son côté, l'Office fédéral de la culture (OFC, 2022) constate la forte progression des usages numériques (streaming musical, vidéo, lecture numérique). En France, le Ministère de la Culture (2022) documente la montée du streaming, des réseaux sociaux et des usages hybrides. A l'échelle européenne, Eurostat (2023) confirme l'extension des pratiques via des plateformes numériques.

Au-delà de la seule diffusion des contenus, ces mutations interrogent la structure même de la participation culturelle. L'OCDE (2022) souligne que le numérique redéfinit les modalités d'accès, les hiérarchies culturelles et le rôle des plateformes dans la médiation entre les publics et les offres. L'UNESCO (2022) rappelle toutefois que ces évolutions s'accompagnent d'enjeux d'inégalités persistantes, liés notamment à la fracture numérique et aux écarts d'accès aux équipements ou aux

compétences. Ces mutations s'articulent à des contextes sociaux variés, qui influencent la manière de pratiquer la culture et les loisirs.

4.7 Contextes sociaux de la pratique

Il importe également de prendre en compte les conditions sociales dans lesquelles s'inscrivent les pratiques culturelles et de loisirs. Alors que la recherche s'est surtout concentrée sur les types d'activités, leur fréquence ou leurs conditions d'accès, elle aborde plus rarement leurs dimensions relationnelles et contextuelles. Pourtant, le fait de pratiquer une activité seul·e, en famille, en couple, entre ami·es ou dans un cadre associatif renseigne sur les formes de sociabilité qui accompagnent la participation. De même, les lieux où ces pratiques se déroulent (à domicile, en extérieur, dans les transports ou au sein d'institutions) révèlent la diversité des contextes d'usage et soulèvent des questions liées à l'intimité, à l'exposition sociale ou au rapport à l'espace public. Considérer ces aspects permet de mieux comprendre la place qu'occupent les activités culturelles et récréatives dans la vie quotidienne.

4.8 Contribution à la recherche

En Suisse, plusieurs études se sont intéressées aux pratiques culturelles ou de loisirs, mais elles demeurent ponctuelles et fragmentées. La plupart portent sur des zones géographiques restreintes (notamment le canton de Vaud ou la ville de Lausanne) ou sur des thématiques spécifiques, mais ne permettent pas de disposer d'une vision d'ensemble. À ce jour, aucune recherche n'a analysé simultanément, et à l'échelle de la Suisse romande, l'ensemble des dimensions prises en compte dans la présente enquête. Celle-ci se distingue par une approche intégrée qui examine non seulement la fréquence et la diversité des pratiques, mais aussi les conditions sociales dans lesquelles elles s'inscrivent : mobilité, accès à l'offre, modes de découverte et d'information, attentes et satisfaction du public, effets perçus, ainsi que l'impact du numérique. En ce sens, elle contribue à combler un vide scientifique et à fournir un cadre d'analyse inédit pour comprendre les dynamiques culturelles et récréatives en Suisse romande.

5. METHODOLOGIE

5.1 Axes d'analyse

L'enquête s'articule autour de six axes de recherche, définis avec l'appui du groupe d'accompagnement de l'ORC, de la Conférence des chef·fes de service et délégué·es aux affaires culturelles (CDAC) et de différents partenaires. Chacun de ces axes

correspond à un ensemble d'items du questionnaire administré à un échantillon représentatif d'environ 1000 personnes. Les analyses tiennent également compte des variables sociodémographiques (âge, genre, niveau de formation, statut professionnel, etc.), afin de mettre en évidence d'éventuelles disparités selon les profils.

- **Fréquence et diversité des activités**

  Mesurer la participation aux activités culturelles et de loisirs en Suisse romande, en examinant la diversité des pratiques, leur régularité et leur inscription dans le quotidien.

- **Dimension relationnelle et bénéfices ressentis**

  Analyser les dynamiques sociales qui accompagnent les pratiques (activités en famille, entre ami·es, en couple, en association) et les bénéfices ressentis : apprentissage, évasion, bien-être, créativité ou renforcement des liens sociaux.

- **Impact du numérique sur les activités**

  Étudier le rôle des outils numériques dans la consommation culturelle et récréative : streaming, podcasts, jeux vidéo, visites virtuelles, réseaux sociaux. L'accent est mis sur l'articulation entre pratiques en ligne et en présentiel, ainsi que sur le degré de satisfaction procuré.

- **Mobilité et accessibilité territoriale**

  Évaluer les déplacements liés à la participation culturelle et aux loisirs, en tenant compte des inégalités territoriales et des obstacles.

- **Modes de découverte et accès à l'information**

  Examiner comment les individus s'informent sur l'offre (réseaux sociaux, sites web, bouche-à-oreille, etc.) et dans quelle mesure cette offre est visible ou repérable (« découvrabilité »).

- **Évaluation de l'offre**

  Apprécier la manière dont les publics jugent l'offre disponible, en termes de diversité, de coût et d'accessibilité.

5.2 Classification des pratiques retenues

La classification retenue repose sur une conception large des pratiques culturelles et de loisirs, incluant les dimensions institutionnelles, médiatiques, créatives et récréatives. Inspirée des catégories utilisées par l'Office fédéral de la statistique (OFS),

elle a été élargie et ajustée afin de mieux refléter la diversité des pratiques observées en Suisse romande, tout en maintenant un temps de réponse raisonnable pour les participant·es (moins de 20 minutes).

Quatre grands groupes structurent l'analyse :

- **Activités en lien avec un lieu culturel ou une manifestation**, impliquant un déplacement physique et souvent une dimension collective (concerts, musées, festivals, etc.) ;
- **Pratiques artistiques en amateur**, englobant les formes d'expression personnelle (musique, écriture, arts visuels, théâtre, etc.) ;
- **Activités de loisirs**, souvent pratiquées à domicile ou dans un cadre informel, mais pouvant inclure une composante créative ou sociale (jardinage, cuisine, jeux, etc.) ;
- **Pratiques médiatiques**, mobilisant des supports technologiques (streaming, réseaux sociaux, jeux vidéo, lecture numérique, etc.), caractérisées par leur flexibilité temporelle et leur ancrage domestique. Dans ce rapport, la lecture de livres (imprimés et numériques) et la BD/manga sont rattachées aux activités médiatiques, conformément au cadrage de l'OFS (OFS, 2017).

Les frontières entre ces catégories restent perméables : une même activité peut relever de plusieurs registres selon le contexte ou l'intention. Cette structuration vise avant tout à faciliter la lecture des résultats et à assurer une comparabilité avec d'autres enquêtes. La liste détaillée des activités associées à chaque groupe figure en annexe (ANNEXES 1.1 et 1.2).

5.3 Conception du questionnaire

Le questionnaire a été conçu pour être complété entre 15 et 20 minutes. Avant sa diffusion, il a été soumis à un prétest auprès du groupe d'accompagnement de l'ORC ainsi qu'à Olivier Moeschler, responsable du domaine « culture » à l'OFS, afin de vérifier la clarté des questions et la pertinence de la structure.

L'organisation du questionnaire suivait cinq grands blocs :

- **Variables sociodémographiques** : ce premier bloc recueillait des informations telles que l'âge, le genre, les revenus du ménage ou encore le canton de résidence.
- **Activités médiatiques** (y.c. lecture de livres, d'ebooks et de BD) : en raison de leurs spécificités (omniprésentes, mobilisables à tout moment, généralement

pratiquées à domicile et de manière individuelle, avec une grande flexibilité de durée et de rythme), ces pratiques ont fait l'objet d'un traitement distinct.

- **Activités culturelles et de loisirs** : les répondant·es sélectionnaient eux·elles-mêmes les activités auxquelles ils·elles participaient, ce qui permettait d'appréhender la diversité des pratiques. Par la suite, le système procédait à un tirage aléatoire de cinq activités, qui faisaient alors l'objet de questions supplémentaires.
- **Mobilité et obstacles** : ce bloc portait sur les déplacements effectués, les moyens de transport utilisés et les éventuels freins à la participation.
- **Offres culturelles et de loisirs** : enfin, ce dernier bloc explorait les modes de découverte, l'accès à l'information et l'évaluation de l'adéquation de l'offre avec les attentes du public.

Par souci méthodologique, la classification des activités utilisée dans l'analyse n'a pas été présentée aux répondant·es, afin d'éviter d'orienter leur perception de ce qui relève de la culture et de préserver la spontanéité des réponses.

L'entreprise MIS Trend, institut de recherches économiques et sociales et études de marché, a fourni à l'ORC un échantillon représentatif d'environ 1 000 personnes, assorti des principales variables sociodémographiques, garantissant une couverture équilibrée de la population de Suisse romande. Le questionnaire complet se trouve en annexe (ANNEXE 2).

Tableau 1: Structure du questionnaire et blocs thématiques

Bloc	Contenu	Thèmes abordés
Bloc 1	Données sociodémographiques	Âge, genre, formation, nationalité, revenu…
Bloc 2	Activités médiatiques	Fréquence, relationnel, contexte, satisfaction
Bloc 3	Activités culturelles et de loisirs	Sélection d'activités, fréquence, contexte, satisfaction
Bloc 4	Mobilité et obstacles	Déplacements, moyens de transport, freins
Bloc 5	Offres culturelles et de loisirs	Découvrabilité, accès à l'info, évaluation

5.4 Limites de l'enquête

Bien que l'échantillon ait été constitué et redressé par MIS Trend afin de refléter la structure sociodémographique de la population de référence, certaines limites doivent être prises en compte.

D'une part, certains sous-groupes de population restent faiblement représentés, ce qui limite la robustesse statistique des comparaisons par segment. D'autre part, les personnes dites *« non-publics »*, à savoir celles qui ne participent que rarement ou jamais à des activités culturelles ou de loisirs, sont particulièrement difficiles à atteindre et peuvent donc être sous-représentées.

Par ailleurs, les données reposent sur des déclarations des répondant·es, ce qui peut introduire des biais liés à la mémoire ou à la désirabilité sociale (surestimation de certaines pratiques, sous-déclaration d'autres). Enfin, le recours à un panel implique que les répondant·es appartiennent déjà à une population familiarisée avec les enquêtes, ce qui peut influencer leurs réponses.

Ces limites n'invalident pas les résultats de l'enquête, mais invitent à les interpréter avec prudence, en tenant compte des spécificités de l'échantillon et du dispositif méthodologique.

6. INTRODUCTION A L'ANALYSE DES RESULTATS

Le chapitre présente d'abord les tendances générales de l'échantillon, puis, lorsque cela s'avère pertinent, compare les résultats selon diverses variables sociodémographiques. Dans le texte, seuls les écarts les plus marqués ou significatifs sont commentés. Les tableaux complets, y compris certains issus de croisements plus détaillés, sont présentés en annexe.

Les résultats du questionnaire sont présentés principalement à travers trois types de tableaux.

I. **Graphiques**

- **Barres empilées** : cumul de sous-catégories (voir légende).

II. **Tableaux croisés - Moyennes** *(fréquence et évaluations/satisfaction)*

- **Fréquence** : échelle *1 = très souvent → 5 = jamais* (plus la moyenne est basse, plus la pratique est fréquente).
- **Évaluation / satisfaction** : échelles de type *1 = pas du tout → 5 = beaucoup* / *1 = très faible → 5 = excellente* (plus la moyenne est élevée, plus l'appréciation est positive).
- **Mise en évidence** : surbrillance des valeurs clés (p. ex. **≤ 3** pour la fréquence), si appliquée.

III. **Tableaux de répartition en %** *(réponses multiples)*

- « **%** » = **part des répondant·es** de la base considérée qui ont sélectionné l'item.
- **Réponses multiples** : la somme des % peut dépasser 100%.
  Les pourcentages sont arrondis à l'unité.

7. PRESENTATION DE L'ECHANTILLON

7.1 Profil sociodémographique

L'échantillon final comprend 1062 répondant·es, constitué par MIS Trend puis pondéré afin de refléter la structure sociodémographique de la population de référence.

La répartition par genre est équilibrée (51,3% femmes, 48,7% hommes). L'âge est diversifié : les 25-39 ans (25,5%) et les 40-54 ans (24,9%) sont les plus représenté·es, suivi·es des 65 ans et plus (20,6%), des 55-64 ans (15,2%) et des 15-24 ans (13,9%).

Sur le plan territorial, les cantons de Vaud (38,8%) et Genève (24,1%) concentrent la majorité des répondant·es, suivis du Valais (12,9%), Fribourg (11,6%), Neuchâtel (8,3%), le Jura (3,5%) et la partie francophone de Berne (0,9%).

Les niveaux de formation sont variés, dominés par les diplômes professionnels (30,5%) et universitaires/EPF (25,8%). Les autres parcours (maturité, HES/HEP, formations supérieures professionnelles, etc.) sont également bien représentés, tandis que les niveaux les plus bas restent marginaux (6,4%).

En termes de revenus, la majorité se situe dans les catégories moyens supérieurs (41,1%) et moyens inférieurs (32,2%). Les ménages modestes représentent 13,1%, les ménages aisés 7,7%, et 5,9% n'ont pas souhaité répondre.

Enfin, la grande majorité des participant·es sont né·es en Suisse (84,4%), 15,6% à l'étranger. Parmi eux·elles, les nationalités les plus représentées sont la France, l'Italie, le Portugal, l'Espagne et l'Allemagne (ANNEXE 3.1).

7.2 Mobilité géographique

Au-delà de ces caractéristiques, l'enquête s'est intéressée à la mobilité culturelle et de loisirs dans cinq zones : la commune de résidence, d'autres communes, d'autres cantons romands, la Suisse alémanique/le Tessin et l'étranger.

En moyenne, les sorties se concentrent dans la commune de résidence et dans d'autres communes, suivies par les déplacements vers d'autres cantons romands. Les sorties vers la Suisse alémanique, le Tessin ou l'étranger apparaissent plus occasionnelles (Tableau 2).

Tableau 2: Fréquence moyenne des sorties culturelles et de loisirs selon le lieu (1 = très souvent, 5 = jamais)

Lieu des sorties	**Fréquence moyenne** *(1 = très souvent ; 5 = jamais)*
Dans ma commune	3,05
Dans une autre commune	2,79
Dans un autre canton romand	3,37
En Suisse alémanique / au Tessin	4,2
À l'étranger	3,65

Des différences générationnelles apparaissent : les 15-24 ans sortent plus fréquemment dans d'autres communes, tandis que les 65 ans et plus privilégient davantage les sorties à l'étranger. Les tranches intermédiaires présentent un profil plus équilibré, avec une fréquentation régulière des cantons voisins (ANNEXE 3.2).

On observe aussi des variations selon le canton de résidence : les habitant·es de la partie francophone du canton de Berne sortent proportionnellement davantage hors canton, alors que les résident·es des cantons de Vaud et du Valais concentrent davantage leurs activités sur leur propre territoire. Les Genevois·es, de leur côté, se distinguent par une plus forte propension à sortir à l'étranger, probablement en raison de la proximité immédiate avec la France (ANNEXE 3.3).

7.3 Modes de transport

Les transports publics sont surtout utilisés par les jeunes de 15 à 24 ans, puis leur usage diminue progressivement avec l'âge. À l'inverse, la voiture est le mode de déplacement le plus courant chez les adultes entre 25 et 64 ans, tandis que les plus jeunes et les plus âgé·es y ont un recours un peu moins fréquent. La marche est relativement répandue chez les adultes d'âge intermédiaire, mais son usage tend à diminuer après 55 ans. Enfin, le vélo reste peu utilisé dans l'ensemble des groupes d'âge, et particulièrement rare chez les personnes âgées (Tableau 3).

Tableau 3: Modes de transport utilisés pour se rendre à des activités culturelles et de loisirs (1 = très souvent, 5 = jamais)

Groupes d'âge	En transports publics	En voiture	À pied	À vélo
15-24	2,11	2,48	2,83	4,26
25-39	2,83	2,24	2,75	4,02
40-54	2,85	2,15	2,86	4,10
55-64	3,21	2,11	3,14	4,41
65+	2,91	2,17	3,06	4,71
Moyenne	2,86	2,20	2,91	4,25

On observe des différences selon le type de territoire : la voiture est, comme attendu, davantage utilisée en zone rurale, tandis que la marche est plus fréquente en milieu urbain (ANNEXE 3.4).

7.4 Activités hors région et à l'étranger

Enfin, parmi les participant·es ayant déclaré au moins une activité au cours des 12 derniers mois hors région ou à l'étranger, les plus fréquentes sont la visite d'expositions ou de musées, la participation à des festivals ou concerts, ainsi que des activités de plein air (ANNEXE 3.5).

8. ACTIVITES MEDIATIQUES

Les activités médiatiques, y compris la lecture de livres et de BD/manga (cf. chapitre 5.2 pour la classification) occupent une place centrale dans le temps libre. Déjà en 2019, à Lausanne, on observait une démultiplication de ces usages : 87% écoutaient de la musique, 83% déclaraient un usage récréatif d'Internet, devant les chaînes TV (82%), les séries (70%), les réseaux sociaux (60%) et les jeux vidéo (40%) (Moeschler, 2019). Le présent chapitre actualise ce constat pour la Suisse romande en détaillant la fréquence par âge, les modalités sociales, les contextes d'usage et la satisfaction associée.

8.1 Pratiques selon l'âge

L'analyse des fréquences moyennes (Tableau 4) met en évidence de fortes différences générationnelles dans les pratiques culturelles, numériques et de lecture. Les usages numériques sont particulièrement marqués chez les jeunes adultes, notamment la consultation de contenus sur les réseaux sociaux et l'écoute de musique en streaming, nettement moins fréquente chez les seniors. Le visionnage de séries ou de films sur

des plateformes numériques constitue également une pratique largement partagée, mais son intensité est moindre chez les classes d'âge plus élevées.

Certaines pratiques sont communes à tous les âges. La lecture de livres est présente dans l'ensemble des groupes d'âge et tend à être plus fréquente chez les plus âgé·es. À l'inverse, la lecture de bandes dessinées et de mangas demeure plus ponctuelle : une pratique minoritaire mais installée, sans écarts générationnels marqués.

Des pratiques spécifiques se dégagent également au sein des groupes d'âge intermédiaires : l'écoute de podcasts, par exemple, est particulièrement présente chez les 25-39 ans, mais demeure moins intense que les activités les plus pratiquées par les 15-24 ans. À l'inverse, certaines pratiques, comme les visites virtuelles, restent marginales dans toutes les classes d'âge.

Tableau 4: Fréquence moyenne des pratiques médiatiques selon l'âge (1 = très souvent, 5 = jamais)

	15-24 ans	25-39 ans	40-54 ans	55-64 ans	65 ans +	Moyenne
Regarder une série/film en ligne	1,9	1,8	2,3	2,5	3,1	2,3
Ecouter un podcast	3,2	2,9	3,5	3,7	4,0	3,4
Musique en streaming	1,5	1,8	2,5	3,2	3,5	2,5
Contenu sur les réseaux sociaux	1,3	1,7	2,1	2,6	3,2	2,2
Jeu vidéo ou électronique	2,6	2,8	3,2	3,3	3,5	3,1
Visite virtuelle	3,9	3,9	4,4	4,5	4,3	4,2
Lire une BD ou un manga	3,8	3,7	3,9	3,9	4,1	3,8
Lire un livre	2,8	2,6	2,4	2,5	2,4	2,5

Ces résultats confirment le contraste entre des pratiques numériques massivement investies par les jeunes générations et des pratiques plus stables (lecture de livres) ou marginales (visites virtuelles).

8.1.1 Contenus audiovisuels

Le visionnage de films, séries ou émissions en ligne s'impose comme une pratique quasi-généralisée, mais avec de forts écarts générationnels. La majorité des moins de 40 ans déclare regarder régulièrement ces contenus (« souvent » et « très souvent »), les 25-39 ans étant les plus assidu·es. La pratique reste élevée chez les 40-54 ans, mais décroît nettement après 55 ans : près d'un senior sur deux affirme ne jamais ou rarement visionner de contenus en ligne (ANNEXE 3.6).

L'écoute de musique en streaming accentue encore cette fracture : près de trois quarts des 15-24 ans déclarent en écouter très souvent, contre seulement 13% des 65 ans et plus. Les 25-39 ans constituent également un groupe fortement utilisateur, tandis que la pratique recule progressivement avec l'âge (ANNEXE 3.7).

Enfin, l'écoute de podcasts apparaît comme un usage émergent. Elle séduit surtout les 24-39 ans, dont plus de 40% en sont des auditeur·ices régulier·ères (« souvent » et « très souvent »), mais demeure minoritaire dans les autres groupes d'âge et marginale chez les plus âgé·es (ANNEXE 3.8).

8.1.2 Interactions et contenus numériques

La consultation de contenus sur les réseaux sociaux illustre l'un des clivages générationnels les plus marqués. Elle est quasi-généralisée chez les 15-24 ans (près des trois quarts « très souvent ») et reste très présente chez les 25-39 ans, puis nettement moins fréquente après 40 ans. Chez les seniors, près d'un tiers déclarent ne jamais y recourir (ANNEXE 3.9).

Les jeux vidéo et électroniques présentent un profil plus nuancé. Sans surprise, les plus jeunes comptent la plus forte proportion d'usages réguliers, mais un noyau significatif existe aussi parmi les seniors, dont environ un sur cinq joue très souvent. Entre ces deux extrêmes, la pratique est plus sporadique (ANNEXE 3.10).

Enfin, les visites virtuelles de musées, monuments ou expositions demeurent marginales : moins d'un répondant sur dix les pratique régulièrement (« souvent » et « très souvent »), et près de la moitié n'y recourt jamais. Les jeunes adultes (19-24 ans) apparaissent comme les plus disposé·es à tester ces offres (ANNEXE 3.11).

8.1.3 Lecture

La lecture présente une dynamique inverse des usages numériques. La lecture de livres (romans, essais, documents, etc.) reste davantage ancrée chez les générations plus âgées : plus d'un tiers des 65 ans et plus déclarent lire très souvent, contre un peu plus d'un sur dix parmi les 15-24 ans (ANNEXE 3.12).

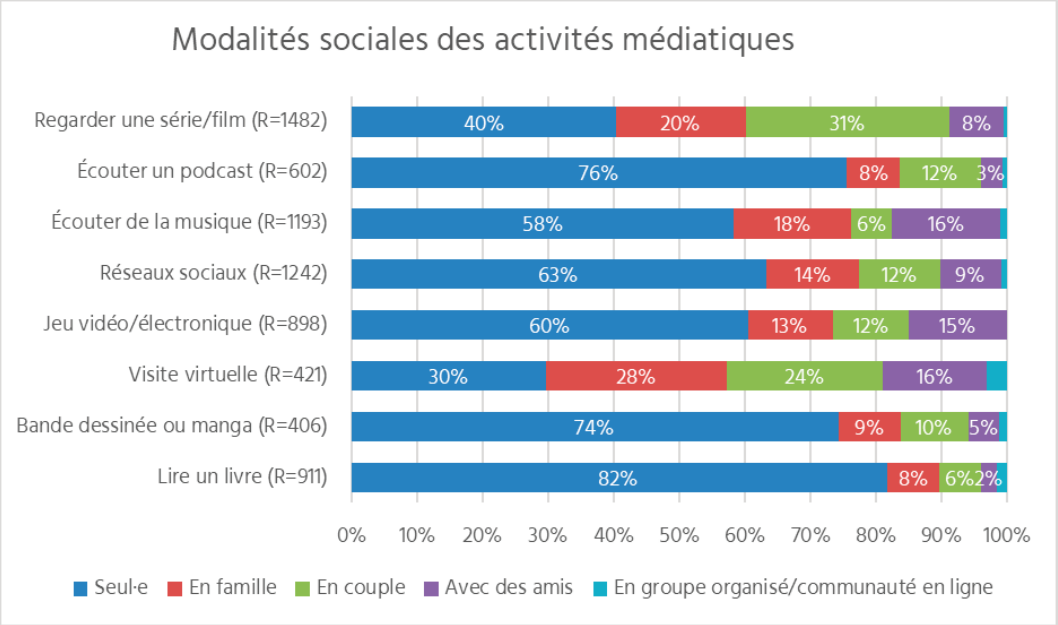
La lecture de bandes dessinées ou de mangas est moins souvent déclarée : moins de 15% des répondant·es en lisent régulièrement et plus d'un tiers n'en lisent jamais. Les 25-39 ans constitue le groupe qui en lit le plus (près de 20% « souvent » et « très souvent »), devant les 15-24 ans (18%), tandis que chez les 65 ans et plus, la lecture régulière tombe à environ 7% (ANNEXE 3.13).

Pour situer ces résultats dans une perspective nationale, l'enquête ELRC 2019 de l'OFS indiquait que la lecture restait très répandue en Suisse : 83% de la population avaient lu au moins un livre dans l'année, un niveau identique à 2014. La lecture de loisirs concernait environ quatre personnes sur cinq, avec une intensité qui augmente avec l'âge, et les femmes comptaient davantage de lectrices assidues que les hommes. Parallèlement, la lecture numérique avait progressé entre 2014 et 2019, tout en demeurant minoritaire (OFS, 2020 ; OFS, 2017).

8.2 Modalités sociales

Le graphique ci-dessous montre la dimension sociale des activités médiatiques, avec une nette prépondérance des pratiques individuelles.

Tableau 5: Répartition des modalités sociales des activités médiatiques (réponses multiples, R = nombre total de réponses par activité)



La lecture se présente comme une activité essentiellement solitaire : un peu plus de huit lecteur·ices de livres sur dix la pratiquent seul·e, une proportion similaire est observée pour la bande dessinée et les mangas. L'écoute de podcasts suit cette même logique, avec près de 80% d'usages individuels. L'écoute de musique et la consultation des réseaux sociaux restent également majoritairement centrées sur l'individu (un peu plus de la moitié des répondant·es), bien qu'elles puissent occasionner des interactions avec des proches ou au sein de communautés en ligne.

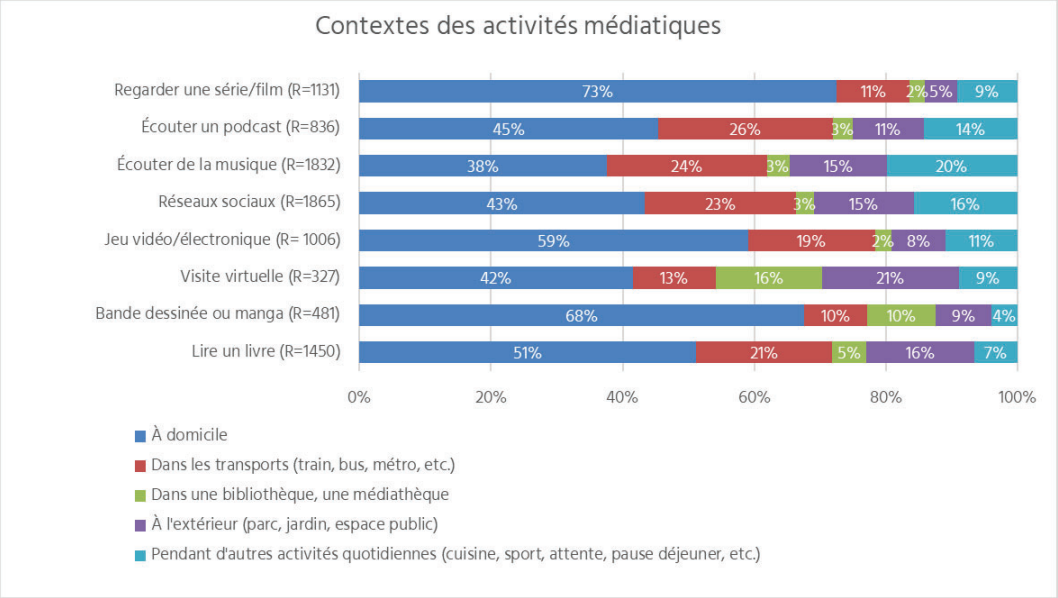
Comme l'ont montré Glévarec, Combes et Cibois (2023) pour les séries, ces usages s'inscrivent dans un mouvement d'individualisation : on s'éloigne des cadres collectifs

au profit de pratiques plus autonomes. Chacun·e compose alors son programme à son rythme, selon ses goûts et ses disponibilités.

8.3 Contextes d'usage

Le graphique ci-dessous illustre les contextes de pratique des activités médiatiques. Le domicile s'impose comme lieu central : près des trois quarts des répondant·es regardent films et séries à la maison (73%), et environ deux tiers y lisent des bandes dessinées ou mangas. La lecture de livres, bien que plus diversifiée, demeure majoritairement domestique (un peu plus d'un·e personne sur deux).

Tableau 6: Répartition des contextes de pratique des activités médiatiques (en pourcentage des répondant·es, N = 1062)



Certaines pratiques se distinguent par leur lien étroit avec la mobilité. 26% des personnes écoutent des podcasts et 24% de la musique dans les transports. La musique accompagne aussi d'autres moments du quotidien (20%). Les réseaux sociaux suivent une logique comparable, consultés par 23% des répondant·es en déplacement et par 16% lors d'autres activités.

Les espaces publics spécialisés, comme les bibliothèques ou les médiathèques, restent peu investis par ces pratiques : ils ne concernent qu'une faible part des usages, sauf pour certaines activités comme les visites virtuelles (16%). D'autres usages s'inscrivent davantage dans des espaces extérieurs informels, comme la lecture de livres dans un parc ou un jardin, par exemple (16%).

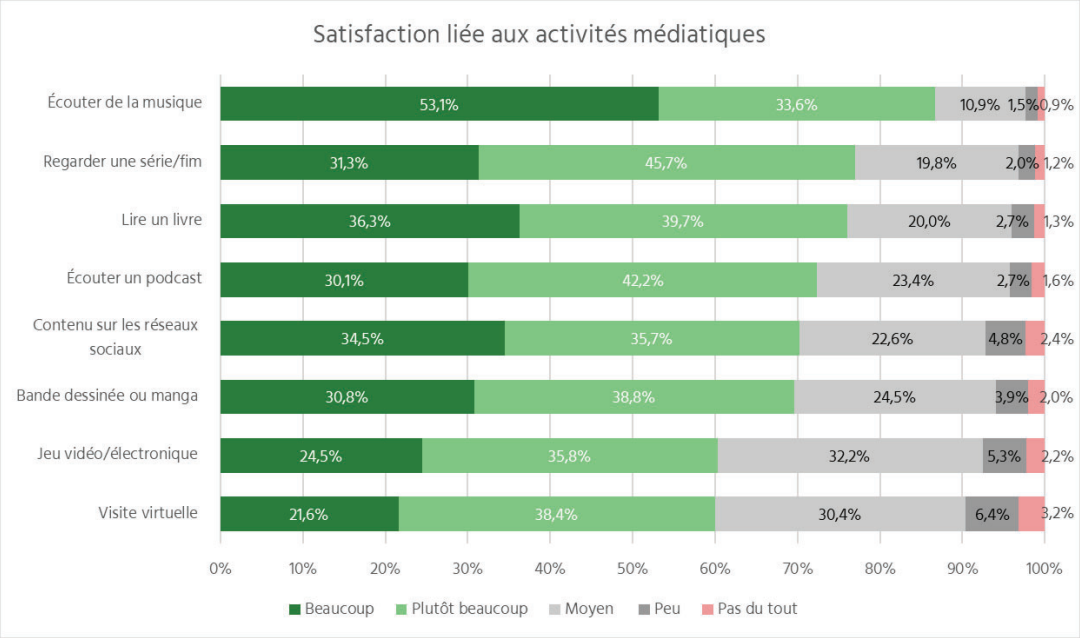
Dans l'ensemble, les résultats confirment la prédominance du domicile comme lieu privilégié, tout en mettant en évidence les formes d'usages spécifiques à la mobilité

(musique, podcasts, réseaux sociaux) ou à certains espaces publics (lecture, visites virtuelles).

8.4 Satisfaction liée aux activités médiatiques

Le graphique ci-dessous présente les niveaux de satisfaction associés aux différentes activités médiatiques. La majorité des répondant·es déclarent une appréciation positive, avec une prédominance de réponses « plutôt » ou « très » positives.

Tableau 7: Niveau de satisfaction déclaré pour chaque activité médiatique (en pourcentage des répondant·es, N = 1062)



L'écoute de musique ressort nettement, avec près de neuf personnes sur dix exprimant une forte satisfaction (87%). La lecture de livres (76%), le visionnage de films ou séries (77%), la consultation de contenus sur les réseaux sociaux (70%) et la lecture de bandes dessinées ou de mangas (70%) suscitent également un fort engouement. Les visites virtuelles (60%) ou les jeux vidéo (60%), recueillent des taux légèrement plus faibles, mais restent globalement appréciées.

Les modalités de réponse « pas du tout » et « peu » restent minoritaires pour l'ensemble des activités, ce qui confrime une perception généralement positive.

Une enquête récente menée en France par l'Observatoire du rapport des Français aux loisirs (2020) aboutit à des constats comparables : sur une échelle 0–10, la lecture et l'écoute de musique arrivent en tête (> 7,5), tandis que les jeux vidéo, les podcasts et le visionnage en ligne se situent un cran en dessous (6,2–6,7), malgré une part non négligeable de notes 9–10. Cela rejoint nos résultats : musique, lecture et visionnage

de films et séries concentrent les niveaux de satisfaction les plus élevés, confirmant l'attrait global des pratiques médiatiques.

En résumé, trois tendances principales se dégagent des activités médiatiques :

- **Une prédominance des usages individuels** : la lecture, l'écoute de musique ou de podcasts se pratiquent majoritairement seul·e, même si certaines activités conservent une dimension partagée, comme les jeux vidéo ou le visionnage de séries ;
- **La centralité du domicile** : il reste le lieu principal de consommation médiatique, tandis que certaines pratiques comme la musique, les podcasts ou les réseaux sociaux s'insèrent aussi dans des contextes mobiles ou multitâches ;
- **Un niveau de satisfaction globalement élevé** : la majorité des répondant·es déclarant apprécier ces pratiques, ce qui souligne leur rôle important dans la recherche de plaisir, de détente et d'évasion au quotidien.

9. ACTIVITES CULTURELLES ET DE LOISIRS

9.1 Activités déclarées et pratiques réelles

Après les activités médiatiques, ce chapitre s'intéresse aux activités culturelles et de loisirs, en commençant par celles identifiées comme les plus populaires. Pour établir ce classement, l'analyse mobilise deux indicateurs complémentaires : la diffusion (part de la population ayant pratiqué l'activité au moins une fois au cours des 12 derniers mois) et l'intensité (part des pratiquant·es déclarant la pratiquer « souvent » ou « très souvent »). Leur combinaison (*diffusion × intensité*) permet d'identifier les activités les plus populaires. Les résultats par activité figurent au Tableau 8.

Tableau 8: Pratiques culturelles et de loisirs : diffusion, fréquence et classement des activités par popularité (diffusion × intensité)

Part de la population ayant participé…	au moins 1 fois / 12 derniers mois)	« souvent » ou « très souvent »	Activités populaires
Pratiquer une activité physique ou de bien-être (sport, méditation)	75%	80%	60%
Faire du shopping	87%	49%	43%
Faire du bricolage ou du jardinage (inclut collections, décoration, customisation d'engins mécaniques)	69%	61%	42%
Jouer à un jeu de société, jeu de rôle	68%	49%	33%
Cuisiner des plats élaborés ou des pâtisseries (hors cuisine quotidienne)	40%	65%	26%
S'engager bénévolement dans une association ou autre	35%	61%	21%
Participer à des expériences gastronomiques ou œnologiques	35%	55%	20%
Assister à un concert ou spectacle musical	55%	34%	19%
Visiter un musée ou une exposition historique, technique, ethnologique, régionale …	45%	41%	19%
Assister à un événement sportif (matchs, compétitions)	45%	41%	18%
Aller au cinéma	65%	28%	18%
Visiter un musée d'art, une exposition ou galerie d'art	48%	37%	17%
Se rendre dans une bibliothèque ou médiathèque	27%	59%	16%
Faire des photos ou des vidéos dans un but artistique	24%	66%	16%
Participer à un événement communautaire ou populaire (fêtes de villages, kermesses, …)	53%	28%	15%
Pratiquer la musique (chant, instrument, groupe, composition, rap, slam)	26%	57%	14%
Visiter un monument, site historique ou archéologique	48%	29%	14%
Dessiner, peindre, sculpter ou créer des œuvres graphiques	21%	67%	14%
Participer à une activité spécifique pour les enfants et les familles	19%	70%	13%
Aller à un festival (tous genres)	40%	33%	13%
Faire de la couture, du tricot ou de la broderie	26%	43%	11%
Écrire (poèmes, romans, textes créatifs)	14%	74%	10%
Visiter un jardin zoologique ou botanique	33%	24%	8%
Sortir en discothèque, boîte de nuit ou faire du clubbing (hors concerts)	17%	44%	8%
Assister à une pièce de théâtre	24%	31%	7%
Assister à un spectacle de ballet ou de danse	13%	36%	5%
Faire du théâtre ou de la danse en amateur	9%	10%	1%

Certaines pratiques, comme le sport ou les activités de bien-être, se distinguent par une forte diffusion (75%) et une intensité élevée (80%), ce qui en fait l'activité la plus pratiquée régulièrement par 60% des répondant·es.

À l'inverse, le shopping, bien que très diffusé (87%), présente une intensité plus faible (49%), signe d'une pratique plus ponctuelle.

D'autres activités, telles que le cinéma (diffusion 65%, intensité 28%) ou les concerts (55% et 34%), sont relativement répandues mais restent plutôt occasionnelles.

À l'opposé, certaines pratiques plus confidentielles, comme l'écriture (diffusion 14%), le dessin/les arts graphiques (21%) ou la couture/le tricot (26%), se caractérisent par une intensité élevée : une large majorité déclarent pratiquer « souvent » ou « très souvent ».

Si l'on considère la colonne « Activités populaires », le tableau confirme la position dominante des activités de sport et de bien-être (60% de la population), suivies d'un ensemble d'activités répandues et à régularité moyenne, comme le shopping (43%) et le bricolage ou jardinage (42%). Viennent ensuite des activités de sociabilité ou de

créativité domestique, telles que les jeux de société (33%) ou la cuisine élaborée (26%), qui conjuguent plaisir, convivialité et engagement personnel. Cette tendance fait écho aux observations dans l'agglomération de Lausanne, où la randonnée, les rencontres entre amis et le sport arrivent en tête, devant la plupart des sorties culturelles (Moeschler, 2019).

Le bénévolat (21%) occupe aussi une place importante, ce qui fait écho au niveau d'engagement élevé en Suisse. Comme le révèle une étude récente, environ deux personnes sur trois s'engagent, dont 41% dans un cadre formel et 51% de manière informelle, et ce malgré la pandémie (Association des Communes Suisses (2025)).

Enfin, les activités de sortie relèvent davantage d'une logique occasionnelle : concerts, musées, événements sportifs ou cinéma concernent chacune près d'un cinquième de la population en pratique régulière, à des niveaux nettement inférieurs aux activités domestiques ou de bien-être.

9.2 Loisirs des personnes déclarant peu ou pas d'activités culturelles (hors activités médiatiques)

Nous avons voulu identifier les activités pratiquées par les personnes qui déclarent zéro ou une seule activité culturelle parmi la liste des 27 activités de culture et de loisirs (hors activités médiatiques). Pour ce faire, nous avons isolé ces répondant·es (N = 250 : 153 ont déclaré une activité culturelle et 97 aucune).

Pour chacun·e de ces participant·es, nous avons ensuite comptabilisé le nombre de mentions par activité afin de repérer les loisirs les plus fréquents dans ce sous-groupe. Le tableau ci-dessous présente les effectifs observés et leur pourcentage rapporté à l'ensemble de ce groupe (N = 250).

Tableau 9: Loisirs déclarés par les personnes ayant déclaré 0–1 activité culturelle (hors activités médiatiques), N = 250

Activité déclarée	Effectif (N=250)	% du sous-groupe
Activité physique ou de bien-être (sport, méditation…)	138	55%
Shopping	127	51%
Bricolage / jardinage, y.c. s'occuper d'une collection, de décoration,	88	35%
Jeux, jeux de société, jeux de rôle	77	31%
Cuisine de plats élaborés ou de pâtisseries (hors cuisine du quotidien)	66	26%
Événement et fête communautaire (fête de village, kermesses, foires…)	60	24%
Assister à un événement sportif (matchs, compétitions)	55	22%
Gastronomie, œnologie	44	18%
Bénévolat dans une association ou autre	44	18%
Activité spécifique pour les enfants et les familles	43	17%
Jardin zoologique ou botanique	34	14%
Couture, tricot, broderie	29	12%
Discothèque, boîte de nuit, clubbing (concerts exclus)	25	10%

Dans ce sous-groupe, les loisirs s'éloignent du registre strictement culturel. En tête figurent l'activité physique et le bien-être (54%), suivis du shopping (50%). Environ un tiers des répondant·es pratique le bricolage ou le jardinage (35%) et les jeux de société ou de rôle (30%), tandis qu'un quart mentionne la cuisine élaborée (26%) ou la participation à des fêtes et événements communautaires (24%).

Viennent ensuite des pratiques moins répandues : la fréquentation d'événements sportifs (21%), la gastronomie/œnologie et le bénévolat (18% chacun), les activités spécifiques pour les enfants et les familles (17%), puis, plus rarement, la visite de zoos ou jardins botaniques (14%), la couture/tricot/broderie (12%) et les sorties en discothèque (10%).

Pris ensemble, ces résultats dessinent un paysage structuré autour de trois pôles principaux :

- Des activités corporelles et sociales (sport/bien-être, événements sportifs, jeux, fêtes)
- Des savoir-faire domestiques (bricolage, jardinage, cuisine, couture)
- Une sociabilité locale et collective (bénévolat, activités familiales, fêtes communautaires).

Ces loisirs, pour la plupart auto-organisés et ancrés localement, demandent peu de planification et s'intègrent aisément dans les rythmes de vie quotidiens. Ils se distinguent ainsi des pratiques culturelles institutionnelles, souvent plus formelles et planifiées.

9.3 Activité culturelle unique déclarée : répartition des déclarations (hors activités médiatiques)

Parmi l'ensemble des répondant·es (N = 1062), 153 (env. 14 %) n'ont déclaré qu'une seule activité culturelle, tout en mentionnant plusieurs autres loisirs (sport, bricolage, tricot, etc.). L'examen de ce sous-groupe met en évidence les pratiques culturelles les plus souvent retenues en priorité à l'échelle individuelle, dans un contexte où les loisirs sont variés mais les pratiques culturelles restent peu nombreuses.

Tableau 10 : Répartition des activités culturelles déclarées seules (N = 153, personnes ayant déclaré une seule activité culturelle)

Activité déclarée	Effectif (N = 153)	% du sous-groupe
Aller au cinéma	32	21%
Aller à un festival (tous genres)	16	10%
Se rendre dans une bibliothèque ou médiathèque	14	9%
Visiter un monument, site historique ou archéologique	14	9%
Visiter un musée d'art, une exposition ou galerie d'art	13	8%
Assister à un concert ou spectacle musical	13	8%
Faire des photos ou des vidéos dans un but artistique	13	8%
Visiter un musée ou une exposition historique, technique, etc.	8	5%
Pratiquer la musique (chant, instrument, etc.)	9	6%
Dessiner, peindre, sculpter ou créer des œuvres graphiques	7	5%
Assister à un spectacle de ballet ou de danse	4	3%
Écrire (poèmes, romans, textes créatifs)	4	3%
Assister à une pièce de théâtre	3	2%
Faire du théâtre ou de la danse en amateur	3	2%

Le cinéma arrive en tête (32 mentions). Puis viennent, dans un même ordre de grandeur, les festivals (16), bibliothèques/médiathèques et monuments (14), musées et concerts (13). Les pratiques d'expression personnelle (photographie, musique, arts graphiques) sont moins fréquemment citées par les personnes ayant indiqué une seule activité culturelle.

À noter que toutes les pratiques artistiques en amateur (écriture, musique, photographie, arts graphiques, théâtre, etc.) apparaissent, même si elles sont moins souvent retenues : chacune a été citée comme unique activité culturelle.

9.4 Modalités sociales de participation

Le tableau ci-dessous présente la répartition des activités selon les modalités sociales déclarées. Dans l'ensemble, il met en évidence la prépondérance des pratiques individuelles, mais aussi l'existence de configurations familiales, conjugales ou collectives selon la nature de l'activité.

Tableau 11: Répartition des modalités de pratique par activité (réponses multiples, R = nombre total de réponses par activité)

	1 Seul·e	2 En famille	3 En couple	4 Avec des amis	5 En groupe organisé/communauté en ligne	6 Dans un contexte professionnel, avec des collègues	Effectif (N)
Lieux, manifestations							
Visiter un monument, site historique ou archéologique	15%	31%	28%	20%	4%	2%	366
Visiter un musée ou une exposition historique, technique, ethnologique, régionale, archéologique, scientifique	15%	33%	32%	16%	1%	3%	326
Visiter un musée d'art, une exposition ou galerie d'art	17%	23%	34%	23%	2%	1%	311
Assister à un concert ou spectacle musical	13%	22%	34%	30%	1%	0%	373
Aller au cinéma	14%	27%	35%	24%	0%	0%	395
Assister à une pièce de théâtre	8%	24%	34%	28%	1%	4%	183
Aller à un festival (tous genres)	13%	19%	32%	35%	1%	1%	304
Assister à un spectacle de ballet ou de danse	14%	19%	38%	26%	2%	1%	104
Se rendre dans une bibliothèque ou médiathèque	49%	22%	10%	12%	3%	4%	186
Pratique artistique en amateur							
Dessiner, peindre, sculpter ou créer des œuvres graphiques	58%	9%	15%	11%	5%	3%	113
Faire des photos ou des vidéos dans un but artistique	49%	14%	18%	18%	1%	1%	147
Écrire (poèmes, romans, textes créatifs)	85%	5%	5%	4%	0%	1%	79
Pratiquer la musique (chant, instrument, groupe, composition, rap, slam)	37%	10%	13%	20%	15%	5%	117
Faire du théâtre ou de la danse en amateur	10%	8%	13%	36%	13%	21%	39
Activités de loisirs							
Pratiquer une activité physique ou de bien-être (sport, méditation)	49%	11%	16%	17%	6%	1%	703
Faire du bricolage ou du jardinage (inclut collections, décoration, customisation d'engins mécaniques)	53%	19%	0%	23%	3%	3%	386
Cuisiner des plats élaborés ou des pâtisseries (hors cuisine quotidienne)	47%	23%	21%	7%	1%	1%	331
Faire de la couture, du tricot ou de la broderie	79%	8%	6%	4%	3%	0%	110
Jouer à un jeu de société, jeu de rôle	4%	40%	31%	24%	1%	0%	549
Participer à des expériences gastronomiques ou œnologiques (restaurants, dégustations de vins, événements culinaires, etc.)	7%	24%	34%	27%	3%	5%	347
Faire du shopping	43%	19%	21%	16%	1%	0%	623
S'engager bénévolement dans une association ou autre	46%	5%	12%	20%	16%	3%	217
Visiter un jardin zoologique ou botanique	9%	67%	8%	12%	4%	1%	154
Sortir en discothèque, boîte de nuit ou faire du clubbing (hors concerts)	15%	42%	27%	14%	1%	2%	196
Participer à un événement communautaire ou populaire (fêtes de villages, kermesses, braderies, foires)	9%	3%	26%	57%	3%	3%	117
Assister à un événement sportif (matchs, compétitions)	9%	3%	26%	57%	3%	3%	117
Participer à une activité spécifique pour les enfants et les familles	15%	29%	18%	26%	11%	1%	315

N. B. Les cellules surlignées en vert indiquent le contexte le plus fréquemment cité pour chaque activité (valeur la plus élevée de la ligne)

Les sorties culturelles (lieux et manifestations) se font majoritairement accompagnées, en particulier en couple et avec des ami·es. Le cinéma (35% en couple, 27% en famille, 24% avec des amis) et les concerts (34% en couple, 30% avec des amis) illustrent bien ce profil. Les festivals inversent légèrement cet ordre (35% avec des amis, 32% en couple). Dans les musées, la part familiale reste marquée (jusqu'à

33% en famille) aux côtés du couple (32%). Seule exception notable : la bibliothèque/médiathèque, à dominante individuelle (49% seul·es).

Ces résultats rejoignent ceux observés lors de l'enquête sur les publics de la culture à Lausanne : 85% du public était accompagné (principalement par un·e conjoint·e ou des ami·es), contre seulement 16% déclarant sortir seul·es (Moeschler, 2019).

À l'inverse, les pratiques artistiques en amateur sont nettement plus individualisées : 85% des répondant·es écrivent seul·es, 58% dessinent ou peignent seul·es, et 49% pratiquent la photo ou la vidéo artistique de manière individuelle. Certaines activités mobilisent toutefois davantage de collectif : la musique (20% avec des ami·es, 15% en groupe organisé) ou le théâtre amateur (36% avec des ami·es, 13% en groupe, 21% en contexte associatif ou professionnel).

Le champ des activités de loisirs est plus diversifié. Plusieurs activités sont principalement individuelles (couture/tricot 79%, bricolage/jardinage 53%, activité physique/bien-être 49%, cuisine élaborée 47%, shopping 43%). D'autres relèvent surtout de la famille (zoo/jardin botanique 67%, jeux de société 40%). Certaines se vivent davantage en couple (expériences gastronomiques 34%, jeux de société 31%) ou entre ami·es (événements communautaires 57%, événements sportifs 57%). Le bénévolat combine les deux registres : collectif structuré (16%) et réseau amical (20%)

En résumé, les sorties culturelles sont majoritairement vécues en groupe (couple, ami·es, famille) et les pratiques en amateur tendent à être solitaires, tandis que les loisirs mêlent ces registres selon l'activité. Ces résultats confirment une forte individualisation de nombreuses pratiques, aux côtés de pratiques culturelles collectives, marquées par une expérience sociale et relationnelle partagée, en particulier pour les sorties.

9.5 Formes de satisfaction selon les types d'activités

L'expérience déclarée des activités culturelles et de loisirs est globalement positive, avec des niveaux élevés sur l'ensemble des dimensions. Les résultats font apparaître des profils de satisfaction différenciés selon les catégories d'activités, montrant que les bénéfices peuvent se cumuler tout en variant selon la nature des pratiques.

Le tableau 12 ci-dessous fait ressortir des profils de satisfaction différenciés selon les types d'activités : certaines se distinguent surtout par leur dimension exploratoire (visites de musées ou de monuments), d'autres par leur contribution au bien-être global (pratiques artistiques ou physiques), d'autres encore par leur fonction relationnelle (festivals, événements sportifs, fêtes populaires).

Tableau 12: Satisfaction moyenne par activité et dimensions d'effets perçus (1 = pas du tout, 5 = beaucoup). Surbrillance > 3.5

	Découvrir, apprendre, enrichir mes connaissances	Passer du temps avec mes proches	Rencontrer de nouvelles personnes	M'évader du quotidien, rompre avec la routine	Exprimer ma créativité
Lieux, manifestations					
Monument, site historique ou archéologique	4,26	3,86	2,24	3,79	2,11
Musée ou exposition historique, technique, ethnologique, régionale, ...	4,32	3,80	2,21	3,84	2,26
Musée d'art, exposition ou galerie d'art	4,12	3,67	2,13	3,67	2,45
Concert ou spectacle musical	3,48	4,06	2,78	4,16	2,21
Cinéma	3,54	3,89	1,88	4,03	2,05
Pièce de théâtre	3,74	3,97	2,64	4,06	2,23
Festival (tous genres)	3,53	4,13	3,20	4,22	2,31
Bibliothèque ou médiathèque	4,07	2,57	2,13	3,05	2,42
Spectacle de ballet ou de danse	3,74	3,74	2,77	3,74	2,59
Pratiques en amateur					
Dessiner, peindre, sculpter ou créer des œuvres graphiques	3,55	2,71	2,06	4,04	4,35
Photos ou des vidéos dans un but artistique	3,67	2,80	2,30	3,75	4,25
Écrire (poèmes, romans, textes créatifs)	3,63	1,81	1,87	3,79	4,39
Musique (chant, instrument, groupe, composition, rap, slam)	3,85	2,97	2,96	4,07	3,99
Théâtre, danse en amateur	3,71	3,18	3,46	3,71	3,68
Activités de loisirs					
Activité physique ou de bien-être (sport, méditation)	3,11	2,85	2,55	4,04	2,25
Bricolage, jardinage, collections, décoration, customisation ...	3,57	2,93	1,79	3,68	3,49
Plats élaborés ou des pâtisseries (hors cuisine quotidienne)	3,95	3,40	1,99	3,60	3,79
Couture, du tricot ou de la broderie	3,28	2,13	1,80	3,36	3,66
Jeu de société, jeu de rôle	3,28	4,46	2,18	3,63	2,60
Expériences gastronomiques ou œnologique	3,75	4,31	2,80	3,92	2,19
Shopping	2,40	2,99	1,97	3,09	2,15
Bénévolat dans une association ou autre	3,83	2,68	4,01	3,65	2,73
Jardin zoologique ou botanique	3,89	4,11	2,22	4,01	2,14
Discothèque, boîte de nuit ou faire du clubbing (hors concerts)	2,48	4,25	3,49	3,97	2,49
ıement communautaire ou populaire (fêtes de villages, kermesses, ...)	3,15	3,86	3,41	3,76	2,05
ıement sportif (matchs, compétitions)	3,02	4,05	3,11	3,89	2,03
Activité spécifique pour les enfants et les familles	3,59	4,47	2,83	3,92	2,73

9.5.1 Activités culturelles : enrichissement et évasion

Dans les lieux et manifestations (musées, monuments, bibliothèques, concerts, théâtre, cinéma, festivals), la découverte domine pour les visites patrimoniales et muséales (4,1-4,3 pour musées/monuments, 4,07 pour bibliothèques/médiathèques). Les concerts, pièces de théâtre, cinéma et surtout festivals se distinguent plutôt par l'évasion (jusqu'à 4,22 aux festivals) et par le temps partagé avec les proches (autour de 4,0 à 4,1). Les rencontres nouvelles restent plus modestes dans ces contextes, à l'exception des festivals.

9.5.2 Pratiques artistiques : expression personnelle et bien-être

Comme attendu, les pratiques artistiques en amateur (écriture, dessin/peinture/sculpture, photo/vidéo, musique, théâtre amateur) se caractérisent par une créativité très élevée (4,25-4,39 pour écriture, arts visuels, photo) et un bien-être substantiel (autour de 4,0). La musique et le théâtre/la danse amateur cumulent créativité, évasion et, dans une certaine mesure, sociabilité lorsqu'ils impliquent un collectif.

9.5.3 Activités de loisirs : polyvalence et créativité

Les loisirs plus quotidiens (sport, jardinage, cuisine, couture, bénévolat, événements collectifs, etc.) présentent un profil plus hétérogène. L'activité physique ou de bien-être (sport, méditation) se distingue par le score le plus élevé en bien-être (4,63), tout en obtenant des résultats solides dans les autres dimensions. Le bricolage/jardinage, la cuisine élaborée et la couture/le tricot associent détente, savoir-faire et créativité (3,5-3,8). Les jeux de société et les activités familiales privilégient la convivialité (respectivement 4,46 et 4,47 pour le temps avec les proches). Le bénévolat et les événements communautaires favorisent les rencontres nouvelles (jusqu'à 4,01 pour le bénévolat). Des activités plus récréatives comme le clubbing ou le shopping sont moins centrées sur la découverte ou la créativité, mais offrent malgré tout une évasion et un bien-être perçu non négligeables.

En résumé, les formes de satisfaction varient selon les univers d'activités : la découverte prédomine dans les pratiques patrimoniales et culturelles (musées, monuments, bibliothèques), la créativité s'affirme dans les pratiques en amateur (musique, écriture, arts visuels), la convivialité et le bien-être caractérisent surtout les loisirs du quotidien (activités physiques, culinaires ou familiales). Ces dimensions peuvent toutefois se combiner selon les contextes, reflétant la diversité et la complémentarité des expériences.

10. OBSTACLES A LA PARTICIPATION

Afin de mieux comprendre les freins à la participation, les répondant·es ont été invité·es à indiquer les obstacles rencontrés au cours des 12 derniers mois pour prendre part à des activités culturelles ou de loisirs. Les réponses proposées couvraient à la fois des facteurs personnels (manque de temps, d'envie), des contraintes économiques ou logistiques (coût, transport, accessibilité), ainsi que des freins symboliques ou culturels (manque d'information, sentiment de ne pas être à sa place).

Les résultats révèlent que les freins les plus fréquents sont d'ordre économique et temporel. Le manque de temps est l'obstacle le plus cité (52 % des répondant·es), devant le coût trop élevé (43 %) et l'éloignement des activités (37 %). Près de trois personnes sur dix évoquent un manque d'envie (29 %), environ une sur cinq un manque d'information (19 %), et une sur six les difficultés d'accès ou une offre trop réduite dans leur région (15 % chacun).

Enfin, les freins plus « symboliques » (barrières linguistiques/culturelles, sentiment de ne pas être à sa place) sont rarement cités. Cela tient sans doute au périmètre de la

question qui mêlait culture et loisirs, moins propice à activer les enjeux de légitimité que les enquêtes centrées sur l'accessibilité à la culture dite légitime (en particulier institutionnelle).

Tableau 13: Obstacles à la participation à des activités culturelles ou de loisirs : part des répondant·es ayant cité chaque obstacle (réponses multiples, N = 1062)

Obstacles	Effectif (mentions)	Part des répondant·es
Manque de temps	547	51,5%
Coût trop élevé	452	42,6%
Activité trop éloignée	393	37,0%
Manque d'envie	306	28,8%
Manque d'information	200	18,8%
Difficulté d'accès (transport, horaires	163	15,3%
Offre trop réduite dans ma région	162	15,3%
Barrières linguistiques ou culturelles	72	6,8%
Impression de ne pas être à sa place	40	3,8%
Autres (à préciser)	62	5,8%

Replacés dans la continuité des enquêtes depuis 2008, ces résultats confirment la hiérarchie des obstacles observée au niveau suisse. En 2008, l'OFS mettait d'abord en avant les contraintes de temps et d'horaires, le coût arrivant ensuite (OFS, 2009). En 2019, au niveau suisse, le manque de temps restait en tête (50%), devant l'insuffisance de moyens financiers (32%) (OFS, 2020). Le canton de Vaud présentait un profil proche (49% citaient le temps, 40% les finances) (Statistique Vaud & SERAC, 2019). Notre enquête menée en Suisse romande retrouve cet ordre : le manque de temps reste en tête (52 %), devant le coût (43 %), avec des variations selon l'âge. Cette comparaison doit être lue avec prudence, les périmètres et les modalités de questionnement n'étant pas strictement identiques.

10.1 Obstacles selon l'âge

Comme le montre le Tableau 14 ci-dessous, les obstacles à la participation varient nettement selon l'âge.

Tableau 14: Obstacles à la participation à des activités culturelles ou de loisirs : Part de chaque de chaque obstacle selon l'âge (réponses multiples, N = 1062)

Groupe d'âge	Coût trop élevé	Manque de temps	Manque d'envie	Difficulté d'accès	Activité éloignée	Offre réduite	Manque d'information	Barrières linguistiques	Légitimité	Autres
15–24	23%	24%	13%	7%	13%	7%	8%	3%	1%	1%
25–39	24%	27%	5%	9%	14%	9%	6%	2%	2%	2%
40–54	20%	31%	5%	5%	17%	8%	7%	2%	3%	3%
55–64	17%	27%	7%	6%	20%	7%	9%	4%	2%	2%
65+	18%	13%	7%	10%	23%	8%	8%	5%	1%	6%

N.B. Les trois valeurs les plus élevées sont mises en évidence pour chaque tranche d'âge.

Chez les 25-54 ans, les principaux freins sont surtout le manque de temps (jusqu'à 31% chez les 40-54 ans) et le coût jugé trop élevé (24% chez les 25-39 ans), auxquels s'ajoute plus modestement l'éloignement des activités (14% pour les 25-39 ans, 17% pour les 40-54 ans). Les 15-24 ans évoquent également la contrainte financière (23%), mais se distinguent par un manque d'envie plus fréquent (13%).

Chez les 65 ans et plus, les principaux obstacles relèvent surtout de contraintes logistiques : près d'un quart évoquent la distance trop importante des activités (23%) et 10% des difficultés d'accès (transport, horaires). L'offre réduite dans leur région (8%) et, dans une moindre mesure, les barrières linguistiques (5%) renforcent cette impression d'éloignement. En revanche, les freins plus symboliques comme le sentiment de ne pas être à sa place restent très marginaux chez les seniors, comme dans l'ensemble des groupes d'âge (1-3%). Ces résultats suggèrent que les inégalités d'accès à la culture et aux loisirs tiennent d'abord à des facteurs territoriaux et pratiques.

10.2 Obstacles selon le niveau de revenu

L'analyse met en évidence des différences nettes dans les obstacles rencontrés selon le niveau de revenu (Tableau 15).

Tableau 15: Obstacles à la participation à des activités culturelles et de loisirs : Part de chaque obstacle dans les réponses selon le niveau de revenu (réponses multiples, N = 1062)

	Coût trop élevé	Manque de temps	Manque d'envie	Difficulté d'accès	Activité trop éloignée	Offre réduite	Manque d'information	Barrières linguistiques	Légitimité
Modeste	30%	14%	9%	8%	18%	7%	6%	3%	3%
Moyen inférieur	20%	20%	14%	6%	16%	6%	9%	3%	2%
Moyen supérieur	15%	28%	12%	7%	16%	7%	9%	3%	1%
Aisé	7%	29%	15%	8%	16%	7%	10%	2%	2%
Pas de réponse	22%	21%	15%	6%	16%	6%	6%	3%	1%

N.B. Les trois valeurs les plus élevées sont mises en évidence pour chaque niveau de revenu.

Chez les répondant·es aux revenus modestes, le frein le plus cité reste le coût trop élevé (30%), suivi de l'éloignement des activités (18%) et, dans une moindre mesure, du manque de temps (14%). Les ménages moyens inférieurs présentent un profil intermédiaire : les obstacles financiers demeurent importants (20%), mais le manque de temps est cité avec la même intensité (20%).

À partir des revenus moyens supérieurs et aisés, les obstacles financiers deviennent logiquement beaucoup moins présents (15% et 7% respectivement). Les freins dominants concernent surtout le manque de temps (28–29%), suivi par l'activité trop éloignée (16%). Dans ces groupes, apparaissent aussi des obstacles tels que le manque d'envie (15% chez les aisés).

En résumé, les ménages modestes sont avant tout limités par des contraintes économiques et matérielles, tandis que les ménages plus aisés évoquent principalement des contraintes organisationnelles (notamment liées au temps) et, dans une moindre mesure, un manque d'envie ou de priorité accordée à ces activités.

Au-delà des croisements présentés, certaines analyses complémentaires, notamment selon l'ancienneté de résidence des personnes nées à l'étranger, constituent des pistes d'exploration, mais n'ont pas été publiées ici faute d'effectifs suffisants et de comparaisons robustes.

11. ACCES A L'OFFRE : INFORMATION, VISIBILITE ET ADEQUATION

11.1 Sources d'information

Pour comprendre comment les publics se tiennent informés de l'offre culturelle et de loisirs, l'enquête mesure, par tranche d'âge, la fréquence d'usage de sept canaux ainsi que la moyenne générale. Le Tableau 16 présente, pour chaque canal, la moyenne observée.

Tableau 16: Fréquence d'utilisation des sources d'information culturelles selon l'âge (1 = très souvent, 5 = jamais). Surbrillance ≤ 3.

Groupes d'âge	Média traditionnel (journal, radio, TV)	Agenda des manifesta-tions	Réseaux sociaux	Site web	Bouche-à-oreille	Affiche et flyer	Newsletter
15-24	3,3	3,9	1,9	2,5	2,5	3,4	4,1
25-39	3,1	3,4	2,4	2,4	2,6	3,2	3,7
40-54	2,8	3,4	2,9	2,5	2,6	3,1	3,7
55-64	2,5	3,3	3,4	2,7	2,7	3,2	3,6
65 ans +	2,2	3,0	3,8	3,0	2,8	3,1	3,4
Moyenne générale	2,8	3,4	2,9	2,6	2,6	3,2	3,7

Globalement, deux canaux ressortent comme points d'accès centraux : les sites web et le bouche-à-oreille (moyenne générale = 2,6 chacun), même si leur usage varie selon les groupes d'âge. À titre de comparaison, l'enquête sur les publics lausannois montrait une tendance proche : en proportion de répondant·es citant chaque canal, le bouche-à-oreille (62%) précédait Internet (55%), les affiches (46%) et la presse/magazines (43%) (Moeschler, 2019).

Chez les 15-24 ans, les réseaux sociaux dominent nettement (1,9, moyenne la plus basse de l'ensemble), devant les sites web et le bouche-à-oreille (2,5 chacun). Les agendas et newsletters sont en revanche très peu mobilisées (3,9 et 4,1).

Parmi les 25-39 ans, sites web et réseaux sociaux sont les plus utilisés (2,4), juste devant le bouche-à-oreille (2,6). Chez les 40-54 ans, le profil est plus équilibré : sites web (2,5) et bouche-à-oreille (2,6) restent en tête, suivis des réseaux sociaux (2,9) et médias traditionnels (2,8).

Pour les 55-64 ans, les médias traditionnels passent en tête (2,5), tandis que sites web et bouche-à-oreille restent présents (2,7) et que les réseaux sociaux reculent (3,4). Chez les 65 ans et plus, les médias traditionnels prédominent (2,2), loin devant les

sites web (3,0) et surtout les réseaux sociaux (3,8). Le bouche-à-oreille reste utilisé à tous les âges (2,8).

Dans tous les groupes, affiches/flyers et newsletters demeurent secondaires (3,1–3,7 selon l'âge).

11.2 Satisfaction vis-à-vis de l'offre

Pour mieux saisir la perception de l'offre culturelle et de loisirs dans leur région, les répondant·es ont été invité·es à évaluer cinq aspects : connaissance de l'offre, accès à l'information, qualité et pertinence de l'information, ainsi que diversité et adéquation de l'offre.

Tableau 17: Évaluation de l'offre culturelle et de loisirs (1 = très faible, 5 = excellente)

Dimension évaluée	Moyenne (1= très faible, 5 = excellente
Niveau de connaissance de l'offre culturelle et de loisirs	2,74
Facilité d'accès à l'information concernant cette offre	3,21
La pertinence et la qualité de l'information disponible	3,29
Adéquation de l'offre avec les attentes	3,13
Diversité de l'offre culturelle et de loisirs	3,03

L'évaluation est globalement positive : les moyennes se situent autour de 3 et restent proches d'un aspect à l'autre. Les mieux notés sont la qualité/pertinence de l'information (3,29) et la facilité d'accès à l'information (3,21), devant l'adéquation (3,13) et la diversité (3,03). Le niveau de connaissance de l'offre (2,74) obtient le score le plus bas.

Des croisements par âge, canton, formation ou situation professionnelle notamment n'ont pas fait apparaître de variations marquées, ils ne sont donc pas détaillés ici.

12. CONCLUSION

Du point de vue analytique, notre enquête s'inscrit dans une approche intégrée des pratiques culturelles et de loisirs. Elle conçoit la participation culturelle au-delà de la fréquentation des institutions ou de la consommation de contenus artistiques, en y incluant un ensemble plus large d'usages du temps libre, d'activités récréatives et de formes d'engagement personnel et symbolique.

En mobilisant conjointement les registres du culturel, du loisir et du semi-loisir (jardinage, bricolage, etc.), l'enquête met en évidence la porosité entre ces domaines et la manière dont ils s'articulent dans les usages ordinaires. Ce choix méthodologique

éclaire également les logiques de pratique de publics peu ou pas présents dans les lieux culturels, non pas sous l'angle de l'inactivité, mais en rendant visibles d'autres formes d'engagement, expressives, relationnelles et personnelles. Cette perspective rejoint les évolutions récentes de la recherche, qui insistent sur le rôle des contextes sociaux des activités de temps libre, qu'il s'agisse des cadres de sociabilité (famille, amis, associations) ou des espaces de réalisation (domicile, extérieur, numérique).

En intégrant ces différentes dimensions (participation, sociabilité, mobilité, numérique et bénéfices perçus), notre approche offre une lecture renouvelée des activités culturelles et de loisirs en Suisse romande. Elle met en évidence la diversité des usages, les inégalités d'accès et l'émergence de nouvelles manières de participer à la vie culturelle, plus hybrides (entre activités numériques et sorties), plus ancrées localement et dans la vie quotidienne.

Sur cette base, plusieurs tendances attendues se dégagent. Les activités numériques constituent désormais la norme, en particulier chez les 15-24 ans, tandis que la lecture est présente à tous les âges mais demeure plus marquée chez les générations âgées. Ces pratiques s'inscrivent majoritairement dans un cadre individuel et domestique, même si la musique, les podcasts et les réseaux sociaux accompagnent fréquemment les déplacements.

Parmi les activités culturelles et de loisirs, le sport et le bien-être représentent la pratique régulière la plus partagée, tandis que les sorties culturelles sont fréquemment citées mais pratiquées de façon peu régulière. Certaines activités moins répandues, comme l'écriture, les arts graphiques ou les travaux textiles, se distinguent par une assiduité soutenue. Lorsque l'engagement culturel est faible, ce sont alors les loisirs auto-organisés et de proximité qui structurent le plus les temps libres.

L'expérience déclarée des activités est globalement positive : elle est élevée pour les pratiques numériques et la lecture, plus nuancée pour les visites virtuelles et les jeux vidéo. Si les bénéfices se cumulent souvent, un profil domine selon les types d'activités : la découverte pour les musées et monuments, le lien social pour les festivals, la créativité pour les pratiques amateurs, et le bien-être pour les activités physiques et manuelles.

Les conditions de participation apparaissent marquées par des contraintes matérielles et temporelles : le manque de temps et le coût ressortent comme principaux freins, avec des variations selon l'âge : contrainte financière pour les jeunes, distance et transports pour les seniors.

Enfin, les modes d'accès à l'offre reflètent des logiques générationnelles : les réseaux sociaux dominent chez les jeunes, tandis que les médias traditionnels restent centraux pour les plus âgé·es. Le bouche-à-oreille conserve globalement une place importante. Quant à la perception de l'offre locale de culture et de loisirs locale, elle est jugée globalement positive par les répondant·es qui relèvent des marges d'amélioration en matière de visibilité et d'adéquation aux attentions.

Pris ensemble, ces résultats dessinent un paysage de pratiques marqué par la diversité des usages, la porosité entre culture et loisir et des formes de participation hybrides, ancrées localement et différenciées selon les âges et les contextes sociaux. Ce cadre d'analyse offre une lecture intégrée et actualisée des dynamiques des pratiques culturelles et de loisirs en Suisse romande.

13. BIBLIOGRAPHIE

Association des Communes Suisses. (2025, 9 septembre). *Observatoire du bénévolat en Suisse 2025 : La Suisse, pays du bénévolat*. https://www.chgemeinden.ch/fr/newsroom/beitrag/2025_09_09_Observatoire-du-b-n-volat-en-Suisse-2025-La-Suisse-pays-du-b-n-volat.php

Bollo, A., Dal Pozzolo, L., & Ravagnan, G. (2017). *Culture and Social Well-being Framework for Evaluation*. Fondazione Fitzcarraldo.

Doduik, V. (2020). *La perception des activités culturelles et de loisirs au Mucem : une étude de réception*. Marseille : Mucem.

Donnat, O. (2009). *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*. Paris : La Découverte / Ministère de la Culture.

Dubois, V. (2021). *La culture et les classes populaires*. Paris : La Découverte.

Eurostat. (2023). Culture statistics – use of ICT for cultural purposes. *Statistics Explained*. Consulté le 11 septembre 2025, à l'adresse https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?oldid=684980

Eurostat. (2024). Statistiques de la culture – participation culturelle. *Statistics Explained*. Consulté le 11 septembre 2025, à l'adresse https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/

Glévarec, H., Combes, C., & Cibois, P. (2023, 23 mars). *Individualisation, différenciation et concernement pour les séries télévisées. Confrontation des*

enquêtes Pratiques culturelles 2018 et SERIES Elipss 2018 [préprint HAL]. HAL. https://hal.science/hal-04042997

Glévarec, H., Combes, C., Nowak, R., & Cibois, P. (2024). Les sorties culturelles des Français·es. *Terrains/Théories*, (19). https://doi.org/10.4000/13c56 OpenEdition Journals+2doaj.org+2

Inspection générale des affaires culturelles (IGAC), Ministère de la Culture. (2024, 23 juillet). *Rapport sans annexes : projet de rapport IGAC ruralité* [Rapport]. Consulté le 11 septembre 2025, à l'adresse https://www.culture.gouv.fr/content/download/356736/pdf_file/20240723%20Rapport%20sans%20annexes_Projet%20de%20rapport%20IGAC%20ruralit%C3%A9.pdf

Institut de statistique de l'UNESCO (ISU). (2009). *Cadre pour les statistiques culturelles (CSC 2009).* ISU. https://unesdoc.unesco.org/

Institut de statistique de l'UNESCO (ISU). (2012). *Mesurer la participation culturelle : Manuel pratique.* ISU. https://unesdoc.unesco.org/

Ministère de la Culture. (2020). *Enquête sur les pratiques culturelles des Français, 2018* [Ensemble de données]. https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Etudes-et-statistiques/Publications/Collections/Enquetes/Enquete-2018-sur-les-pratiques-culturelles-des-Francais

Ministère de la Culture (France) & Ministère de la Culture et des Communications du Québec. (2020). *La découvrabilité des contenus culturels francophones à l'ère du numérique* [Rapport de la mission franco-québécoise]. Consulté le 11 septembre 2025, à l'adresse https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/culture-communications/documents/decouvrabilite-donnees-ouvertes/Decouvrabilite-Rapport.pdf

Ministère de la Culture (France), & Ministère de la Culture et des Communications du Québec. (2025). *Stratégie France-Québec 2025-2030 pour la diversité des contenus culturels dans l'environnement numérique*. https://www.culture.gouv.fr/espace-documentation/publications-revues/strategie-france-quebec-2025-2030-pour-la-diversite-des-contenus-culturels-dans-l-environnement-numerique Ministère de la Culture+1

Marguerin, L. (2015). La culture à l'ère des plateformes : la demande comme construction sociale. In J. Caune (dir.), *Culture et communication à l'ère numérique* (pp. 89-104). PUF.

Meier-Dallach, H.-P., et al. (1992). *Enquête sur les loisirs et la culture en Suisse*. Office fédéral de la statistique.

Millery, E. et Garcia, L. (2023). Loisirs des villes, loisirs des champs ? L'accès à l'offre et aux loisirs culturels dépend du lieu de résidence mais aussi des caractéristiques sociales des individus. Culture études, 5(5), 1-32. https://doi.org/10.3917/cule.235.0001.

Ministère de la Culture – Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS). (2022). *Atlas Culture : dynamiques et disparités territoriales culturelles en France*. *Culture études*, 2022-3. https://www.culture.gouv.fr/Media/medias-creation-rapide/CE-2022-3_Atlas-Culture_Dynamiques-et-disparites-territoriales-culturelles.pdf

Moeschler, O. (2019). *Les publics de la culture à Lausanne : formes de participation et inégalités*. Université de Lausanne / Ville de Lausanne.

Observatoire des politiques culturelles. (2024, 18 avril). *Pourquoi sortons-nous ? Quatre expériences de sortie culturelle à l'étude*. Le Média – Observatoire des politiques culturelles. https://www.observatoire-culture.net/etude-quatre-experiences-sortie-culturelle/ Observatoire des politiq4.8ues culturelles

Observatoire du rapport des Français aux loisirs. (2020). *Enquête sur les loisirs et la culture en France* [Rapport]. Observatoire Société & Consommation (ObSoCo).OCDE. (2022). *Assessing national digital strategies and their governance* (OECD Digital Economy Papers, No. 324). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/baffceca-en

OCDE. (2022). *Assessing National Digital Strategies and their Governance* (OECD Digital Economy Papers, No. 324). Paris : OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/baffceca-en

Office fédéral de la culture (OFC). (2022). *Statistique de poche de la culture en Suisse 2022*. OFC.

Office fédéral de la statistique (OFS). (2009). *Les pratiques culturelles en Suisse. Enquête 2008 : Premiers résultats* (No. 1062-0900). OFS. https://www.bfs.admin.ch/asset/en/347087

Office fédéral de la statistique (OFS). (2017). *Statistique des pratiques culturelles 2014 : Livres, ebooks, bandes dessinées et bibliothèques* (No. 1616-1403). OFS. https://www.bfs.admin.ch/bfsstatic/dam/assets/3243673/master

Office fédéral de la statistique (OFS). (2020). *Les pratiques culturelles en Suisse : principaux résultats 2019 et comparaison avec 2014* (No. 1616-1900). Neuchâtel : OFS. https://dam-api.bfs.admin.ch/hub/api/dam/assets/15044400/master

Siblot, Y., Cartier, M., Milly, B., & Retière, J.-N. (2015). *Sociologie des classes populaires contemporaines*. Armand Colin.

Statistique Vaud & Service des affaires culturelles du Canton de Vaud (SERAC). (2019). *Pratiques culturelles dans le canton de Vaud en 2019*. Lausanne : Canton de Vaud.

UNESCO. (2005). *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* [Traité international]. UNESCO.

UNESCO. (2022). *Re/Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474

Weingartner, S., & Rössel, J. (2019). Changing dimensions of cultural consumption? The space of lifestyles in Switzerland from 1976 to 2013. *Poetics, 74*, Article 101345. https://doi.org/10.1016/j.poetic.2019.01.001

Weingartner, S., & Rössel, J. (2022). Comportements culturels en Suisse : Dimensions et évolution 1976–2019. *Social Change in Switzerland, 32*. FORS & LIVES (Université de Lausanne). Consulté le 11 septembre 2025, à l'adresse https://www.socialchangeswitzerland.ch/?p=3192

14. LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Structure du questionnaire et blocs thématiques 16
Tableau 2: Fréquence moyenne des sorties culturelles et de loisirs selon le lieu (1 = très souvent, 5 = jamais) 20
Tableau 3: Modes de transport utilisés pour se rendre à des activités culturelles et de loisirs (1 = très souvent, 5 = jamais) 21
Tableau 4: Fréquence moyenne des pratiques médiatiques selon l'âge (1 = très souvent, 5 = jamais) 22
Tableau 5: Répartition des modalités sociales des activités médiatiques (réponses multiples, R = nombre total de réponses par activité) 24
Tableau 6: Répartition des contextes de pratique des activités médiatiques (en pourcentage des répondant·es, N = 1062) 25
Tableau 7: Niveau de satisfaction déclaré pour chaque activité médiatique (en pourcentage des répondant·es, N = 1062) 26
Tableau 8: Pratiques culturelles et de loisirs : diffusion, fréquence et classement des activités par popularité (diffusion × intensité) 28
Tableau 9: Loisirs déclarés par les personnes ayant déclaré 0–1 activité culturelle (hors activités médiatiques), N = 250 30
Tableau 10 : Répartition des activités culturelles déclarées seules (N = 153, personnes ayant déclaré une seule activité culturelle) 31
Tableau 11: Répartition des modalités de pratique par activité (réponses multiples, R = nombre total de réponses par activité) 32
Tableau 12: Satisfaction moyenne par activité et dimensions d'effets perçus (1 = pas du tout, 5 = beaucoup). Surbrillance > 3.5 34
Tableau 13: Obstacles à la participation à des activités culturelles ou de loisirs : part des répondant·es ayant cité chaque obstacle (réponses multiples, N = 1062) 36
Tableau 14: Obstacles à la participation à des activités culturelles ou de loisirs : Part de chaque de chaque obstacle selon l'âge (réponses multiples, N = 1062) 36
Tableau 15: Obstacles à la participation à des activités culturelles et de loisirs : Part de chaque obstacle dans les réponses selon le niveau de revenu (réponses multiples, N = 1062) 38
Tableau 16: Fréquence d'utilisation des sources d'information culturelles selon l'âge (1 = très souvent, 5 = jamais). Surbrillance ≤ 3. 39
Tableau 17: Évaluation de l'offre culturelle et de loisirs (1 = très faible, 5 = excellente) 40

15. ANNEXES

ANNEXE 1 : Méthodologie

1.1 Liste des activités médiatiques

Activités médiatiques	Regarder une série ou un film, une émission (plateforme, TV, etc.) Écouter un podcast Jeux vidéo ou électroniques (sur téléphone portable, ordinateur, console de jeux, tablette, etc.) Visite virtuelle d'un musée, un monument, une exposition Écouter de la musique Visionner du contenu sur les réseaux sociaux (vidéos, stories, reels, posts, ...) Lecture (livre, ebook, audiolivre) Lecture d'une BD ou manga

1.2 Liste des activités culturelles et de loisirs

Lieux, manifestations	Monument, site historique ou archéologique Musée ou exposition (historique, technique, ethnologique, archéologique, scientifique, régional) Jardin zoologique ou botanique Musée d'art, exposition ou galerie d'art Concert ou spectacle musical Cinéma Théâtre Festival (tous genres) Bibliothèque ou médiathèque Spectacle de ballet ou de danse
Pratiques en amateur	Dessin, peinture, sculpture, création graphique Faire des photos ou des vidéos Écriture de poèmes, de romans... Musique (chant, instrument, groupe, composition, rap, slam) Théâtre, danse
Activités de loisirs	Une activité physique ou de bien-être (sport, méditation...) Bricolage / jardinage, y.c. s'occuper d'une collection, de décoration, customiser des engins mécaniques (voitures, motos...) Cuisine de plats élaborés ou de pâtisseries (hors cuisine du quotidien)

Couture, tricot, broderie
Jeux, jeux de société, jeux de rôle
Gastronomie, œnologie
Shopping
Engagement bénévole dans une association ou autre
Discothèque, boîte de nuit, clubbing (concerts exclus)
Événement et fête communautaire, fête de village, manifestation urbaine (kermesse, braderie, foire…)
Événement sportif (concours d'athlétisme, match de football, de hockey)
Activité spécifique pour les enfants et les familles

ANNEXE 2 : Questionnaire

Culture et loisirs : enquête sur les activités des Suisses romand·es

Questionnaire

Bloc 1 – Questions socio-démographiques (a)

Q1 Dans quel groupe d'âge vous situez-vous ?

- 15-24
- 25-39
- 40-54
- 55-64
- 65 ans et plus

Q2 Comment définissez-vous votre genre ?

- Femme
- Homme
- Non-binaire
- Autre
- Ne souhaite pas répondre

Q3 Quel est le code postal de votre lieu d'habitation ? …

Bloc 2 : Activités (a)

Q4 À quelle fréquence avez-vous pratiqué les activités ci-dessous au cours des 12 derniers mois ?

Très souvent, souvent, de temps en temps, rarement, jamais

Regarder une série, un film ou une émission sur une plateforme numérique (Netflix, TV en replay, etc.)
Écouter un podcast
Jouer à un jeu vidéo ou électronique (sur téléphone, ordinateur, console, tablette)
Faire une visite virtuelle (musée, monument, exposition)
Écouter de la musique en streaming
Consulter du contenu sur les réseaux sociaux (vidéos, stories, reels, posts)
Lire une bande dessinée ou manga
Lire un livre (roman, essai, document, etc.)

(Q5 à Q7 répondre pour chaque activité ci-dessus pratiquée au moins « peu souvent)

Q5 Avec qui avez-vous pratiqué cette activité en général ?

Plusieurs réponses possibles

- Seul·e
- En famille
- En couple
- Avec des amis
- En groupe organisé/communauté en ligne
- Autre (précisez)

Q6 Dans quel lieu ou contexte avez-vous pratiqué cette activité ?

Plusieurs réponses possibles

- À domicile
- Dans les transports (train, bus, métro, etc.)
- Dans une bibliothèque, une médiathèque
- À l'extérieur (parc, jardin, espace public)
- Pendant d'autres activités quotidiennes (cuisine, sport, attente, pause déjeuner, etc.)
- Autre (précisez)

Q7 Dans quelle mesure cette activité vous apporte-t-elle de la satisfaction en général (Ex : découvrir, apprendre de nouvelles choses, s'évader du quotidien) sur une échelle de 1 à 5 ou 1 signifie pas du tout et 5 beaucoup ? *(échelle 1-5)*

Bloc 3- Activités (b)

Q8 Parmi les activités culturelles et de loisirs listées ci-dessous, quelles sont celles que vous avez pratiquées dans les 12 derniers mois, ne serait-ce que de temps en temps ?

Visiter un monument, site historique ou archéologique	☐
Visiter un musée ou une exposition historique, technique, ethnologique, régionale, archéologique, scientifique	☐
Visiter un musée d'art, une exposition ou galerie d'art	☐
Assister à un concert ou spectacle musical	☐
Aller au cinéma	☐
Assister à une pièce de théâtre	☐

Aller à un festival (tous genres)	☐
Se rendre dans une bibliothèque ou médiathèque	☐
Assister à un spectacle de ballet ou de danse	☐
Dessiner, peindre, sculpter ou créer des œuvres graphiques	☐
Faire des photos ou des vidéos dans un but artistique	☐
Écrire (poèmes, romans, textes créatifs)	☐
Pratiquer la musique (chant, instrument, groupe, composition, rap, slam)	☐
Faire du théâtre ou de la danse en amateur	☐
Pratiquer une activité physique ou de bien-être (sport, méditation)	☐
Faire du bricolage ou du jardinage (inclut collections, décoration, customisation d'engins mécaniques)	☐
Cuisiner des plats élaborés ou des pâtisseries (hors cuisine quotidienne)	☐
Faire de la couture, du tricot ou de la broderie	☐
Jouer à un jeu de société, jeu de rôle	☐
Participer à des expériences gastronomiques ou œnologiques (restaurants, dégustations de vins, événements culinaires, etc.)	☐
Faire du shopping	☐
S'engager bénévolement dans une association ou autre	☐
Visiter un jardin zoologique ou botanique	☐
Sortir en discothèque, boîte de nuit ou faire du clubbing (hors concerts)	☐
Participer à un événement communautaire ou populaire (fêtes de villages, kermesses, braderies, foires)	☐
Assister à un événement sportif (matchs, compétitions)	☐
Participer à une activité spécifique pour les enfants et les familles	☐

Sélectionner aléatoirement 5 activités au maximum pratiquées en Q8

➔ Q9-Q11 par activité sélectionnée

Les questions suivantes portent sur 5 activités au maximum tirées au sort parmi celles que vous avez sélectionnées.

Q9 Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous pratiqué cette activité ?

Très souvent, souvent, de temps en temps, rarement

Q10 Avec qui avez-vous pratiqué cette activité en général ?

Plusieurs réponses possibles

- Seul·e
- En famille
- En couple
- Avec des ami·es
- En groupe organisé/communauté en ligne
- Dans un contexte professionnel, avec des collègues
- Autre (précisez)

Q11 Dans quelle mesure cette activité vous apporte-t-elle de la satisfaction en général sur une échelle de 1 à 5 ou 1 signifie pas du tout et 5 beaucoup ? Cette activité m'a permis de…. (Niveau d'accord 1-5)
- Découvrir ou apprendre de nouvelles choses, enrichir mes connaissances
- Passer du temps avec mes proches
- Rencontrer de nouvelles personnes
- M'évader du quotidien, rompre avec la routine
- Exprimer ma créativité
- Contribuer à mon bien-être physique ou mental

Bloc 4 – Mobilité / obstacles

Q12 Ces 12 derniers mois, où se sont déroulées vos sorties culturelles et de loisirs ?

Très souvent, souvent, de temps en temps, rarement, jamais

- Dans ma commune
- Dans une autre commune
- Dans un autre canton romand
- En Suisse alémanique / au Tessin
- À l'étranger

Q13 Ces 12 derniers mois, quels modes de transport avez-vous utilisé pour vous rendre à ces activités ?

Très souvent, souvent, de temps en temps, rarement, jamais

- En transports publics
- En voiture

- À pied
- À vélo

Q14 Au cours des 12 derniers mois, lors de vos déplacements à l'étranger ou en dehors de votre région, avez-vous participé à des activités culturelles ou de loisirs ? Si oui, lesquelles ? (Plusieurs réponses possibles)
- Assister à un festival ou un concert
- Visiter une exposition ou un musée
- Assister à un spectacle (théâtre, danse, etc.)
- Visiter une foire ou un salon (foire du livre, du vin, biennale d'art, etc.)
- Pratiquer des activités de plein air (randonnée, ski, etc.)
- Découvrir le patrimoine local (site historique, monuments, etc.)
- Autres (à préciser)

Q15 Quelles ont été, ces 12 derniers mois, les obstacles à votre participation à une activité culturelle ou de loisirs ?

Plusieurs réponses possibles

- Coût trop élevé
- Manque de temps
- Manque d'envie
- Difficulté d'accès (transport, horaires)
- Activité trop éloignée
- Offre trop réduite dans ma région
- Manque d'information
- Barrières linguistiques ou culturelles
- Impression de ne pas être à sa place
- Autres (à préciser)

Bloc 5 – Connaissance et satisfaction de l'offre

Q16 Ces 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé les sources d'information suivantes pour être informée des offres concernant les activités culturelles et de loisirs qui vous intéressent ?

Très souvent, souvent, de temps en temps, rarement, jamais

- Média traditionnel (journal, radio, TV)
- Agenda des manifestations
- Réseaux sociaux
- Site web

- Bouche-à-oreille
- Affiche et flyer
- Newsletter

Q17 Comment évaluez-vous les aspects suivants relatifs à l'offre culturelle et de loisirs dans votre région sur une échelle de 1 à 5 ou 1 signifie très faible et 5 excellente ?
(très faible-excellent 1.5)
- Votre niveau de connaissance de l'offre culturelle et de loisirs
- La facilité d'accès à l'information concernant cette offre
- La pertinence et la qualité de l'information disponible
- L'adéquation de l'offre avec vos attentes
- La diversité de l'offre culturelle et de loisirs

Bloc 6 – Questions socio-démographiques (b)

Q18 Quel est votre plus haut niveau de diplôme obtenu ?

- École obligatoire non terminée
- École obligatoire
- 10e année, 1 an de préapprentissage, école d'orientation professionnelle
- École de degré diplôme, école de culture générale
- Apprentissage, école professionnelle, maturité professionnelle
- École secondaire supérieure, maturité gymnasiale, école normale
- Formation professionnelle supérieure avec maîtrise, brevet ou diplôme fédéral
- Haute école spécialisée, ESCEA, technicum, Haute école pédagogique (HEP)
- Université, EPF

Q19 Si vous considérez l'ensemble des revenus de votre ménage, diriez-vous que votre ménage est de niveau…

- Modeste
- Moyen inférieur
- Moyen supérieur
- Aisé
- Pas de réponse

Q20 Êtes-vous né·e en Suisse ou à l'étranger ?

- En Suisse → Q8
- A l'étranger → Q7

Q21 Depuis combien d'années vivez-vous en Suisse ?

- Moins d'une année
- 1 à 5 ans
- 6 à 10 ans
- Plus de 10 ans

Q22 De quel(s) pays avez-vous la nationalité ?

Plusieurs réponses possibles

- Suisse
- France
- Allemagne
- Italie
- Portugal
- Espagne
- Albanie
- Australie
- Autriche
- Bosnie-Herzégovine
- Brésil
- Canada
- Croatie
- Chine
- Etats-Unis (USA)
- Inde
- Kosovo
- Macédoine du Nord
- Pays-Bas
- Royaume-Uni (Grande-Bretagne)
- Serbie
- Sri Lanka
- Turquie
- Autres pays d'Afrique
- Autres pays d'Amérique centrale ou du sud
- Autres pays d'Asie
- Autres pays d'Europe
- Autres pays d'Océanie
- Pas de réponse

Q23 Avez-vous des commentaires (souhaits, attentes) ?

ANNEXE 3 : Tableaux

3.1 Principales nationalités étrangères déclarées

Nationalité	**Effectif**	**% de l'échantillon**
Suisse	947	89,2%
- Dont au moins une nationalité étrangère	231	21,8%
France	128	11%
Italie	68	6,4%
Portugal	41	3,9%
Espagne	24	2,2%
Allemagne	13	1,2%
Autres pays (< 1 % chacun)	72	6,8%
Nationalités multiples (> 2)	18	1,7%

3.2 Fréquence moyenne des sorties culturelles et de loisirs selon l'âge et la zone géographique (1 = très souvent ; 5 = jamais)

Groupes d'âge	**Dans ma commune**	**Dans une autre commune**	**Dans un autre canton romand**	**En Suisse alémanique / au Tessin**	**A l'étranger**
15-24	3,30	2,66	3,40	4,30	3,33
25-39	3,13	2,74	3,13	4,04	3,47
40-54	3,06	2,75	3,44	4,23	3,68
55-64	3,03	2,84	3,52	4,29	3,79
65+	2,77	2,94	3,48	4,31	3,92
Total général	3,05	2,79	3,37	4,20	3,65

3.3 Fréquence moyenne des sorties culturelles et de loisirs selon le lieu et le canton de résidence (1 = très souvent ; 5 = jamais)

	Dans ma commune	Dans une autre commune	Dans un autre canton romand	En Suisse alémanique / au Tessin	A l'étranger
Canton de Berne	2,86	2,71	2,71	3,43	3,07
Canton de Fribourg	3,18	2,83	3,11	4,07	3,71
Canton de Genève	2,94	2,80	3,31	4,14	3,46
Canton du Jura	3,00	2,59	3,20	4,27	3,63
Canton de Neuchâtel	2,92	2,79	3,12	4,07	3,85
Canton de Vaud	3,14	2,81	3,50	4,26	3,64
Canton du Valais	2,85	2,74	3,46	4,36	3,87
Moyenne	3,05	2,79	3,37	4,20	3,65

3.4 Modes de transport utilisés pour se rendre à des activités culturelles et de loisirs selon le niveau géographique (1 = très souvent, 5 = jamais)

Niveau géographique	En transports publics	En voiture	À pied	À vélo
Intermédiaire (périurbain dense et centres ruraux)	3,20	1,87	3,05	4,27
Rural	3,39	1,79	3,15	4,38
Urbain	2,60	2,43	2,80	4,21
Moyenne générale	2,86	2,20	2,91	4,25

3.5 Activités culturelles et de loisirs pratiquées hors région ou à l'étranger (effectifs)

Activité	Nombre de répondant·es
Aucune activité hors région/étranger	211
Visite d'expositions ou de musées	348
Participation à des festivals ou concerts	252
Activités de plein air (randonnée, ski, etc.)	71
Spectacles vivants	60
Foires ou salons	53
Découverte du patrimoine local	47
Autres réponses	19

3.6 Regarder une série, un film ou une émission sur une plateforme numérique (Netflix, TV en replay, etc.) – Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupes d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	37,2%	31,8%	23,0%	8,1%	0,0%
25–39 ans	51,7%	25,1%	16,6%	4,8%	1,8%
40–54 ans	37,6%	25,1%	23,6%	6,5%	7,3%
55–64 ans	31,5%	21,6%	21,6%	13,6%	11,7%
65 ans et +	15,5%	22,4%	17,8%	26,5%	18,7%
Moyenne	35,7%	24,9%	19,8%	11,0%	8,2%

3.7 Écouter de la musique en streaming - Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupes d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	72,8%	11,6%	12,9%	2,7%	0,0%
25–39 ans	50,9%	24,7%	17,0%	5,5%	1,8%
40–54 ans	33,7%	25,8%	16,7%	13,3%	10,6%
55–64 ans	17,4%	18,6%	23,6%	14,9%	25,5%
65 ans et +	12,8%	11,9%	22,3%	18,3%	34,4%
Moyenne	37,5%	18,5%	18,5%	10,9%	14,5%

3.8 Écouter un podcast - Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupes d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	12,2%	18,2%	19,6%	31,1%	18,9%
25–39 ans	18,9%	22,6%	26,7%	16,3%	15,6%
40–54 ans	9,1%	15,2%	21,2%	28,0%	26,5%
55–64 ans	6,2%	12,3%	19,8%	34,0%	27,8%
65 ans et +	4,1%	7,3%	17,8%	26,9%	43,8%
Moyenne	10,1%	15,1%	21,0%	27,3%	26,5%

3.9 Consulter du contenu sur les réseaux sociaux - Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupe d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	74,8%	15,0%	8,8%	1,4%	0,0%
25–39 ans	60,5%	19,2%	11,4%	4,4%	4,4%
40–54 ans	37,9%	31,8%	12,5%	9,8%	8,0%
55–64 ans	26,5%	30,9%	20,0%	11,1%	11,5%
65 ans et +	18,7%	15,0%	21,5%	17,4%	27,4%
Moyenne	43,7%	22,4%	14,8%	8,8%	10,3%

3.10 Jouer à un jeu vidéo ou électronique (sur téléphone, ordinateur, console, tablette) - Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupes d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	31,3%	23,1%	23,1%	19,0%	3,4%
25–39 ans	21,0%	26,9%	20,3%	17,0%	14,8%
40–54 ans	10,4%	29,9%	26,8%	18,6%	14,0%
55–64 ans	15,4%	17,9%	19,1%	16,0%	31,5%
65 ans et +	19,3%	18,8%	11,0%	8,3%	42,7%
Moyenne	20,3%	21,8%	17,7%	13,8%	24,5%

3.11 Faire une visite virtuelle (musée, monument, exposition) - Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupes d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	6,8%	5,4%	24,5%	32,7%	30,6%
25–39 ans	2,2%	10,4%	24,4%	24,1%	38,9%
40–54 ans	0,8%	3,4%	11,4%	25,1%	59,3%
55–64 ans	0,0%	1,2%	12,3%	25,3%	61,1%
65 ans et +	1,8%	2,3%	14,2%	26,0%	55,7%
Moyenne	2,5%	5,1%	18,2%	26,8%	47,5%

3.12 Lire un livre (roman, essai...) - Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupes d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	12,1%	28,2%	25,5%	26,8%	7,4%
25–39 ans	21,9%	27,0%	29,6%	15,6%	5,9%
40–54 ans	32,6%	19,7%	31,8%	13,3%	2,6%
55–64 ans	33,3%	19,8%	24,1%	13,0%	9,9%
65 ans et +	37,9%	21,5%	14,2%	16,4%	10,0%
Moyenne	28,2%	23,1%	23,1%	17,1%	8,5%

3.13 Lire une bande dessinée ou un manga - Répartition par groupe d'âge et fréquence

Groupes d'âge	Très souvent	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
15–24 ans	2,7%	15,0%	23,1%	32,0%	27,2%
25–39 ans	8,9%	10,7%	20,0%	28,5%	31,9%
40–54 ans	6,1%	8,0%	19,7%	26,5%	39,8%
55–64 ans	4,9%	8,0%	22,8%	24,1%	40,1%
65 ans et +	1,4%	6,0%	14,2%	32,6%	42,2%
Moyenne	4,8%	9,5%	20,0%	28,7%	36,2%