



Ekhoscènes



Musiques Actuelles en Tournée
Recherche et Innovation pour la
Coopération et l'Ecoconception

Publics et transition écologique du live

Etude qualitative
Projet M.A.T.R.I.C.E pour
Ekhoscènes
Laurence Berlea-Granel

Présentation du 15 Juin 2026

Cadrage de l'approche qualitative



Pourquoi cette étude ?

Le spectacle vivant est confronté à des enjeux de transition écologique croissants. Dans le cadre du Projet M.A.T.R.I.C.E, Ekhoscènes a souhaité intégrer la voix des spectateurs au sein des réflexions-actions en cours. Explorer comment les publics perçoivent ces enjeux et se projettent est devenu indispensable pour accompagner le secteur dans ses transformations.



Pourquoi un volet qualitatif ?

Le Baromètre du Public du Spectacle Vivant, réalisé chaque année par Harris Interactive / Toluna pour Ekhoscènes depuis 2014, fournit des mesures quantitatives sur les pratiques et les opinions des Français vis-à-vis des spectacles. Le focus groupe permet d'explorer et de comprendre les logiques, les représentations et les conditions d'adhésion qui ne s'expriment pas dans un questionnaire. Le périmètre de cette étude qualitative est plus restreint que celui du Baromètre car on se concentre ici sur l'objet du Projet M.A.T.R.I.C.E : les concerts et festivals de musiques actuelles.



Complémentarité avec le Baromètre du Public du Spectacle Vivant

Les résultats qualitatifs viennent éclairer et approfondir les données du Baromètre. Ils permettent de donner du sens aux chiffres et d'identifier les leviers d'action concrets pour le secteur. Ils ne mesurent pas les points de vue du public, mais apportent des éléments pour mieux les expliquer.

Fiche méthodologique



Echantillon

Un échantillon de **personnes recrutées sur la base d'un questionnaire filtre de recrutement** :

- 5 femmes et 3 hommes
- Agées **de 23 à 45 ans**,
- Public régulier de concerts/festivals (au moins deux la dernière année)
 - Catégories socio-professionnelles diverses
- Répartis France entière (diversité des tailles d'agglomération)
- Ayant des goûts artistiques diversifiés



Mode de recueil

Recueil en ligne en visio

2h30 de réunion à partir d'un guide d'animation structuré sur :
La place du spectacle vivant dans leur vie ;
Le parcours spectateur et les arbitrages associés ;
Les représentations de l'écologie appliquée au spectacle vivant ;
Les attentes envers les artistes, organisateurs et spectateurs ;
L'acceptabilité des évolutions possibles en matière de mobilité, de production des spectacles et d'expérience sur site ;
Les leviers permettant d'engager les publics sans dégrader l'expérience vécue.



Date

Jeudi 28 mai 2026



6 visages du public des concerts et des festivals

Les échanges lors du focus groupe ont permis de **construire 6 personas qui figurent autant de visages du public et de rapports à la transition écologique**. Derrière une même envie de vivre des émotions fortes, les publics n'entretiennent pas tous le même rapport au spectacle vivant ni à la transition écologique.

Le livret graphique détaillé des personas est consultable sur ce lien.



Edgar
Le passionné immersif
"Le spectacle comme expérience totale."
23 ans, Région parisienne

Julie
L'exploratrice culturelle
"La découverte et l'expérience avant tout."
29 ans, Vichy

Cédric
L'épicurien pragmatique
"Profiter sans culpabilisation."
44 ans, Marseille

Aïana
L'esthète culturelle
"La recherche de qualité artistique et d'authenticité."
30 ans, Lyon

Sylvie
La maman arbitre
"Concilier plaisir, budget et contraintes familiales."
45 ans, Saintes

Alice
La festivalière conviviale
"Le plaisir collectif et la convivialité."
37 ans, Guérande

Enseignements principaux



#1

Le live comme refuge émotionnel dans un monde sous tension

Les participants ne décrivent pas les concerts et festivals comme de simples loisirs. Ils les présentent comme **des moments de respiration, de plaisir et de reconnexion qui prennent une valeur particulière dans un contexte marqué par les tensions économiques, les préoccupations environnementales, les incertitudes géopolitiques, la perte de lien et l'isolement face à la montée du numérique et la charge mentale du quotidien.**

Au-delà de la musique, les concerts et festivals permettent de vivre quelque chose devenu rare : **une émotion positive collective, authentique et partagée (entre spectateurs et avec les artistes).** Cette fonction de refuge explique l'attachement très fort à l'expérience et la vigilance vis-à-vis de toute évolution susceptible d'en altérer la qualité.



Ce que cela signifie pour le secteur

La transition écologique ne peut être pensée uniquement sous l'angle de la réduction des impacts. Elle doit également **préserver ce que les publics viennent chercher** : une parenthèse de plaisir, de lien social et d'émotions positives.



#2

Live et impact écologique : une réalité qui interpelle lorsqu'elle est découverte

Pour la plupart des participants, l'impact environnemental ne fait pas spontanément partie de l'expérience live. Lorsqu'ils pensent à un concert ou un festival, ils pensent d'abord aux artistes, à l'ambiance, aux émotions ou aux souvenirs.

L'annonce du poids réel des déplacements des publics dans l'empreinte carbone des événements agit comme un révélateur. Les participants découvrent un impact qu'ils n'avaient jamais réellement envisagé et se montrent interpellés davantage que sceptiques.



Ce que cela signifie pour le secteur

Avant même de chercher à faire évoluer les comportements, il faut informer sur les différents types d'impacts et les objectiver. La pédagogie et l'information apparaissent comme des prérequis à toute démarche de mobilisation.

#3

La transition est déjà en marche : de nombreuses actions déjà adoptées sont autant de points d'appui

Les participants ne partent pas de zéro. Dans leur quotidien comme dans leurs pratiques de festivaliers ou de spectateurs, ils ont déjà intégré de nombreuses évolutions : tri, réemploi, gourdes, limitation du plastique, restauration locale ou dispositifs de mobilité.

Certaines mesures, comme les écocups, sont devenues tellement habituelles qu'elles ne sont même plus perçues comme des actions environnementales. Elles font désormais partie de l'expérience normale.

Les participants identifient bien les initiatives écologiques des organisateurs qu'ils expérimentent directement. Plus que de nouvelles mesures, ils expriment un besoin d'information et de lisibilité sur ce qui est fait.



Ce que cela signifie pour le secteur

Le défi n'est plus seulement d'agir. Il est désormais de rendre visibles les actions existantes et de montrer concrètement leur utilité.



#4

Les publics sont prêts à évoluer à condition que la transition préserve la magie du live

Le groupe ne rejette pas les changements. Les participants se montrent ouverts à de nombreuses évolutions concernant les transports, la restauration ou certaines pratiques sur site pendant l'évènement.

La ligne rouge apparaît ailleurs : toute mesure qui dégraderait le plaisir, l'émotion, la convivialité ou la fluidité de l'expérience est immédiatement remise en question.

Le critère d'acceptabilité n'est donc pas l'effort demandé mais son impact sur l'expérience vécue si elle devait perdre de la 'magie' qui fait sa force.



Ce que cela signifie pour le secteur

Les mesures les mieux acceptées sont celles qui n'impactent pas négativement l'expérience du concert live ou du festival, simplifient les comportements voire apportent un bénéfice perceptible au spectateur.

#5

L'adhésion repose sur une condition essentielle :
un effort partagé, exemplaire et produisant un
effet avéré.

Les participants acceptent l'idée d'avoir un rôle à jouer mais refusent que la transition écologique repose principalement sur les spectateurs.

Ils attendent avant tout que les acteurs qu'ils considèrent disposer des leviers les plus importants — producteurs de spectacles, salles de spectacles, organisateurs de festivals, artistes et pouvoirs publics — démontrent leur engagement et prennent leur part de responsabilité.

Le sentiment d'équité apparaît comme une condition centrale d'adhésion. L'information des spectateurs sur les impacts et les mesures prises ne change pas automatiquement les comportements mais son absence empêche toute mobilisation durable.



Ce que cela signifie pour le secteur

L'enjeu est de construire un récit collectif où chaque acteur agit à hauteur de son pouvoir réel d'action.



#6

Il n'existe pas un public du live face à la transition écologique, mais plusieurs façons d'y adhérer

Les participants partagent largement les mêmes attentes vis-à-vis des concerts et festivals : vivre une expérience de plaisir, d'émotion, de convivialité et de déconnexion.

En revanche, leurs motivations, leur niveau de sensibilisation et les leviers susceptibles de les faire évoluer diffèrent sensiblement. Certains sont déjà attentifs aux enjeux environnementaux, d'autres réagissent davantage aux bénéfices pratiques, économiques ou à l'amélioration de l'expérience proposée.

Cette diversité n'apparaît pas comme un frein à la transition. Elle invite au contraire à reconnaître qu'il existe plusieurs chemins d'adhésion vers un même objectif.



Ce que cela signifie pour le secteur

La mobilisation des publics repose moins sur un message unique que sur la capacité à proposer plusieurs portes d'entrée adaptées à des sensibilités et motivations différentes.

Enseignements détaillés



INSIGHT #1

Dans un monde sous tension, le live est devenu l'un des rares espaces où vivre des émotions positives, collectives et authentiques

Au-delà de la musique, une expérience de respiration et de reconnexion

- Les participants décrivent le live comme une parenthèse dans des quotidiens perçus comme de plus en plus chargés et contraints. Concerts et festivals permettent de mettre temporairement à distance les préoccupations du quotidien et de **se recentrer sur le plaisir du moment**.
- Le live répond à un besoin croissant d'**émotions positives partagées**. Les participants évoquent spontanément le plaisir de vivre quelque chose ensemble, de ressentir les mêmes émotions qu'une foule ou qu'une communauté de fans réunie autour d'un artiste.
- L'expérience dépasse largement la seule musique. **La scénographie, le spectacle, l'ambiance, l'énergie du public ou encore le lieu** contribuent à créer une expérience que les participants jugent difficilement reproductible ailleurs.
- Le concert d'un artiste permet de **renforcer un lien déjà existant avec son univers**. Les spectateurs viennent vivre "en vrai" une relation construite parfois depuis des années à travers les concerts passés, les albums, les réseaux sociaux ou les communautés de fans.
- Le festival répond à une autre promesse : celle de **la découverte et de la liberté**. Plusieurs participants valorisent la possibilité de se **laisser surprendre par un artiste inconnu, une ambiance ou un lieu inattendu**.
- Dans les deux cas, la valeur du live réside dans sa **capacité à produire des souvenirs et des émotions authentiques, dans un monde où de nombreuses expériences sont désormais vécues à distance ou à travers les écrans**.



Éclairage Baromètre du Public du Spectacle Vivant 2025 :

- 39% des Français ont assisté à un concert (hors opéra / musique classique) au cours des 12 derniers mois
- 30% des Français ont assisté à un festival (hors opéra / musique classique) au cours des 12 derniers mois

Le live, une expérience à vivre plus qu'à consommer

“

"Je pense que c'est un moment de partage avec pas mal d'émotions, notamment si on apprécie vraiment la musique. C'est un moment qui permet beaucoup de vivre des émotions dans le partage, de rencontrer du monde et d'oublier un peu tous les problèmes du quotidien." — Étienne, 23 ans, région parisienne

“

"C'est vivre la musique d'une autre manière. Les concerts et les festivals, ça permet vraiment de les découvrir d'une autre manière." — Aïna, 30 ans, Lyon

“

"Je n'ai pas envie de me renseigner avant, puisque du coup je suis en totale découverte... J'aime bien ce côté-là aussi de liberté, de découverte." — Cyril, 44 ans, Marseille

“

"Des moments hors du temps, du quotidien, des problèmes." — Stéphanie, 45 ans, Angoulême / Toulouse

“

" Pour le coup j'ai vu des très grands shows à Beyoncé où c'est vraiment le show à l'américaine qu'on imagine, c'est impressionnant. Et même ce qu'on disait sur la scénographie, sur les couleurs, ça nous met dans une ambiance parce que chaque musique a toute une scénographie différente, des tenues, tout ça. J'ai vu des petits artistes qui ont mis énormément d'efforts sur les lumières, sur les écrans derrière, sur tout ça. Et ça fait grand show aussi. Donc, ce n'est pas forcément la taille de l'artiste, mais c'est aussi juste l'effort qui est mis dans la scénographie, dans les lumières. Ça rajoute une ambiance et ça nous fait écouter la musique de manière différente." — Aïna, 30 ans, Lyon

“

"On découvre un type de musique qu'on n'écoute pas forcément en live. On se dit : 'ah c'est super', puis derrière on la réécoute à la maison et on se dit : 'c'était super sur le moment'." — Maxence, 30 ans, Annecy

”

”

Ce qui fait la valeur du live

Le live : au-delà de la musique, une expérience vécue, émotionnelle, collective et immersive ?

L'émotion constitue le premier moteur de fréquentation. Les participants évoquent des moments capables de les marquer durablement, de créer des souvenirs forts et de provoquer des ressentis difficiles à reproduire dans d'autres contextes de consommation culturelle.

Les concerts permettent d'établir un lien particulier avec les artistes. Plusieurs participants décrivent le plaisir de voir "en vrai" un artiste qu'ils suivent parfois depuis longtemps.

Enfin, la qualité du spectacle lui-même joue un rôle essentiel. Scénographie, lumières, mise en scène, ambiance ou encore énergie collective participent pleinement à l'expérience.

Pour les participants, la valeur du spectacle vivant ne se résume pas à la programmation artistique. Les échanges révèlent une expérience multidimensionnelle où se combinent émotions, partage, découverte, immersion et qualité du spectacle proposé.

Le spectacle vivant est également valorisé comme un moment de partage collectif. L'expérience est renforcée par le fait de vivre les mêmes émotions que d'autres spectateurs réunis autour d'un événement commun.

Les festivals répondent à une logique différente mais complémentaire : liberté, curiosité et découverte.



À retenir :

Le public ne vient pas seulement écouter de la musique. Il vient vivre une expérience émotionnelle, collective et immersive dont chaque composante participe à la valeur perçue.

Les frictions de l'expérience : ce qui peut limiter ou compliquer la sortie

- Si le spectacle vivant conserve une place privilégiée dans les pratiques culturelles des participants, **sa fréquentation s'inscrit dans un contexte d'arbitrages de plus en plus présents**. Le coût global des sorties apparaît comme le premier frein évoqué.
- Au-delà du prix du billet, les participants intègrent dans leur réflexion **les frais annexes** : transport, hébergement éventuel, restauration ou consommation sur place. L'expérience est de plus en plus évaluée dans sa globalité.
- La question **des déplacements constitue un second irritant majeur**. Distance, accessibilité des lieux, disponibilité des transports ou organisation logistique peuvent compliquer l'accès à certains événements, notamment pour les participants vivant hors des grands centres urbains.
- Les **contraintes de temps jouent également un rôle important**. La durée des trajets, les retours tardifs ou encore l'organisation familiale peuvent limiter certaines sorties.
- Les participants expriment également **une attente forte en matière de fluidité**. Files d'attente, manque d'informations pratiques, circulation difficile ou organisation complexe peuvent altérer la qualité de l'expérience.
- Ces irritants n'empêchent pas la fréquentation mais ils **constituent des éléments structurants dans les arbitrages réalisés avant de décider de participer à un événement**.

③ À retenir :

Les publics restent très attachés au live et mais leur expérience commence bien avant l'entrée sur le site. Accessibilité, coût et simplicité d'organisation deviennent des composantes à part entière de la qualité perçue.

Les contraintes qui accompagnent la sortie

"Sauf que là, la programmation, elle est tellement différente dans la journée. qui fait que s'il y a un trou de deux heures dans la journée avec des gens qu'on n'aime pas, ça ne donne pas envie personnellement d'acheter des places pour attendre pendant deux heures avec le soleil. Et c'est vrai que maintenant, les festivals aussi, les alcools ou ce qui est proposé en termes de nourriture, il y a beaucoup de choses qui sont... C'est beaucoup moins varié qu'avant et du coup, ça ne donne pas forcément envie de consommer. — Cyril, 44 ans, Marseille

"Le prix aujourd'hui, c'est quand même quelque chose qu'on regarde beaucoup plus qu'avant." — Delphine, 52 ans, Wattignies

"C'est aussi la localisation, parce que souvent les festivals sont dans des lieux plus isolés." — Étienne, 23 ans, région parisienne

" Il y a vraiment un concert que j'aimerais faire, mais qui est inaccessible en termes de kilomètres, etc. et qui me plairait vraiment beaucoup, c'est Coldplay"— Juliette, 29 ans, Roanne

INSIGHT #2

Spectacle vivant et impact écologique : une réalité qui ne va pas de soi... mais qui interpelle lorsqu'elle est découverte

D'abord le visible, puis la prise de conscience des impacts invisibles

- Lorsqu'on évoque spontanément l'écologie dans les concerts live ou les festivals, **les participants citent d'abord ce qui est le plus visible pour eux (que ce soient des impacts ou des mesures de réduction, indifféremment)** : les déchets laissés sur les sites, les écocup, les toilettes sèches, le nettoyage des lieux ou encore certains dispositifs environnementaux observés dans les festivals.
- Les participants associent également **les festivals à une empreinte potentiellement plus importante que les salles de concert**. Ils évoquent leur durée plus longue, leur implantation dans des lieux parfois isolés et les infrastructures temporaires qu'ils nécessitent.
- À l'exception des plus jeunes, qui ont déjà observé de nombreuses initiatives environnementales, **peu de participants avaient réellement réfléchi à la répartition des différents postes d'impact d'un événement culturel**.
- Lorsque les chiffres sont présentés*, **la surprise ne porte pas sur l'existence d'un impact environnemental mais sur son origine**. Plusieurs participants imaginaient que la logistique, les scènes, les équipements ou les infrastructures constituaient les principaux postes d'émissions.
- La découverte du poids des impacts liés au public agit alors comme **un révélateur**. Les participants prennent notamment conscience que leur propre mobilité représente une part bien plus importante qu'ils ne l'imaginaient dans l'empreinte globale d'un événement.
- Cette prise de conscience ne génère ni rejet ni contestation. Au contraire, elle suscite une forme d'interpellation et ouvre la réflexion sur les leviers d'action possibles.

Quand l'impact devient concret

“

"C'est aussi la localisation, parce que souvent les festivals sont dans des lieux plus isolés. Ça crée forcément des gens qui se déplacent dans des endroits où ils ne se seraient pas déplacés. [...] Les gens viennent du bout du monde pour venir au festival de Burning Man par exemple. Forcément, ça crée plus de pollution." — Étienne, 23 ans, région parisienne

“

"Je pense que c'est le transport. Autant, par exemple, si on parle d'un lieu isolé, le transport des gens et du matériel. Oui, je pense que c'est le transport, en vrai." — Aïna, 30 ans, Lyon

“

"Plus grande part de pollution pour le transport, mais pas forcément des personnes qui vont voir le festival. Je pensais que c'était moins par rapport au transport de tout ce qui va logistique derrière, que ce soit la scène, les infrastructures, l'alimentation." — Étienne, 23 ans, région parisienne

“

"Après, il y a tout ce qui est toilettes aussi, nettoyage du site après, ça doit bien se faire." — Delphine, 52 ans, Hauts-de-France

“

"Mais ce soir, j'ai réalisé qu'en effet, vous m'annoncez 70% des déplacements des visiteurs, c'est le plus courant. Jamais, j'y avais réfléchi en fait. Voilà, parce que peut-être, je ne sais pas si c'est égoïstement, parce qu'on a des charges mentales toutes différentes avec ce qu'on vit dans notre vie. Mais voilà, c'est vrai que moi, quand je pense que je vais en concert, c'est un loisir." —Stéphanie, 45 ans, Angoulême / Toulouse

“

”

”

INSIGHT #3

La transition est déjà en marche : dans le quotidien comme dans le live, de nombreuses pratiques sont devenues la norme

Les publics et le secteur ne partent pas de zéro

- Contrairement à l'image parfois véhiculée d'un public réfractaire au changement, les participants décrivent **un environnement où de nombreuses évolutions ont déjà été intégrées dans les habitudes quotidiennes comme dans les expériences de concerts et de festivals.**
- Certaines pratiques environnementales sont désormais tellement installées qu'elles ne sont même plus perçues comme des mesures écologiques. Les écocups en constituent l'exemple le plus emblématique : elles font désormais partie du décor et ne suscitent plus de discussion particulière.
- Les participants, et **notamment les plus jeunes, citent spontanément de nombreuses initiatives observées dans les festivals : tri des déchets, toilettes sèches, covoiturage, restauration locale, dispositifs de sensibilisation ou encore réduction des emballages.**
- Les participants les plus impliqués dans la fréquentation des festivals, notamment les jeunes, témoignent d'une **réelle connaissance des dispositifs mis en œuvre par certains événements.**
- Cette normalisation progressive constitue **un point d'appui majeur pour le secteur.** Elle montre que les changements sont d'autant mieux acceptés qu'ils s'intègrent naturellement dans les usages et deviennent progressivement invisibles.
- Le **véritable enjeu n'est donc plus seulement d'introduire de nouvelles pratiques, mais de poursuivre cette logique d'intégration en veillant à préserver la qualité de l'expérience.**



À retenir :

Certaines pratiques sont devenues tellement naturelles qu'elles ne demandent pas d'effort supplémentaire et sont à présent acquises. Le secteur peut capitaliser sur elles pour poursuivre la logique d'intégration.

Les pratiques déjà intégrées

“

"J'ai vu des festivals aussi qui organisaient eux-mêmes des systèmes de covoiturage. Donc ça, j'en ai vu pas mal qui faisaient ça en fait, avoir un site dédié pour le covoiturage pour ce festival-là. Ça permettait de se répartir dans les voitures et surtout de réduire les émissions. Ça permet de partager et pas d'arriver tout seul avec sa voiture." — Étienne, 23 ans, région parisienne

“

"Je pensais au Delta Festival que j'ai fait il y a quelques années, où ils interdisaient les crèmes solaires à rentrer. Ils donnaient de la crème solaire écologique pour la mer, vu que c'est au bord de la mer." — Aïna, 30 ans, Lyon

"C'est moins glamour, mais je pensais aux toilettes sèches." — Alison, 37 ans, Montoir-de-Bretagne

“

"Pour Jazz à Vienne, la SNCF met plus de trains jusqu'à tard dans la nuit pour que les gens puissent revenir en train." — Juliette, 29 ans, Roanne

"À Lyon, pendant les Nuits de Fourvière, ils étalent les horaires des transports en commun pour permettre aux gens qui habitent plus loin de pouvoir les utiliser." — Juliette, 29 ans, Roanne

“

"Après il y avait la distribution de cendriers jetables, je crois. Et les poubelles de tri, ça c'est la courante maintenant." — Cyril, 44 ans, Marseille

“

“

"Sur la nourriture aussi parfois, à faire venir des personnes du paysage local et à vendre des choses plus bio ou un peu plus responsables." — Juliette, 29 ans, Roanne

“

“

"Pareil, ça peut être le tri des déchets, les éco-cups, des petits stands de cuisine locale." — Delphine, 39 ans, Wattignies

“

”

”

”

INSIGHT #4

Les publics sont prêts à évoluer... à condition que la transition préserve la magie du live

"Est-ce que cela améliore ou détériore mon expérience ?"

Sans surprise, les changements les mieux acceptés sont ceux qui s'intègrent naturellement à l'expérience, voire la facilitent

- Les participants se montrent particulièrement réceptifs aux solutions qui s'intègrent naturellement dans leur parcours de spectateur. **L'adhésion est forte lorsque les changements ne nécessitent pas d'efforts supplémentaires ou, mieux encore, lorsqu'ils simplifient l'organisation de la sortie ou améliorent l'expérience vécue.** Les navettes dédiées, les billets couplés transport, les plateformes de covoiturage ou encore les horaires adaptés des transports collectifs sont ainsi perçus comme des solutions "gagnant-gagnant", à la fois utiles pour l'environnement et bénéfiques pour le public.
- Cette **logique s'observe également dans les offres de restauration.** Les participants se montrent ouverts à la valorisation des produits locaux, de saison ou des circuits courts dès lors que ces propositions enrichissent l'expérience, favorisent la découverte ou renforcent l'ancrage territorial de l'événement. L'adhésion repose davantage sur l'intérêt et le plaisir suscités que sur l'argument écologique seul.
- Plus largement, **les échanges montrent que les changements les mieux acceptés sont ceux qui trouvent progressivement leur place dans les usages.** Les écocups, le tri des déchets ou certaines pratiques de réduction des déchets illustrent bien ce phénomène : perçus comme des nouveautés lors de leur mise en place, ils sont aujourd'hui largement intégrés aux habitudes des festivaliers et ne constituent plus un sujet de discussion ou de contestation.
- **Au fil du temps, ces dispositifs cessent d'être perçus comme des efforts demandés aux spectateurs pour devenir de simples composantes de l'expérience.** Pour les participants, la réussite de la transition écologique passe précisément par cette capacité à faire évoluer les pratiques sans donner le sentiment de dégrader le plaisir ou de multiplier les contraintes.

À retenir :

Les publics adhèrent plus facilement aux changements lorsqu'ils améliorent l'expérience ou deviennent progressivement des réflexes. Une pratique durable est d'autant mieux acceptée qu'elle cesse d'être vécue comme un effort.

La ligne rouge : lorsque la transition menace la magie du live

- Les participants expriment rapidement **des réserves lorsqu'une mesure est perçue comme une restriction**. Le rejet ne porte pas nécessairement sur l'objectif environnemental mais sur **la perte de liberté ressentie**.
- Les limitations imposées sur les déplacements, les choix alimentaires ou l'organisation de la sortie sont régulièrement évoquées comme des sources potentielles de frustration.
- **Le groupe refuse particulièrement les approches perçues comme culpabilisantes**. Plusieurs participants estiment déjà réaliser des efforts dans leur vie quotidienne et ne souhaitent pas voir le spectacle vivant devenir un espace supplémentaire de contraintes.
- **La question du coût constitue également une limite importante**. Les participants acceptent difficilement l'idée de devoir payer davantage pour compenser des impacts qu'ils considèrent parfois relever de responsabilités plus larges.
- Les échanges montrent enfin que **l'acceptabilité varie selon les contextes territoriaux, familiaux et professionnels**. Une solution jugée simple par certains peut devenir beaucoup plus complexe pour d'autres.

À noter :

Plus une mesure réduit le plaisir ou la liberté perçue, plus son acceptabilité diminue, même lorsque son objectif est jugé légitime.

Des pistes d'action

“

"Quand je pense que j'ai besoin de souffler, je ne pense plus forcément à mon quotidien où je vais faire mon tri ou faire attention à ce que je consomme. Quand je vais à un concert, c'est un loisir." —
Stéphanie, 45 ans, Angoulême

“

"Coca où les autres restaurateurs dans les grandes salles... que ce soit pour la nourriture ou les boissons... ils sont là pour faire du fric, honnêtement. [...] Mais c'est dommage, parce que le but, c'est bien de découvrir des choses, de voir des gens qui essayent de faire des choses qui changent." — Cyril, 44 ans, Marseille

“

"Ça nous dérange moins de faire la queue pour une bière locale que pour boire une bière lambda." —
Alison, 37 ans, Montoir-de-Bretagne

“

"Même si ça a un coût, avoir des choses beaucoup plus écologiques qui sont produites localement, puisque déjà ça ferait travailler forcément la localité." — Étienne, 23 ans, région parisienne

”

”

INSIGHT #5

L'adhésion repose sur une condition essentielle : un effort partagé et exemplaire

On avancera si tout le monde avance.

Une responsabilité collective où chacun est attendu à son niveau

- Tout au long des échanges, les participants expriment l'idée que la transition écologique du live ne peut être portée par un seul acteur. Ils décrivent **un écosystème où chacun dispose de leviers d'action différents mais complémentaires**.
- Les organisateurs apparaissent comme les premiers attendus. Les participants considèrent qu'ils ont la capacité de faire évoluer l'offre de transport, la restauration, la gestion des déchets ou encore les choix techniques réalisés sur les événements.
- **Les artistes sont également perçus comme des acteurs clés**. Leur capacité d'influence et leur pouvoir d'entraînement sur les publics sont régulièrement évoqués.
- **Les pouvoirs publics sont attendus sur leur rôle d'impulsion et de régulation**. Plusieurs participants considèrent que certaines transformations nécessitent un cadre d'action plus large que celui des seuls organisateurs.
- Les spectateurs acceptent quant à eux l'idée d'avoir un rôle à jouer, mais souhaitent que leurs efforts s'inscrivent dans une dynamique collective, cohérente et non culpabilisante.
- **Au-delà des actions elles-mêmes, la notion d'exemplarité apparaît centrale**. Les participants acceptent plus facilement les changements lorsqu'ils perçoivent que les autres acteurs assument également leur part de responsabilité.

 À noter :

Ce n'est pas l'effort demandé qui pose problème. C'est le sentiment d'être le seul à devoir le fournir.

Qui doit agir ?

Une attente forte envers l'ensemble de l'écosystème

Répartition spontanée des responsabilités exprimées par le groupe

Organisateurs :

Faciliter les transports

Développer les alternatives

Rendre pédagogiques et visibles leurs actions

Faire évoluer les pratiques sur site

Artistes :

Montrer l'exemple

Porter les messages

Faire évoluer certaines exigences techniques

Influencer les comportements

Pouvoirs publics :

Développer les infrastructures

Accompagner financièrement la transition

Fixer un cadre

Soutenir les initiatives vertueuses

Publics :

Adapter certaines pratiques

Utiliser les solutions proposées

Participer à l'effort collectif

On avancera si tout le monde avance

“

"Aux organisateurs de commencer eux-mêmes leurs actions et nous derrière ça va découler." — Maxence, 30 ans, Annecy

“

"Ça manque au-dessus d'exemplarité et de vraies actions." — Stéphanie, 45 ans, Angoulême

“

"Qu'est-ce qu'ils attendent ? Il faut le faire, c'est normal." — Cyril, 44 ans, Marseille (à propos des organisateurs et des acteurs du secteur)

“

"Patagonia, ils vendent des millions d'articles dans le monde,, ils arrivent quand même à avoir des certifications, notamment BCorp. Je ne vois pas pourquoi un festival qui est beaucoup plus local ne pourrait pas avoir ce genre de certification. — Maxence, 30 ans, Annecy

“

"Si chacun fait un petit peu, au final ça peut avoir beaucoup d'impact." — Delphine, 52 ans, Wattignies

”

La communication n'est pas un supplément : elle fait partie de la transition

- Les échanges montrent que, pour la plupart, **les participants connaissent finalement assez peu les actions réellement mises en œuvre par les salles, festivals ou producteurs.**
- Plusieurs participants estiment que **le secteur agit probablement davantage qu'ils ne le perçoivent aujourd'hui.** Ce déficit d'information et de visibilité limite la reconnaissance des efforts réalisés et réduit les opportunités d'embarquer les publics.
- Les participants **manifestent un intérêt réel pour des dispositifs permettant de mieux comprendre les impacts environnementaux associés aux événements** : indicateurs simples, informations sur les déplacements, visualisation des gains obtenus.
- **Les outils de communication** sont d'autant mieux perçus qu'ils permettent d'éclairer les choix sans culpabiliser les publics. L'objectif attendu est d'aider à comprendre plutôt que de faire la morale.
- Les participants accordent également de **l'importance à la crédibilité des informations diffusées. Les labels, certifications ou démarches reconnues constituent des repères rassurants** dans un contexte où les accusations de greenwashing sont fréquentes.
- Enfin, les publics attendent **des preuves concrètes.** Les engagements généraux ou les promesses abstraites convainquent moins que les exemples visibles et directement observables sur le terrain.

À retenir :

L'information ne change pas automatiquement les comportements, mais l'absence d'information empêche toute mobilisation durable.

Ce qui donne envie de s'engager

Les leviers identifiés par les participants

Rendre visible

- Afficher les actions mises en place
- Montrer les résultats obtenus
- Valoriser les progrès réalisés

Expliquer simplement

- Chiffres compréhensibles
- Indicateurs concrets
- Pédagogie accessible

Donner des repères

- Labels
- Certifications
- Garanties de crédibilité

Valoriser plutôt que culpabiliser

- Encourager
- Récompenser
- Accompagner

« Expliquez-nous, montrez-nous, prouvez-le-nous »

“

"J'ai bien aimé l'idée d'avoir une jauge de l'impact écologique."
— Aïna, 30 ans, Lyon

“

"Accentuer sur la communication de manière générale par rapport aux différents impacts."
— Étienne, 23 ans, région parisienne

“

." En fait, là, il devrait y avoir des lois qui encadrent toutes les manifestations extérieures et puis c'est tout. Toutes les manifestations extérieures, intérieures, en disant, voilà, ça, il faut recycler, ça, il faut faire ça. et contraindre les organisateurs à faire comme il faut parce que sinon si nous des fois on veut faire les efforts et qu'en plus après ça ne marche pas non plus, c'est compliqué.."
— Cyril, 44 ans, Marseille

“

"Je pense qu'il faut être transparent sur les impacts et sur ce qui est réellement fait."
— Delphine, 52 ans, Wattignies

“

"Go pour un label."
— Stéphanie, 45 ans, Angoulême

3 attentes exprimées par le groupe envers les organisateurs de spectacles

- Rendre visible — Informer sur les impacts et montrer les progrès réalisés.
- Être crédible — Prouver les engagements par des actions concrètes et vérifiables.
- Faire ensemble — Impliquer l'ensemble des acteurs et ne pas faire reposer l'effort sur les seuls spectateurs.

INSIGHT #6

Il n'existe pas un public du live face à la transition écologique, mais plusieurs manières d'y adhérer

Les participants partagent largement les mêmes attentes vis-à-vis du spectacle vivant : plaisir, émotion, convivialité et déconnexion.

En revanche, leur rapport à l'écologie, aux efforts acceptables et aux responsabilités diffère sensiblement.

Le focus révèle moins des oppositions que différentes façons d'entrer dans le sujet.

Des profils qui partagent le même objectif mais pas les mêmes motivations

- Certains participants sont **déjà attentifs aux initiatives environnementales** et identifient spontanément des dispositifs observés dans les festivals ou les salles.
- D'autres découvrent davantage le sujet au cours de la discussion et **construisent progressivement leur réflexion à partir des informations présentées**.
- **Les leviers de mobilisation varient selon les profils**. Certains sont plus sensibles aux bénéfices environnementaux, d'autres aux bénéfices pratiques, d'autres économiques ou encore liés à la qualité de l'expérience.
- **La communication doit donc être pensée comme un ensemble de portes d'entrée complémentaires** plutôt que comme un discours unique.
- Cette diversité n'empêche pas **l'émergence de points de convergence forts** : refus de la culpabilisation, importance de l'exemplarité et attachement à l'expérience et à la magie du live.

À retenir :

Tous les publics ne s'engagent pas pour les mêmes raisons, mais ils peuvent converger vers les mêmes comportements.

Les 6 personas : une même envie de vivre le live, des façons différentes d'aborder la transition

Persona	Ce qui compte avant tout	Ce qui peut le convaincre
Édgar	Cohérence et impact	Preuves, données, transparence
Aïana	Qualité et exemplarité	Innovation, pédagogie
Julie	Découverte et expérience	Solutions simples et positives
Sylvia	Équilibre et pragmatisme	Équité et effort partagé
Cédric	Liberté et plaisir	Bénéfices concrets, pas de morale/culpabilité
Alice	Convivialité et authenticité	Solutions locales et visibles

Conclusions et recommandations



Les 6 enseignements clés de l'étude

01

Le spectacle vivant remplit aujourd'hui une fonction émotionnelle plus forte que jamais.

02

L'impact écologique du live n'est pas spontanément perçu mais il interpelle lorsqu'il est découvert.

03

Les publics comme les professionnels ont déjà engagé de nombreuses actions qui sont autant de points d'appui sur lesquels construire.

04

Les spectateurs sont prêts à évoluer dès lors que les fondamentaux de leur expérience restent préservés.

05

L'engagement dépend du sentiment que chacun agit à son niveau.

06

Les publics ne s'engagent pas tous pour les mêmes raisons mais peuvent converger vers les mêmes comportements.

Une autre façon d'aborder la transition écologique dans le live

1

Émotion

2

Prise de conscience

3

Points d'appui

4

Acceptabilité

5

Mobilisation collective

6

Multiples chemins d'adhésion

6 recommandations au secteur pour réussir sa transition avec ses publics

01

Préserver la promesse émotionnelle du live

Ne pas sacrifier l'expérience au nom de la transition. Le plaisir, l'émotion et la convivialité sont les premiers moteurs de fréquentation et la condition de toute adhésion durable.

04

Concevoir des solutions qui n'impactent pas l'expérience

Les mesures les mieux acceptées sont celles qui facilitent les comportements sans les contraindre. Privilégier les solutions intégrées, pratiques et bénéfiques pour le spectateur.

02

Mettre en lumière les impacts méconnus

Avant de demander des efforts, informer. Les publics ne peuvent s'engager que sur ce qu'ils comprennent. La pédagogie et la transparence sont des prérequis à toute mobilisation.

05

Construire un récit collectif de la transition

L'effort doit être perçu comme partagé. Organismes, artistes, pouvoirs publics et publics sont interdépendants. La transition réussira si chacun agit à hauteur de son pouvoir réel d'action.

03

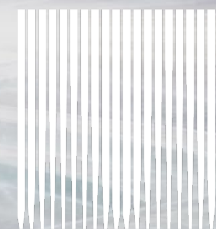
Valoriser les actions déjà engagées

Le secteur agit encore davantage que les publics ne le perçoivent. Communiquer sur les initiatives existantes, les résultats obtenus et les progrès réalisés renforce la crédibilité et l'adhésion.

06

Adapter les messages aux différents publics

Les spectateurs ne réagissent pas tous aux mêmes arguments. Certains sont sensibles à l'impact environnemental, d'autres aux bénéfices pratiques, économiques ou à l'amélioration de l'expérience. Une communication efficace doit multiplier les portes d'entrée plutôt que rechercher un discours unique



PROJET
MATRICE
Musiques Actuelles en Tournée
Recherche et Innovation pour la
Coopération et l'Ecoconception



Ekhoscènes

Toluna Harris Interactive :

Jean-Daniel Levy

Directeur du Département
Politique & Opinion

jdlevy@toluna.com

Laurence Berteau-Granet

Directrice du Hi Lab!
Consultante études qualitatives

lberteaugranet@toluna.com

Ekhoscènes :

Anne-Gaëlle Geffroy

Directrice du pôle des études
et des affaires économiques

ag.geffroy@ekhoscenes.org

Hermine Pélassié de Rausas

Directrice du pôle transition
écologique et RSE

h.pdr@ekhoscenes.org

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

Copyright © Toluna

All rights reserved. Nothing from this report is allowed to be multiplied, to be stored in an automated file, or to be made public electronically, mechanical, by photocopies, recording or any other manner, without written consent of Toluna.