



ÉTUDE AUPRÈS DU PUBLIC 2019

SYNTHÈSE

Juin 2020

Cabinet d'études
et de sondages GECE



6, rue des Polieux
35 000 Rennes



02.23.30.77.32



contact@gece.fr



www.gece.fr

Olivier Allouard
Arnaud de La Villarmois
Patricia Gambert



1.	Présentation de l'étude	3
2.	Résultats de l'étude	8
2.1	Le profil du public	9
2.2	Les pratiques culturelles du public	11
2.3	Les pratiques médias du public	15
2.4	La fréquentation du Chabada	17
2.5	La relation au Chabada et les attentes du public	25
2.6	La communication du Chabada	40
2.7	La future salle du Chabada	43
3.	En résumé	47

Partie 1

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

The logo for 'LE CHABADA' is set against a red rectangular background. The text 'LE CHABADA' is in white, bold, uppercase letters. The 'A' is stylized with a white arrow pointing to the right, integrated into its structure.

SCÈNE DE MUSIQUES ACTUELLES ANGERS



Les principaux objectifs de cette étude consistaient à :

- Identifier le profil sociodémographique du public,
- Comprendre le comportement des spectateurs en matière de fréquentation et d'information,
- Évaluer la perception que le public a du Chabada et son niveau de satisfaction,
- Identifier les motivations de la venue au Chabada,
- Connaître les besoins et les attentes des spectateurs,
- Déterminer les habitudes médias du publics,
- Mesurer la notoriété du déménagement futur de la salle et appréhender les attentes du public envers la future salle.

Mode de recueil

**Emailing envoyé à 8 671
contacts e-mails**
provenant de la billetterie en ligne

Enquête diffusée en ligne
durant 5 semaines

Envoi :
le 5 février 2020

Clôture de la diffusion :
le 12 mars 2020

Échantillon recueilli

1 016 questionnaires retenus
(963 terminés et 53 incomplets)

*Taux de réponse de 14 %
(12 % pour les seuls questionnaires retenus
pour l'analyse)*

Marge d'erreur à 50 % de 2,8 %

Redressement de l'échantillon

De manière à obtenir des résultats représentatifs du public, nous avons procédé à un redressement de l'échantillon. La base de contacts issue de la billetterie a permis de calculer la structure des spectateurs selon :

- Le nombre de concerts auxquels ils ont participé en 2019,
- Le(s) type(s) de concert au(x)quel(s) ils ont assisté (Chanson, Expérimentation / Inclassable, Folk / Blues, Hip-Hop / Rap, House / Techno, Jazz et Musiques Improvisées, Jeune(s) Public(s), Métal, Musiques du Monde / Traditionnelles, Pop / Electro pop, Reggae/Ragga/Dub, Rock / Punk, Autre),
- L'âge du public.

Le Chabada nous a également transmis le nombre de porteurs de la carte Chabada, à savoir 610 entre janvier et décembre 2019, ce qui permet de connaître la proportion du public porteur de la carte.

Estimation du nombre de spectateurs uniques



Redressement de l'échantillon

Âge des spectateurs	Données brutes	Données redressées
Moins de 25 ans	14 %	26 %
De 25 à 34 ans	20 %	25 %
De 35 à 44 ans	28 %	23 %
De 45 à 54 ans	28 %	20 %
55 ans et plus	10 %	7 %
	100 %	100 %

Carte Chabada en 2019

Porteurs	15 %	2 %
Non porteurs	85 %	98 %
	100 %	100 %

Nombre de concerts en 2019

1 concert	66 %	80 %
2 concerts	17 %	13 %
3 concerts	8 %	4 %
4 concerts ou plus	9 %	3 %
Musiciens*	0,6 %	0,3 %
	100 %	100 %

Types de concert	Données brutes	Données redressées
Chanson	21 %	14 %
Expérimentation / Inclassable	0 %	0 %
Folk / Blues	5 %	3 %
Hip-Hop / Rap	17 %	21 %
House / Techno	10 %	12 %
Jazz et Musiques Improvisées	0 %	0 %
Jeune(s) Public(s)	1 %	1 %
Métal	9 %	9 %
Musiques du Monde / Traditionnelles	2 %	2 %
Pop / Electro pop	18 %	13 %
Reggae/Ragga/Dub	6 %	7 %
Rock / Punk	30 %	18 %
Autre	29 %	22 %

Mode de lecture : 21 % des répondants à l'enquête ont assisté à au moins un concert de chanson ; dans la réalité (selon la base de la billetterie), cette proportion s'élève à 14 %

* Les répondants classifiés en tant que musiciens dans la base de contacts ont été traités à part en raison de leur spécificité (bien qu'ils ne représentent qu'une faible partie des spectateurs)

Partie 2

RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

The logo for 'Le Chabada' is set against a red rectangular background. It features the word 'LE CHABADA' in white, bold, uppercase letters. The 'A' is stylized with a white arrow pointing to the right, integrated into its structure.

SCÈNE DE MUSIQUES ACTUELLES ANGERS

2.1 Le profil du public





Légèrement plus féminin



53 % de femmes

↗ 50 % en 2013-2014

D'âge intermédiaire

35 ans ½ d'âge moyen



37 % de moins de 30 ans
- 9 pts p/r 2013-2014

23 % de 30 - 39 ans
- 8 pts p/r 2013-2014

40 % de 40 ans et plus
+ 17 pts p/r 2013-2014

De catégorie socioprofessionnelle diverse

32 % de PCS élevée



21 % de PCS intermédiaire

23 % de PCS basse



19 % d'élèves et étudiants

Très peu de retraités

Structure proche de celle observée sur la saison 2013-2014

76 % du Maine-et-Loire

↘ 83 % en 2013-2014



58 % à Angers Loire Métropole



↘ 62 % en 2013-2014

39 % à Angers

↘ 43 % en 2013-2014



24 % hors Maine-et-Loire

↗ 17 % en 2013-2014

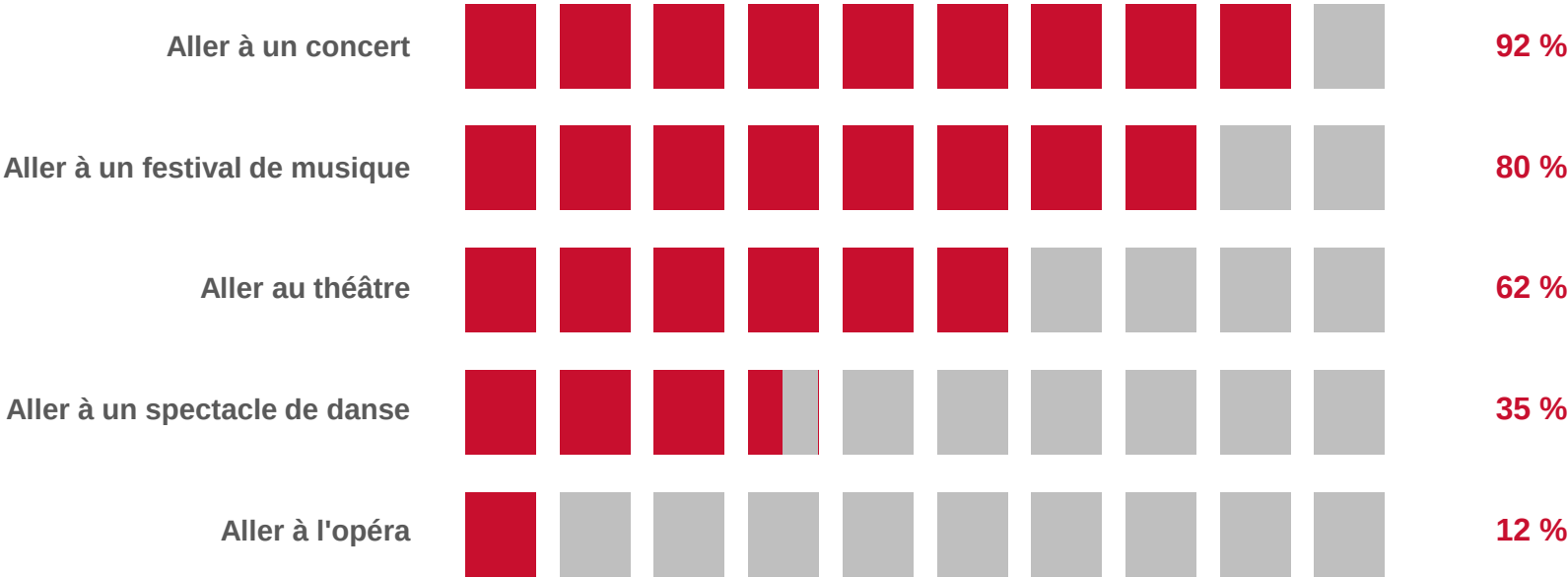
2.2 Les pratiques culturelles du public



Un public avide de sorties culturelles



Part du public ayant fait les activités suivantes au cours des 12 derniers mois



Données nationales
35 %
33 %
29 %
8 %
18 %

Trois grandes catégories dans le public du Chabada
selon leurs pratiques culturelles :

Les "occasionnels"

44 %

- 1 concert au Chabada en 2019 : 47 %
- Nouveaux spectateurs du Chabada : 51 %
- De 45 à 54 ans : 51 %
- Habitants d'Angers Loire Métropole hors Angers : 56 % ou d'une autre commune du Maine-et-Loire : 53 %

Concert	- - -
Festival de musique	-
Théâtre	-
Spectacle de danse	-
Opéra	-

Les "musicos"

34 %

- Venus au moins 4 fois au Chabada lors des 3 dernières saisons : 38 %
- Hommes : 40 %
- De 25 à 34 ans : 43 %
- Hors Maine-et-Loire : 50 %
- Sans enfant de 3 à 15 ans : 36 % (vs. 28 % pour ceux avec enfants)

Concert	+ + +
Festival de musique	+ +
Théâtre	- -
Spectacle de danse	- -
Opéra	-

Les "multi-culturels"

22 %

- Au moins 3 concerts au Chabada en 2019 : 35 %
- Venus au moins 4 fois au Chabada lors des 3 dernières saisons : 27 %
- Femmes : 25 % (vs. 18 % pour les hommes)
- CSP hautes : 27 %
- Angevins : 27 %

Concert	+ + +
Festival de musique	+
Théâtre	+ + +
Spectacle de danse	+ + +
Opéra	+ + +

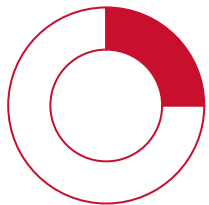
Un public avide de sorties culturelles



63 % sont allés à un concert dans une autre salle d'Angers lors des 12 derniers mois



48 % sont allés à un concert à Nantes lors des 12 derniers mois



25 % sont allés à un concert à Paris lors des 12 derniers mois

Toutes les villes plus fréquentées pour des concerts par les "musicos" et les "multiculturels"

Autres lieux de spectacles de l'agglomération fréquentés dans les 3 dernières années



39 %



50 %



38 %

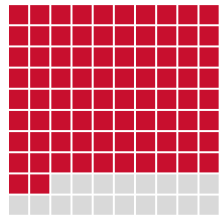


48 %

*Tous les lieux plus fréquentés par les "multiculturels"
Le Joker's pub, le Garage, le Colisée et le T'es Rock
Coco plus fréquentés par les "musicos"*

2.3 Les pratiques médias du public

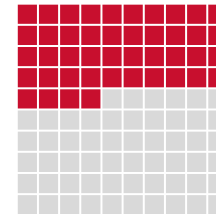




82 % du public suivent l'actualité médiatique sur des sites Internet



Le Monde



44 % lisent régulièrement au moins un quotidien dans sa version papier



Le **Courrier**
de l'ouest



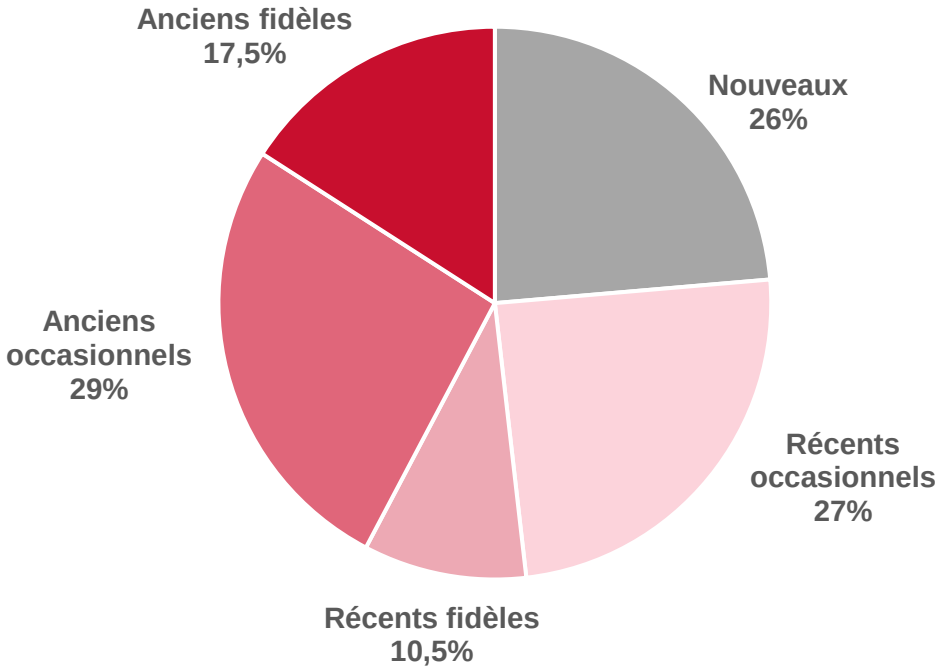
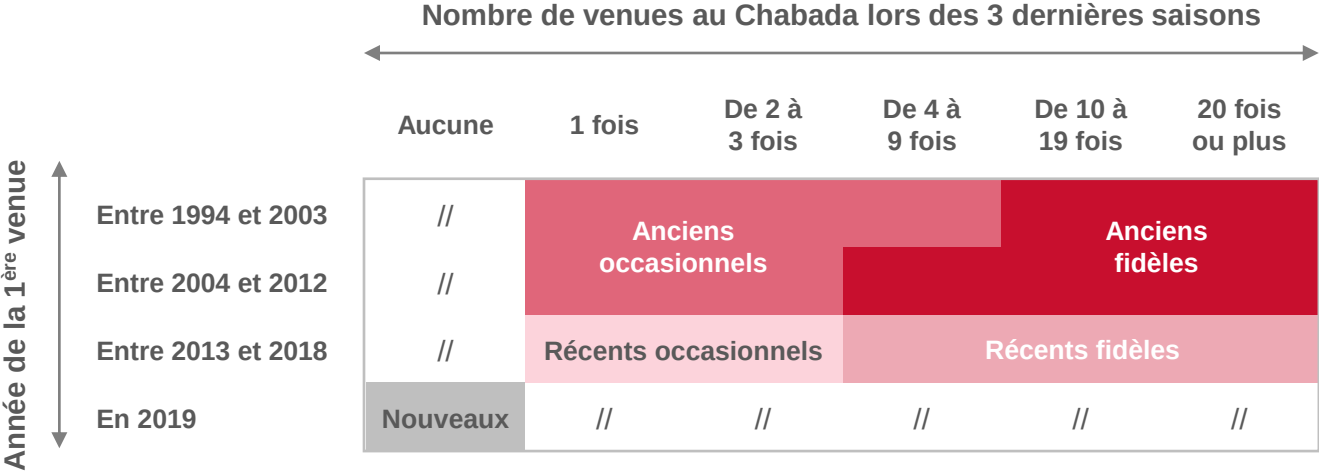
90 % écoutent régulièrement la radio



2.4 La fréquentation du Chabada



© Jordane Chaillou



ANCIENNETÉ DE VENUE AU CHABADA ET FRÉQUENTATION LORS DES 3 DERNIÈRES SAISONS

Les nouveaux spectateurs : 26 %

27 % lors de la saison 2013/2014

- 59 % de femmes (53 %)
- 53 % de moins de 30 ans (37 %)
- 24 % d'étudiants (15 %)
- 44 % habitant en dehors du Maine-et-Loire (24 %)
- 51 % de "culturels occasionnels" (44 %)

Spectateurs récents : 27,5 %

27 % lors de la saison 2013/2014

Les spectateurs récents occasionnels : 17 %

- 59 % de femmes (53 %)
- 63 % de moins de 30 ans (37 %)
- 11 % d'élèves (4 %), 28 % d'étudiants (15 %)

Les spectateurs récents fidèles : 10,5 %

- 59 % de femmes (53 %)
- 41 % de 20 - 29 ans (28 %)
- 9 % d'élèves (4 %), 23 % d'étudiants (15 %)
- 31 % de "multi culturels" (22 %)

Les anciens spectateurs occasionnels : 29 %

- 42 % de 40 - 49 ans (26 %), 22 % de 50 ans et plus (14 %)
- 89 % d'actifs occupés (72 %), 66 % de CSP hautes (53 %)
- 47 % avec enfant(s) de 3 à 15 ans (32 %)
- 48 % du Maine-et-Loire hors Angers (37 %)

Les anciens spectateurs fidèles : 17,5 %

- 82 % d'actifs occupés (72 %)
- 32 % de 30 - 39 ans (23 %)
- 46 % de la ville d'Angers (39 %)

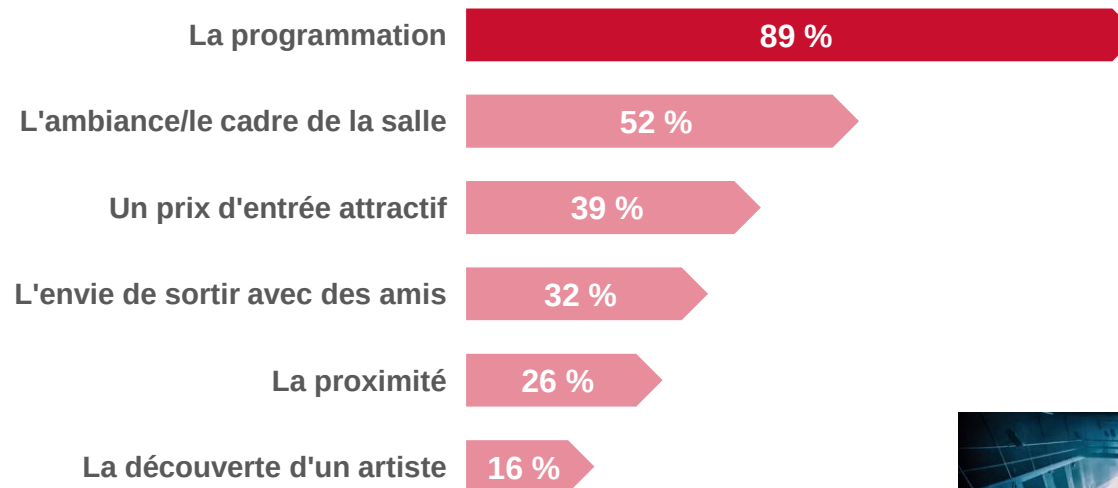
Anciens spectateurs : 46,5 %

46 % lors de la saison 2013/2014

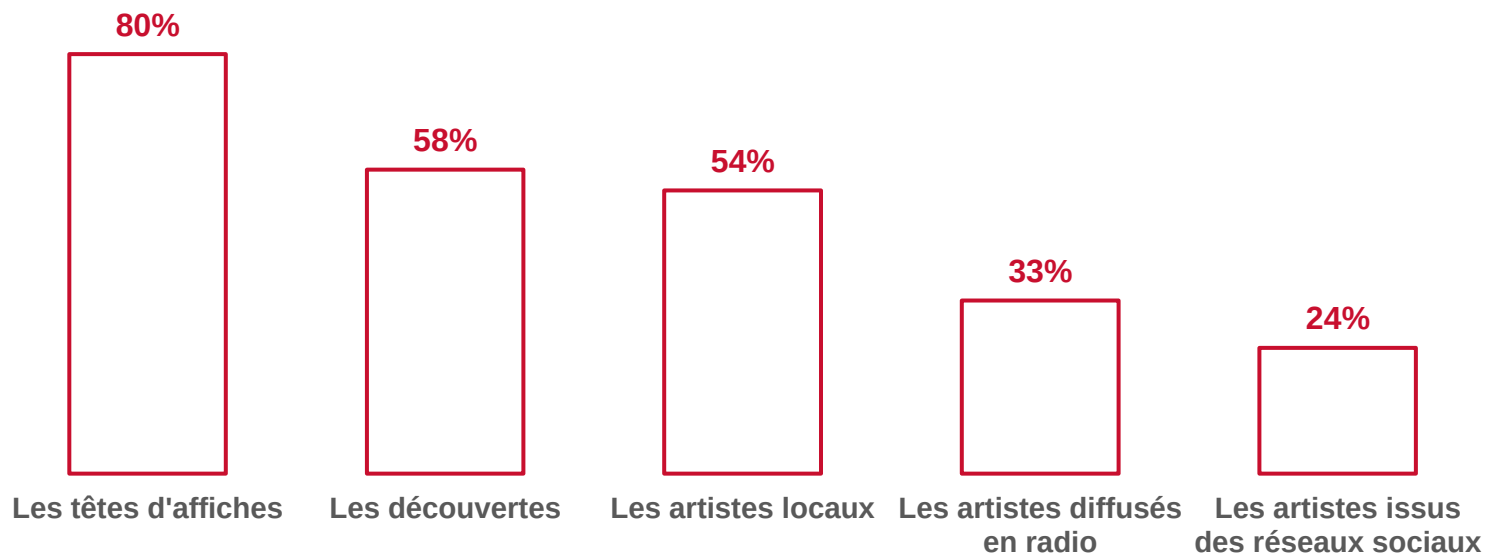
i 80 %

ne sont venus qu'à un
seul concert en 2019

Les motivations



Les types d'artistes



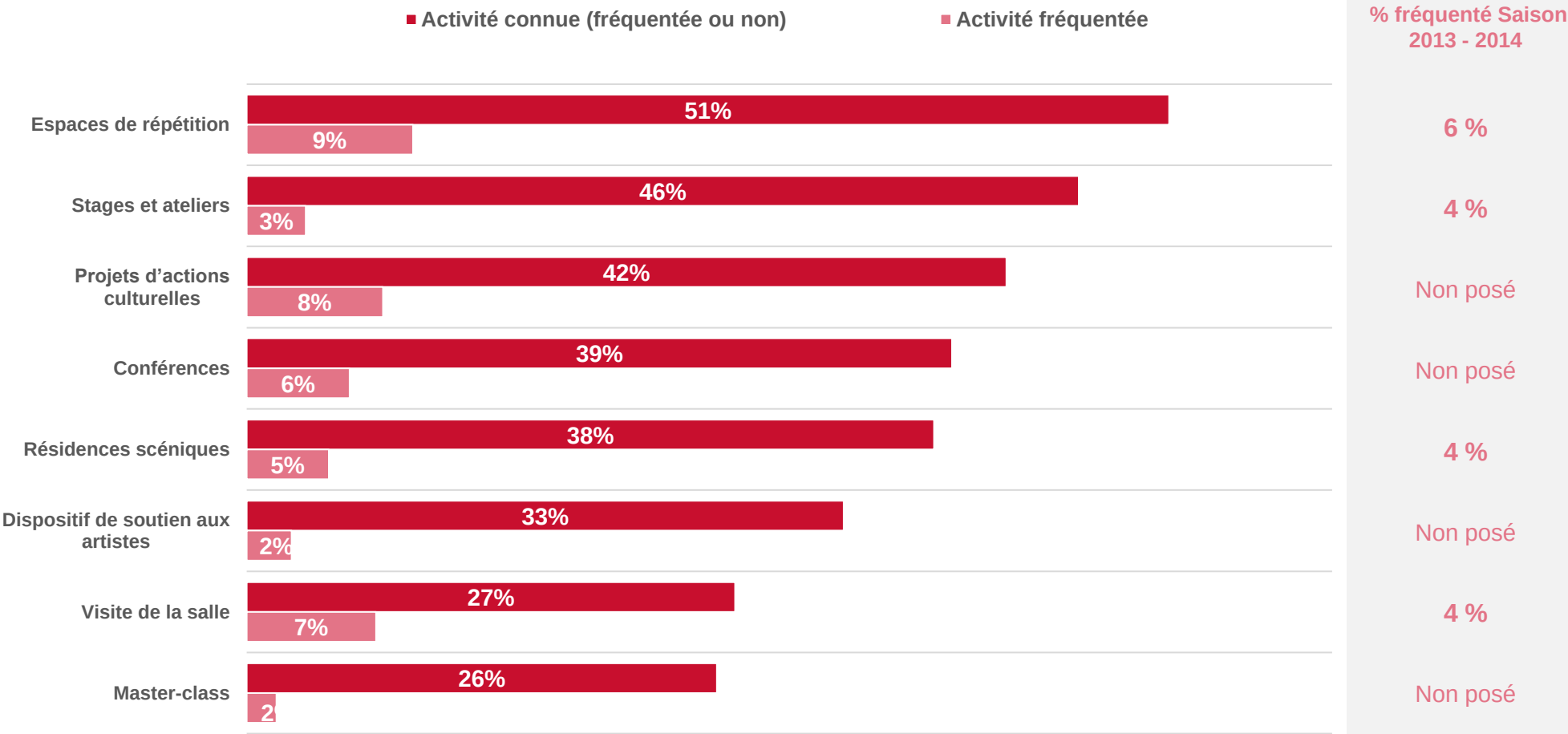
Comment le public vient au Chabada ?



Et avec qui ?



Quelles autres activités du Chabada suivantes connaissez-vous (et avez-vous déjà fréquenté) ?



Quelles autres activités du Chabada suivantes connaissez-vous (et avez-vous déjà fréquentées) ?

- % statistiquement inférieur
+ % statistiquement supérieur

La connaissance des activités, qu'elles soient fréquentées ou non

	Nouveaux	Récents occasionnels	Récents fidèles	Anciens occasionnels	Anciens fidèles
Espaces de répétition	-	-	=	+	+
Résidences scéniques	-	-	=	+	+
Conférences	-	=	=	+	+
Stages et ateliers	-	-	=	+	+
Master-class	-	-	=	+	+
Dispositif de soutien aux artistes	-	-	=	+	+
Projets d'actions culturelles	-	=	=	=	+
Visite de la salle	-	=	=	=	+



La fréquentation des activités

Relation plus "utilitaire"

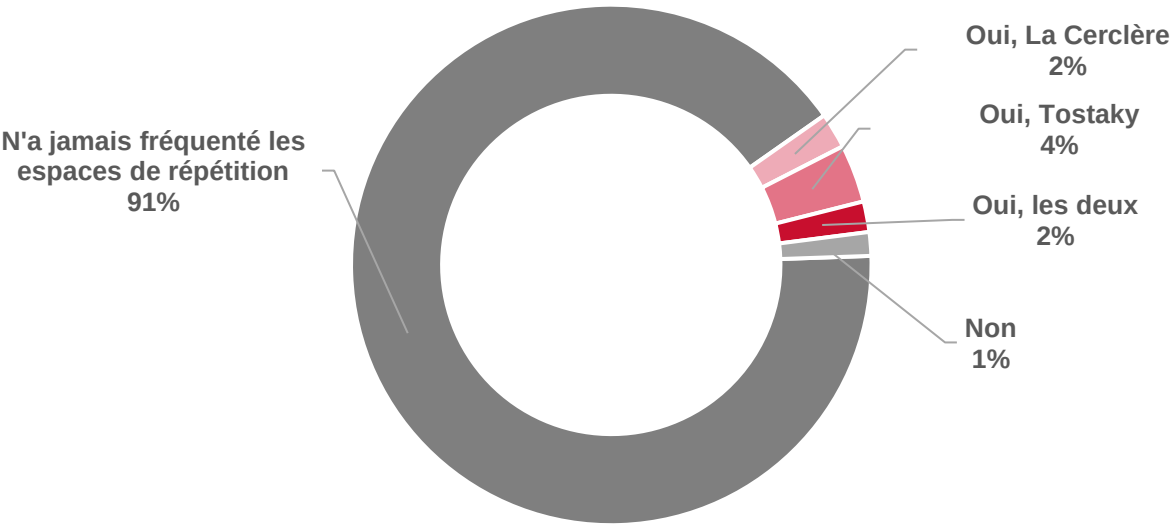
	Nouveaux	Récents occasionnels	Récents fidèles	Anciens occasionnels	Anciens fidèles
Espaces de répétition	-	=	+	+	=
Résidences scéniques	-	-	=	+	=
Conférences	-	-	=	+	=
Stages et ateliers	=	=	=		=
Master-class	=	=	=		=
Dispositif de soutien aux artistes	=	=	=		+
Projets d'actions culturelles	-	=	=		+
Visite de la salle	-	=	=		+

Fort relationnel avec le Chabada

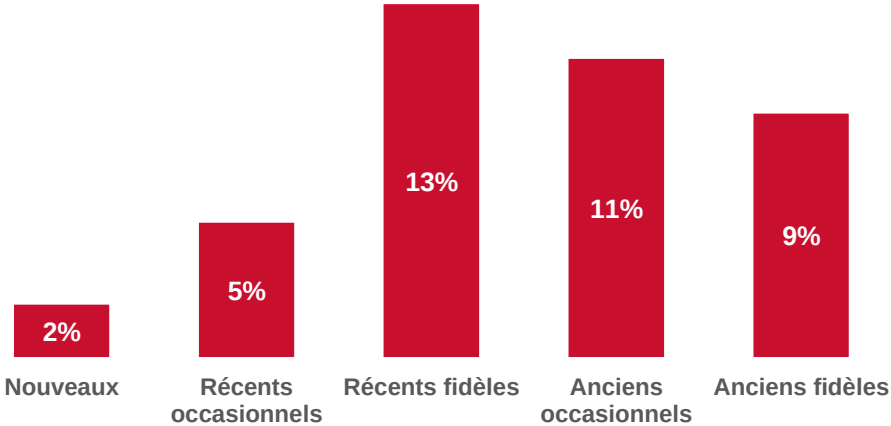
➔ 8 % de l'ensemble du public ont fréquenté les studios Tostaky et/ou ceux de la Cerclère



Tostaky © Thomas Desmier



Part du public ayant déjà fréquenté les studios de répétition Tostaky et/ou la Cerclère



90 % de ceux ayant fréquenté ces studios de répétition sont satisfaits des conditions d'accueil

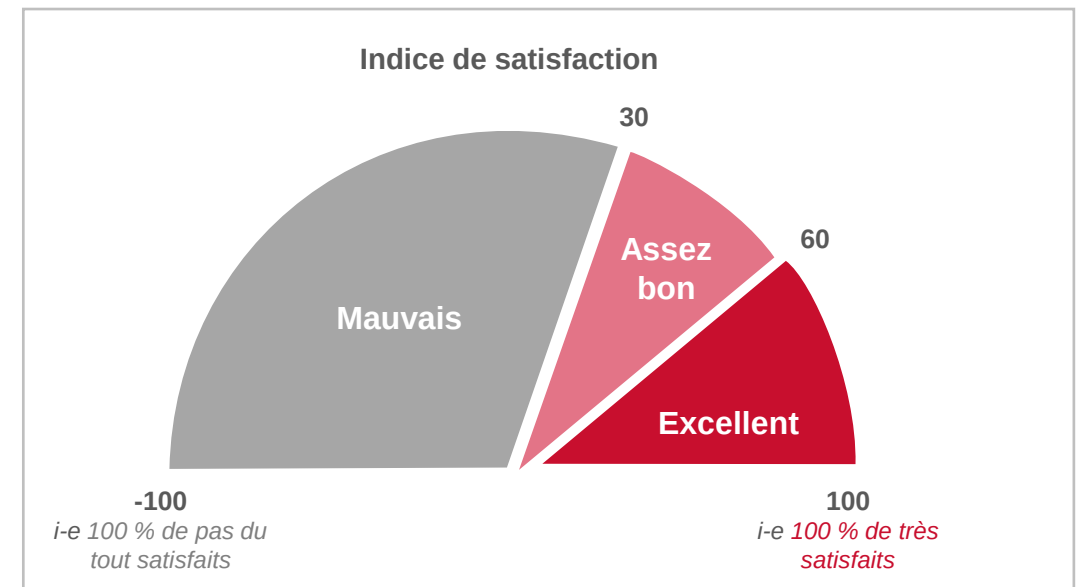
2.5 La relation au Chabada et les attentes du public



Dans la littérature des études, il est habituel de calculer un **indice de satisfaction** à partir des niveaux de satisfaction déclarés par les répondants. Cet indice permet de se situer dans une "norme" et de savoir rapidement si le niveau de satisfaction atteint est bon - voire excellent - ou, à l'inverse, faible.

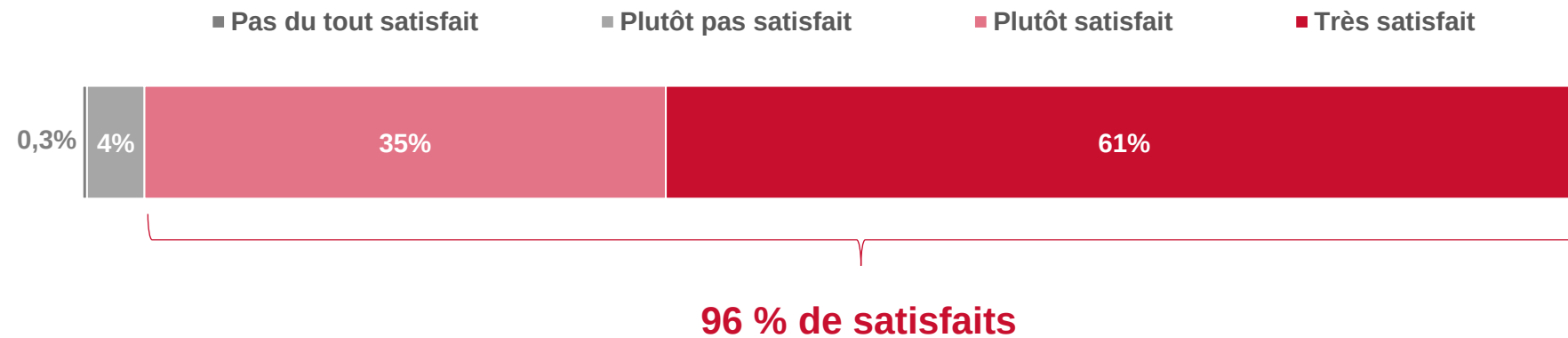
L'indice de satisfaction se calcule de la façon suivante :

= % très satisfait
+ 1/2 % satisfait
- 1/2 % plutôt pas satisfait
- % pas du tout satisfait



→ Un excellent niveau de satisfaction de la part de son public

Globalement, êtes-vous satisfait du Chabada ?

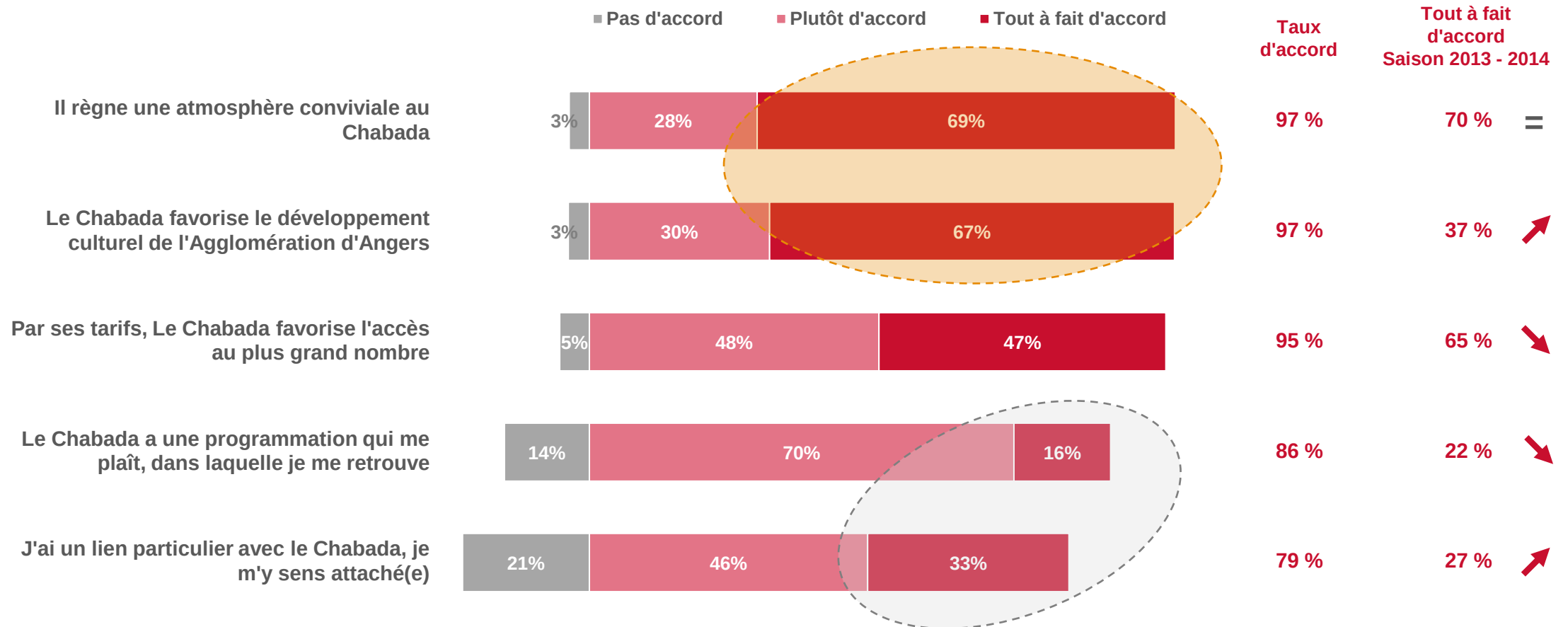


"Norme Gece"
= 70

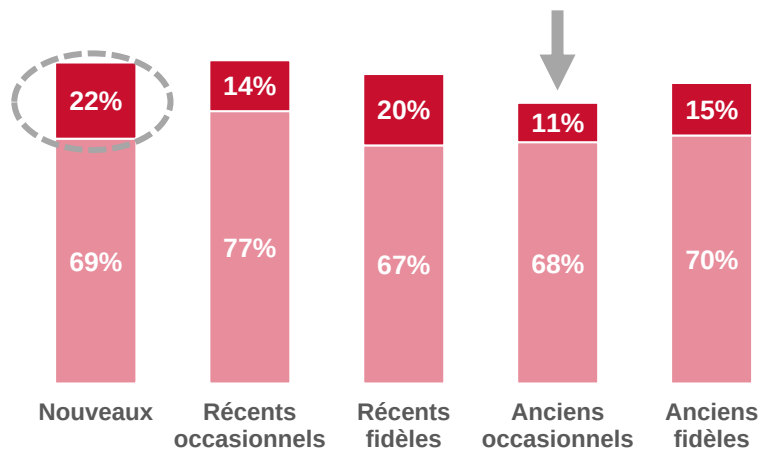
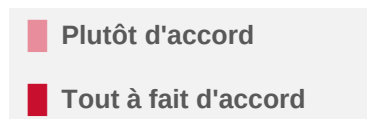
Indice de satisfaction = 76

Une satisfaction partagée par tous les profils du public

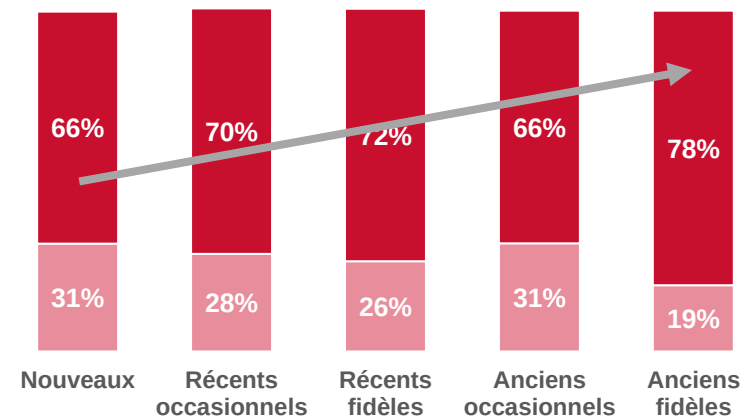
➔ Un lieu avec une ambiance conviviale et qui favorise le développement culturel de l'Agglomération d'Angers



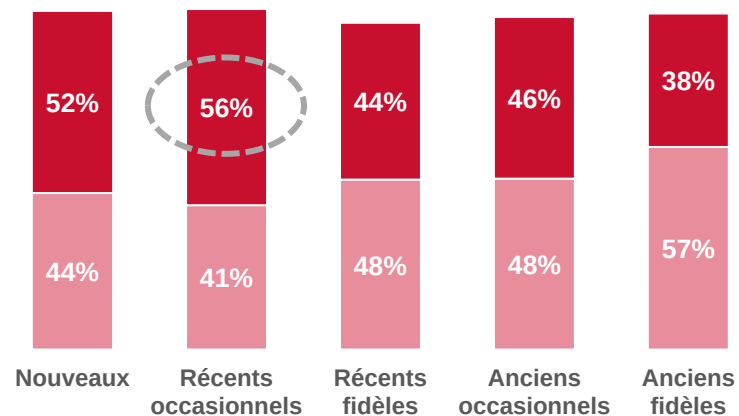
Le Chabada a une programmation qui me plaît / dans laquelle je me retrouve



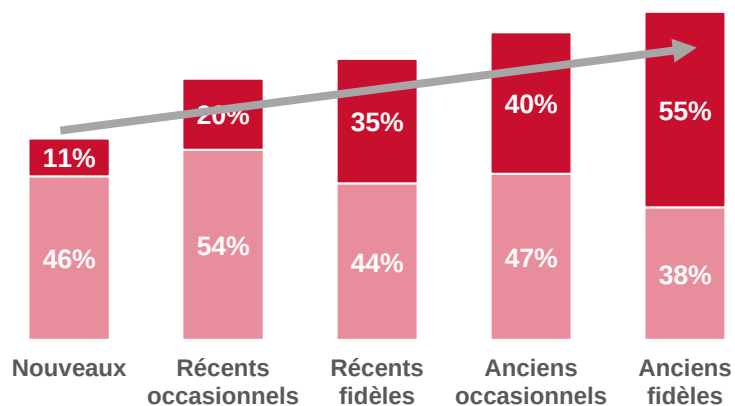
Il règne une atmosphère conviviale au Chabada



Par ses tarifs, Le Chabada favorise l'accès au plus grand nombre

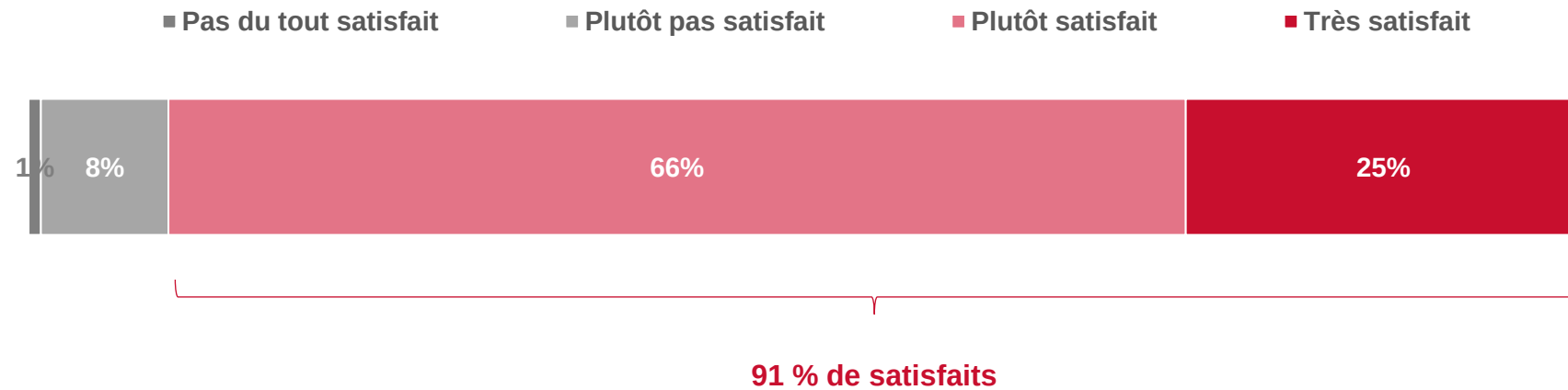


J'ai un lien particulier avec le Chabada, je m'y sens attaché(e)



➔ Une programmation qui satisfait une large part du public mais qui ne comble vraiment que 25 % de ce public

Êtes-vous satisfait des concerts proposés par le Chabada ?



Indice de satisfaction = 53



Certains publics plus satisfaits des concerts :

Les moins de 25 ans (indice = 65)

Les élèves et étudiants (indice = 64)

Le public venant de l'extérieur du Maine-et-Loire (indice = 61)

Les nouveaux spectateurs (indice = 60)

Les spectateurs récents occasionnels (indice = 60)



Et d'autres moins satisfaits :

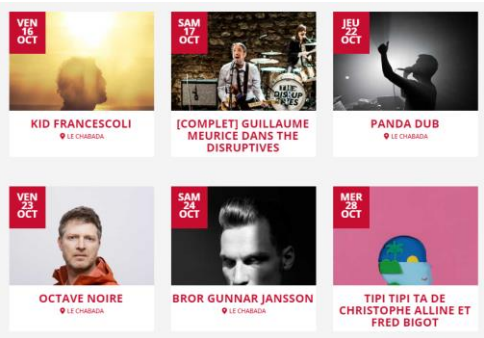
Les spectateurs de 55 ans et plus (indice = 41)

Les anciens spectateurs occasionnels (indice = 46)

Freins liés au Chabada

Manque d'artistes, de groupes à mon goût **55 %**

Manque d'informations sur les concerts **13 %**



Freins exogènes au Chabada



Contraintes personnelles **41 %**

Contraintes professionnelles **24 %**

Concert complet **22 %**

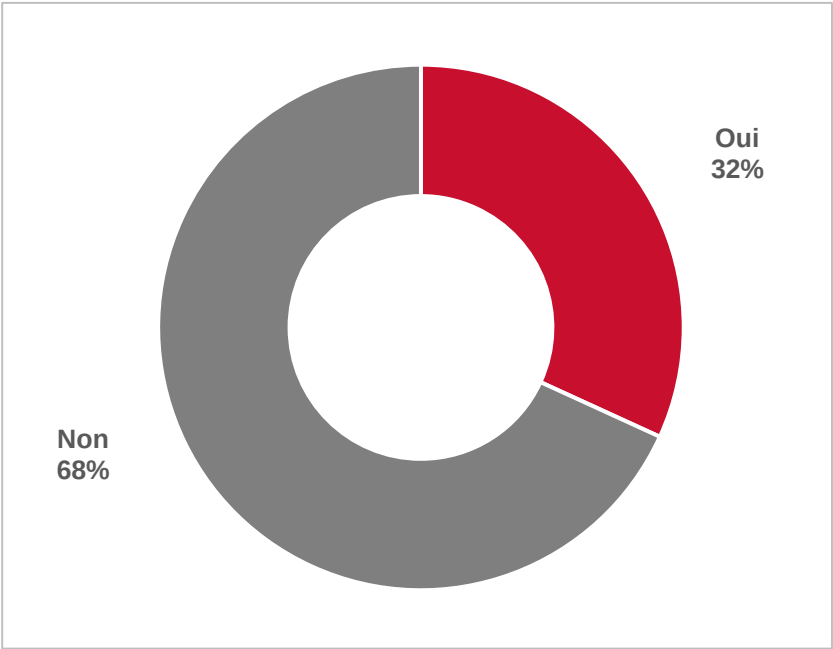
Manque de personnes pour vous accompagner **14 %**

Manque d'offre en transport en commun pour venir et/ou repartir **11 %**

- ➔ Près d'un tiers du public connaît au moins un artiste accompagné par le Chabada
- ➔ Les artistes les plus connus : Odor et Thylacine



Connaissez-vous des artistes locaux que le Chabada a récemment accompagnés ?



Part du public connaissant au moins un artiste accompagné par le Chabada

Nouveaux	Récents occasionnels	Récents fidèles	Anciens occasionnels	Anciens fidèles
12%	29%	49%	33%	50%

32 % du public savent que le Chabada est géré par
l'association ADRAMA-Chabada



ADRAMA-CHABADA

*Saviez-vous que le Chabada est géré
par l'association ADRAMA-Chabada ?*



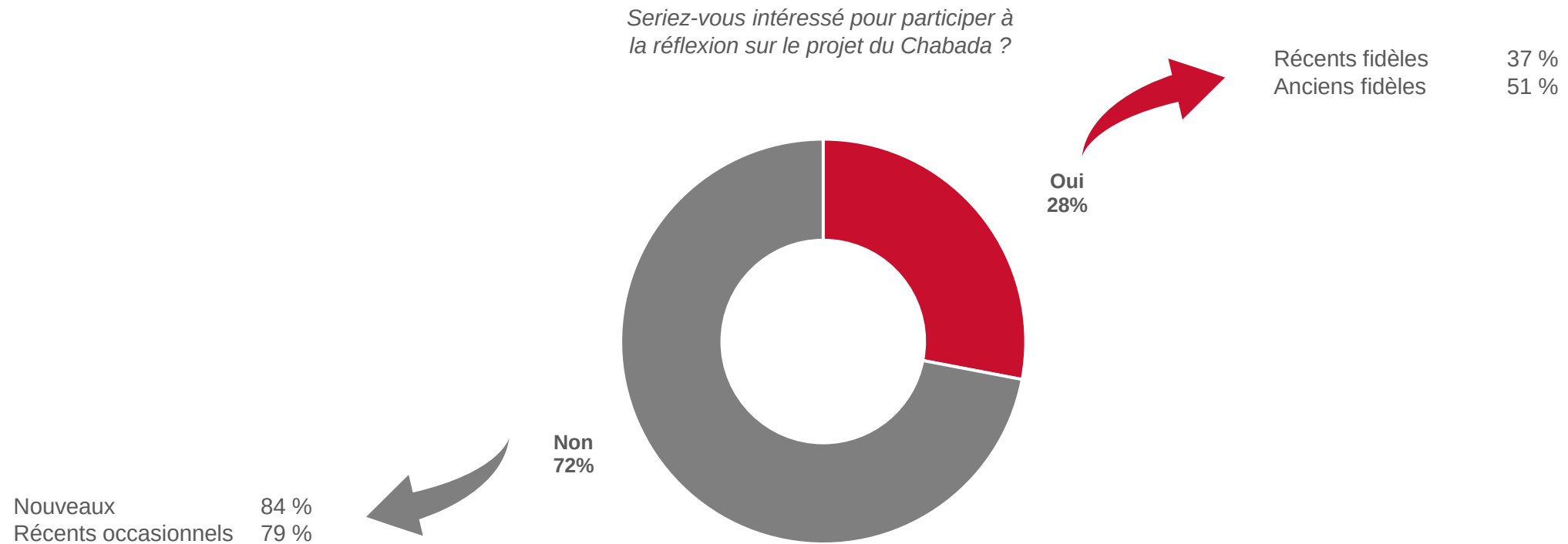
Oui
32%

Anciens occasionnels 46 %
Anciens fidèles 49 %

Nouveaux 87 %
Récents occasionnels 82 %

28 % des spectateurs seraient intéressés pour participer à la réflexion sur le projet du

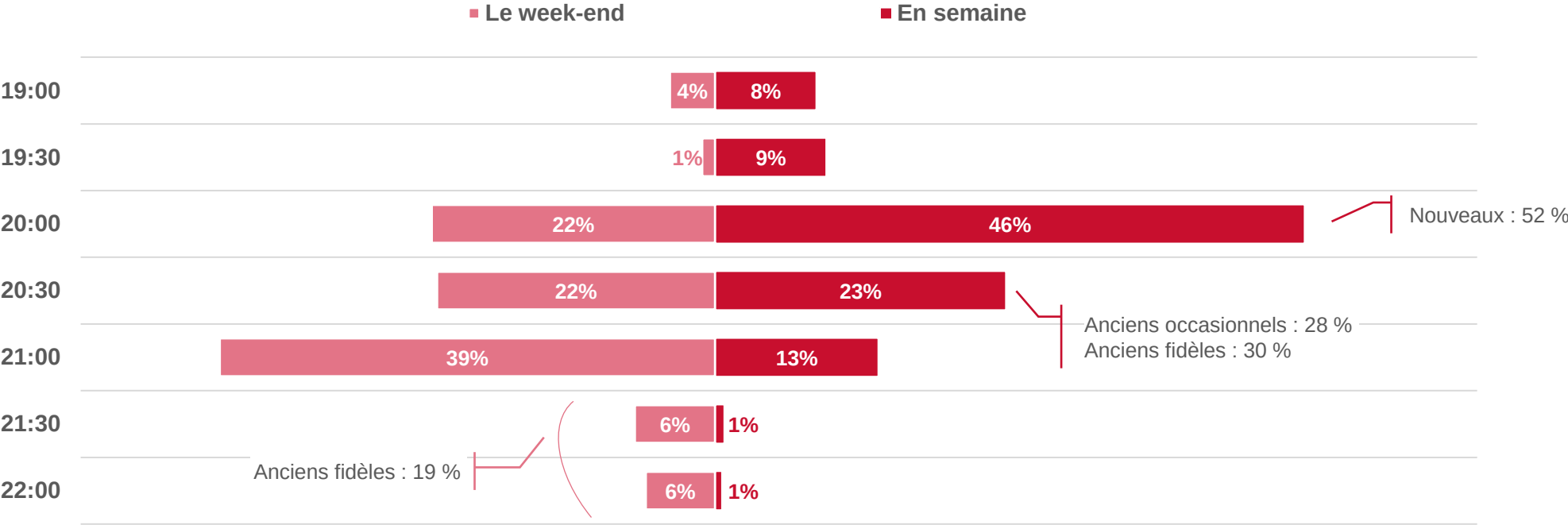
Chabada ↔ Forte relation entre la salle du Chabada et une partie de son public

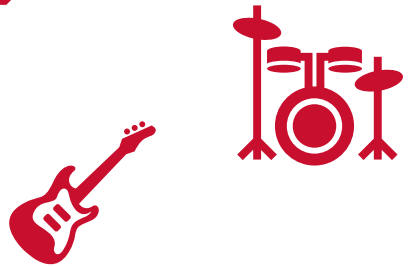


- ➔ Près d'un spectateur sur 2 préférerait que les concerts commencent à 20 heures en semaine et 36 % entre 20 heures 30 et 21 heures.
- ➔ Le week-end, les avis sont moins tranchés : 44 % souhaiteraient que les concerts commencent entre 20 heures et 20 heures 30 et 39 % à 21 heures.

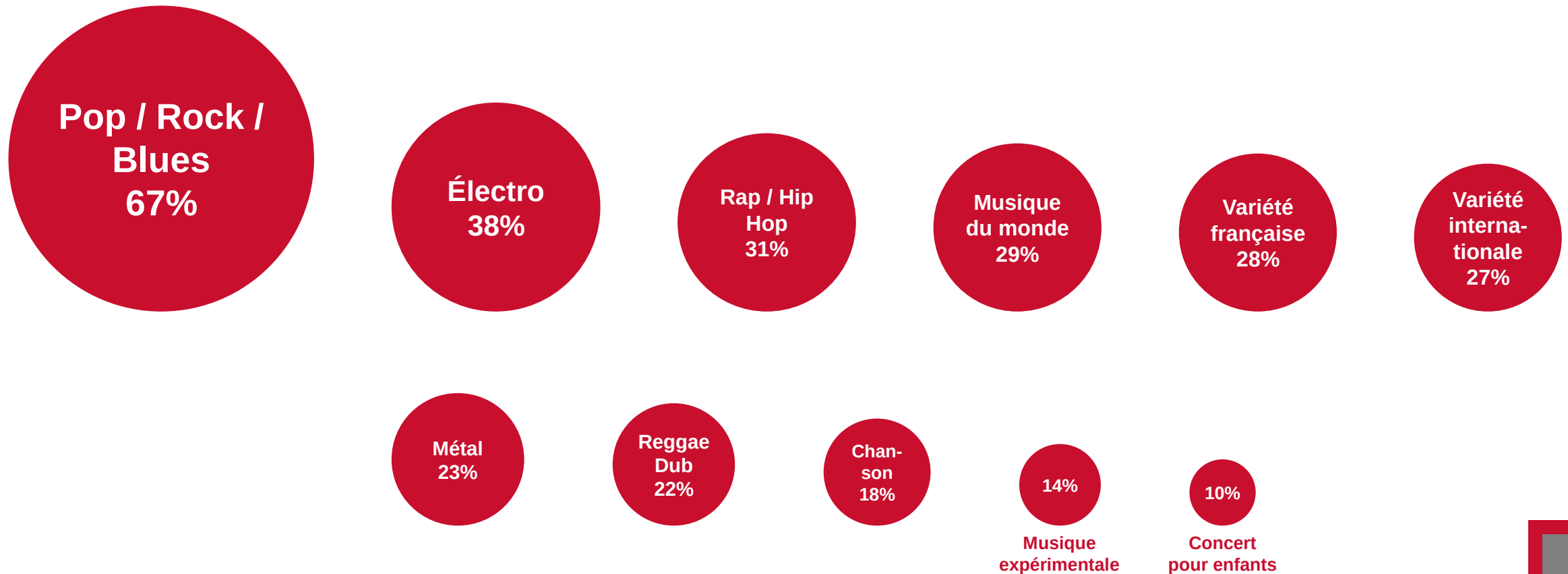


Selon vous, quelle est l'heure idéale pour venir voir un concert au Chabada ?





- D'abord des concerts pop, rock ou blues, loin devant les autres styles musicaux
- Des attentes très diverses pour les autres styles musicaux
- Des attentes évidemment liées aux goûts musicaux (résultats 2013 - 2014)



→ Des attentes en matière de style de musique qui diffèrent selon l'âge :

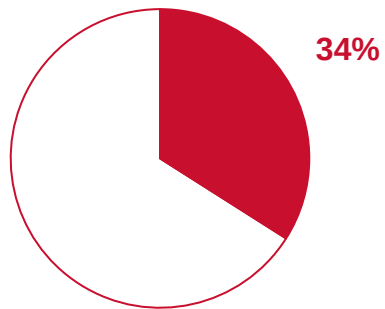
Xx % % statistiquement inférieur
xx % % statistiquement supérieur

*Quels types de concert vous inciteraient à venir au Chabada ?
 (Plusieurs réponses possibles)*

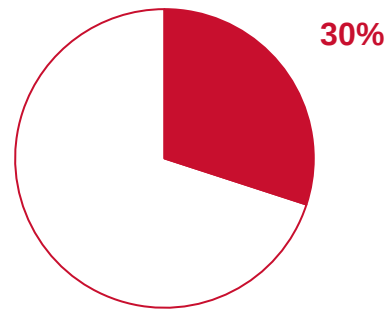
	Moins de 25 ans	De 25 ans à 34 ans	De 35 ans à 44 ans	De 45 ans à 54 ans	55 ans et plus
Pop / Rock / Blues	56 %	60 %	71 %	82 %	86 %
Musique Electro	40 %	53 %	33 %	27 %	13 %
Rap / Hip Hop	60 %	36 %	18 %	10 %	6 %
Musique du monde	20 %	34 %	30 %	31 %	40 %
Variété française	32 %	18 %	30 %	31 %	27 %
Variété internationale	32 %	26 %	22 %	33 %	27 %
Metal	21 %	27 %	25 %	18 %	17 %
Reggae Dub	25 %	28 %	20 %	14 %	14 %
Chanson	17 %	15 %	23 %	18 %	25 %
Musique expérimentale	13 %	22 %	14 %	6 %	8 %
Concert pour enfants	1 %	9 %	26 %	7 %	9 %
Autre	5 %	8 %	6 %	6 %	4 %

➔ 73 % des spectateurs souhaitent voir se développer certaines activités du Chabada

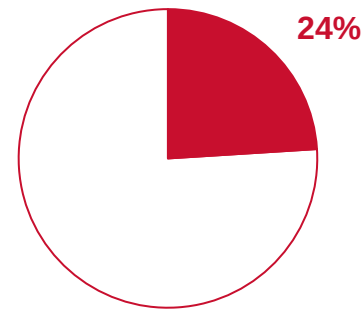
Projets d'actions culturelles



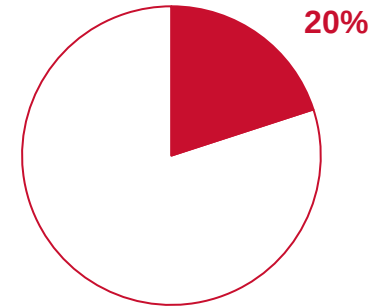
Stages et ateliers



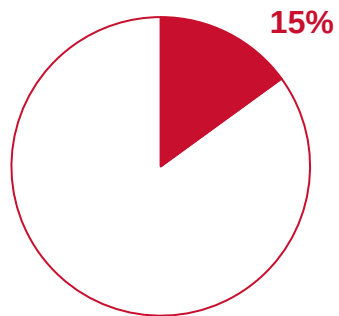
Conférences



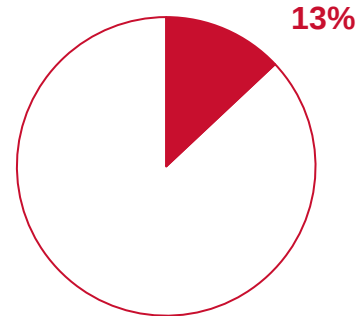
Espaces de répétition



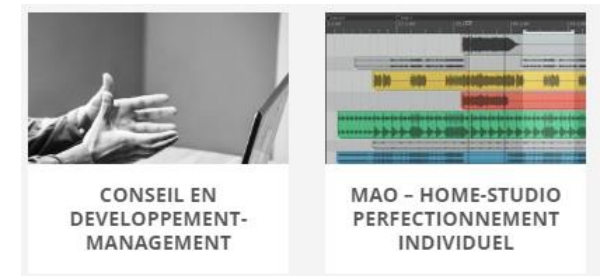
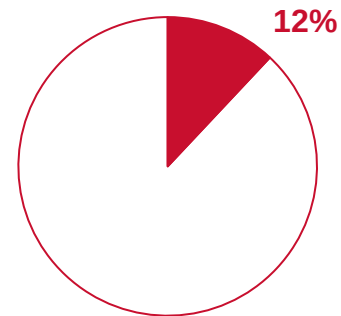
Résidences scéniques

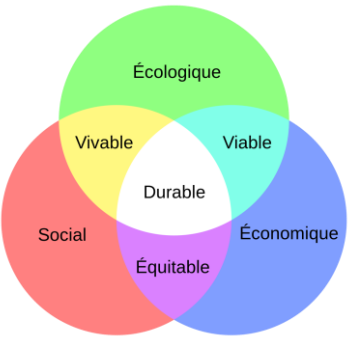


Visite de la salle



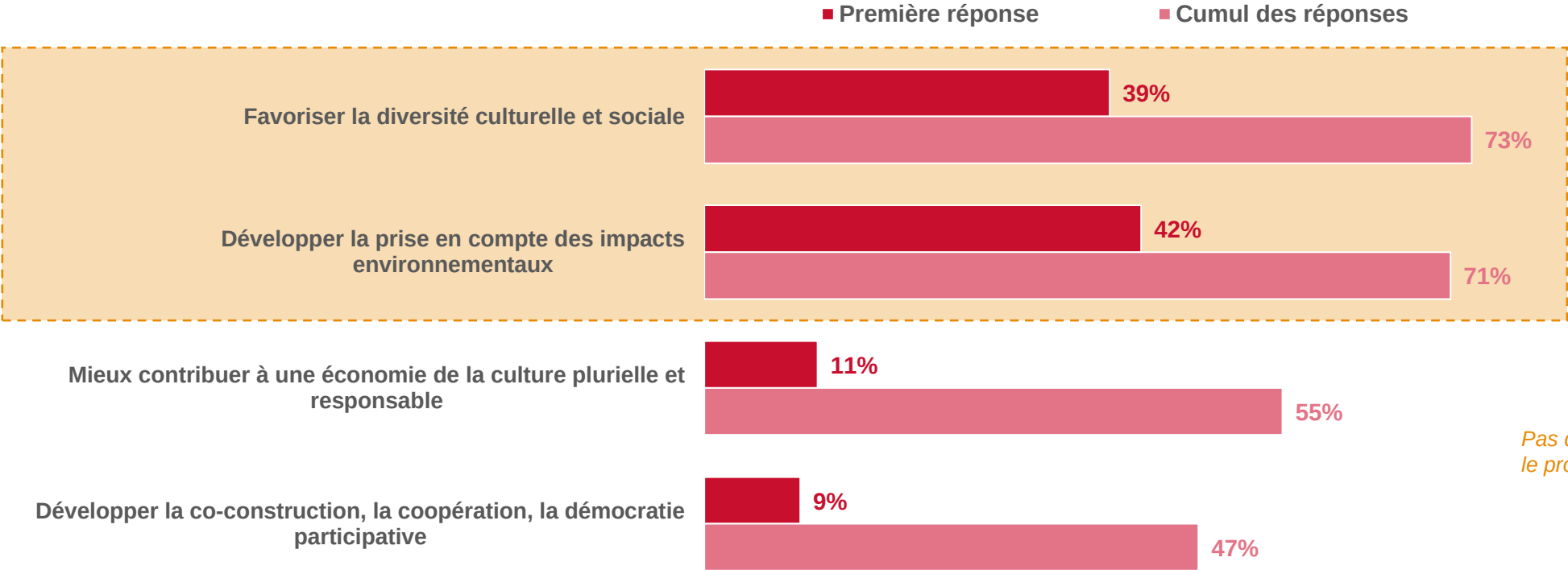
Master-class





→ Deux axes se distinguent : favoriser la diversité culturelle et sociale et développer la prise en compte des impacts environnementaux

Le Chabada s'investit dans une logique de développement durable. Selon vous quels seraient les axes prioritaires à développer ? (Plusieurs réponses possibles à classer par ordre d'importance)



Pas d'écart significatif selon le profil de spectateur

2.6 La communication du Chabada



1

Le bouche-à-oreille

54 %



2

Sa notoriété

43 %



3

La communication
papier, l'affichage

39 %



Affichage sur un panneau en ville 18%

Programme papier 15%

Affichage dans un commerce, un
établissement scolaire, une bibliothèque... 10%

Flyer / dépliant 10%

Internet

29 %



Réseaux sociaux 19%

+ 10 pts par rapport à la
saison 2013/2014

Site Internet du Chabada 15%

Par la presse écrite locale 9%

Par des magazines ou des sites
Internet / Blogs spécialisés en musique 3%

Par la radio 2%

Par la presse écrite nationale (hors
magazine spécialisé) 1%

Les médias

14 %



→ Un principal mode d'information : Internet, utilisé par **79 %** du public et une forte attente envers une information via les réseaux sociaux



Newsletter du
Chabada

20 %



23 % souhaitent
être informés ainsi



Réseaux sociaux

39 %

+ 21 pts par
rapport à la saison
2013/2014



39 % souhaitent
être informés ainsi

Site Internet du
Chabada

52 %



31 % souhaitent
être informés ainsi

+ Le bouche-à-oreille

25 %



+ Le programme
papier

21 %



73 % du souhaiteraient recevoir des
informations sur les concerts (23 % sur la
scène locale, 21 % sur les conférences, 18 % sur
les stages et ateliers...)

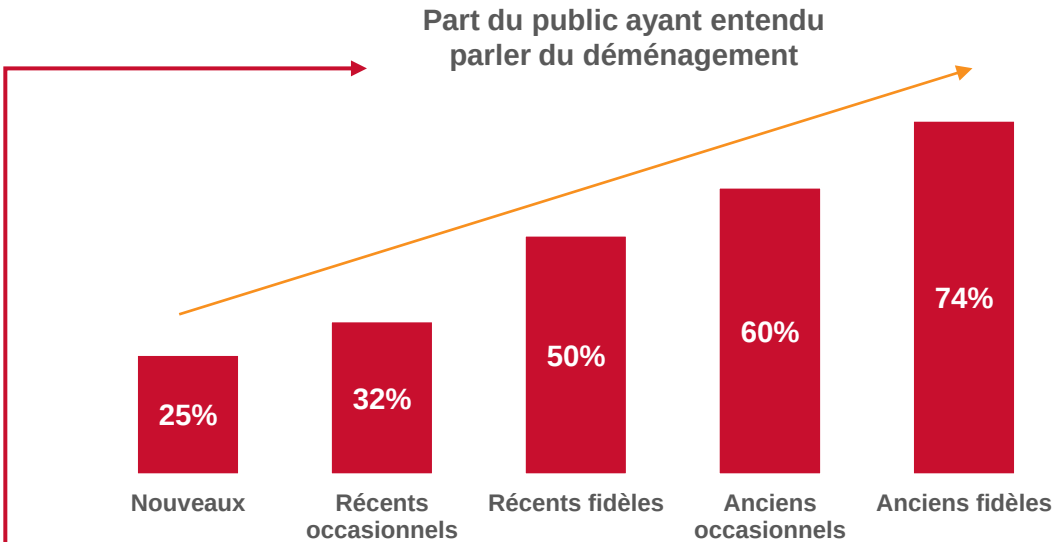
2.7 La future salle du Chabada



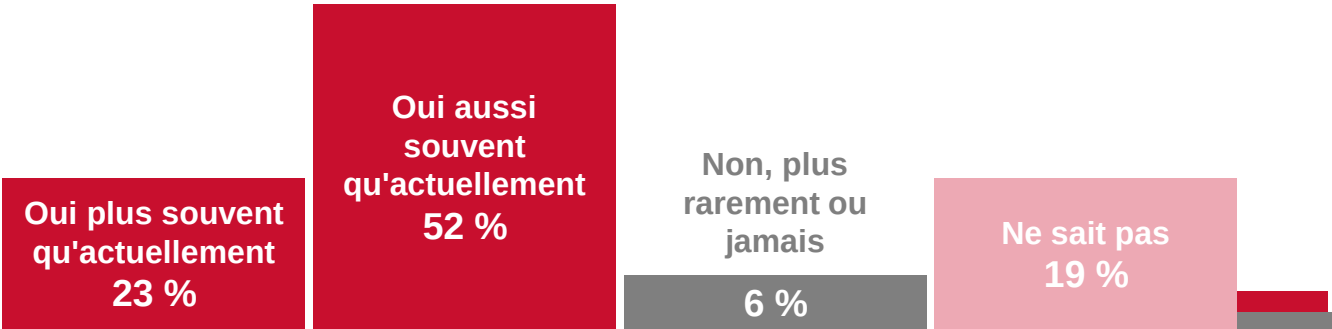
© Ouest-France

48 % du public sont au courant du futur déménagement du Chabada et **75 %** comptent continuer à le fréquenter aussi souvent voire plus souvent pour **23 %**

Avez-vous entendu parler du futur déménagement du Chabada (transfert vers le quartier Saint-Serge proche centre-ville) ?



Comptez-vous continuer à fréquenter les concerts et manifestations programmés par le Chabada dans le futur lieu ?





Un bar
88%



De la petite restauration
77%



Des apéros concerts
64%

90 % le fréquenteraient les soirs de concert (avant et/ou après la représentation), **31 %** le fréquenteraient à un autre moment (le plus souvent en soirée en dehors des jours de concert, rarement le midi).

Un disquaire

49%

Des rencontres
avec les artistes

49%

Des mini-
concerts, DJ sets

47%

Des expositions
43%



→ La première motivation à fréquenter davantage la future salle est la même que celle qui incite le public à venir au Chabada aujourd'hui : **les têtes d'affiches**

Davantage de têtes d'affiches

37%



La fidélité, l'habitude de venir au Chabada

23%



Une meilleure desserte en transports en commun

19%



Être mieux informé sur le contenu des concerts programmés

21%

Proposer des expositions

18%

Un restaurant, un café

24%



Partie 3

EN RÉSUMÉ

The logo for 'LE CHABADA' is set against a red rectangular background. The text 'LE CHABADA' is in white, bold, uppercase letters. The 'A' is stylized with a white arrow pointing to the right, integrated into its structure.

SCÈNE DE MUSIQUES ACTUELLES ANGERS

LE PROFIL DU PUBLIC

53 % de femmes ;

Un âge moyen de **35 ans ½**, **37 %** de moins de 30 ans, **23 %** de 30 à 39 ans, **26 %** de 40 à 49 ans et **14 %** de 50 ans et plus ;

53 % de CSP hautes, **23 %** de CSP basses, **15 %** d'étudiants et **9 %** d'autres inactifs ;

76 % habitant le Maine-et-Loire : **39 %** à Angers, **19 %** dans une autre commune d'Angers Loire Métropole, **18 %** dans une commune du département hors agglomération d'Angers ;

PLUSIEURS CATÉGORIES DE PUBLIC SELON LEURS PRATIQUES CULTURELLES

Les "occasionnels"

44 %

Plus souvent des nouveaux spectateurs du Chabada, de 45 à 54 ans, habitant le Maine-et-Loire hors Angers

Les "musicos"

34 %

Plus souvent des hommes de 25 à 34 ans habitant en dehors du Maine-et-Loire, venus au moins 4 fois au Chabada lors des 3 dernières saisons

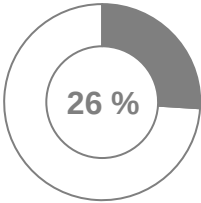
Les "multi-culturels"

22 %

Plus souvent des femmes, d'Angers, de CSP hautes, grandes habituées du Chabada

À CHAQUE CATÉGORIE DE VISITEUR SON PROFIL ET SES PRATIQUES

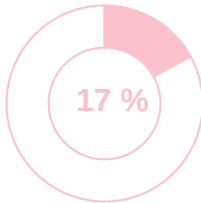
Le nouveau spectateur



Marion

- Plus souvent une femme, de moins de 30 ans, étudiante
- Habitant en dehors du Maine-et-Loire
- Avec des pratiques culturelles occasionnelles
- Un seul concert en 2019
- Peu attachée au Chabada mais se retrouve plus dans sa programmation
- Plus satisfaite des concerts
- Vient plus souvent au Chabada pour le prix, l'envie de sortir entre amis et les artistes issus des réseaux sociaux
- Vient plus souvent avec d'autres membres de la famille que son compagnon ou ses enfants
- Plus d'attentes de concerts de rap et de hip-hop mais aussi de métal

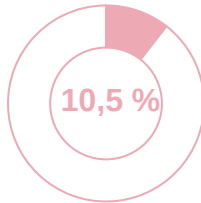
Le spectateur récent occasionnel



Léa

- Plus souvent une femme, de moins de 30 ans, élève ou étudiante
- Habitant Angers
- Venue de 1 à 3 fois lors des 3 dernières saisons et une fois en 2019
- Plus satisfaite des concerts
- Un peu moins attachée au Chabada
- Vient plus souvent au Chabada pour les artistes diffusés à la radio
- Plus d'attentes de concerts de rap et de hip-hop

Le spectateur récent fidèle

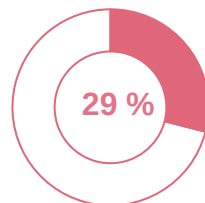


Élodie

- Plus souvent une femme, de 20 à 29 ans, étudiante
- Habitant Angers
- Avec des pratiques multiculturelles
- Venue au moins 4 fois lors des 3 dernières saisons
- Vient plus souvent au Chabada pour découvrir un artiste
- A plus souvent fréquenté les studios de répétition Tostaky et/ou la Cerclère

À CHAQUE CATÉGORIE DE VISITEUR SON PROFIL ET SES PRATIQUES (SUITE)

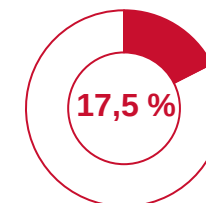
L'ancien spectateur occasionnel



Emmanuel

- 40 ans et plus, de CSP élevée, ayant des enfants de 3 à 15 ans
- Habitant le Maine-et-Loire hors Angers
- Venue 2 ou 3 fois lors des 3 dernières saisons
- Se retrouve moins dans la programmation du Chabada mais y est attaché
- Moins satisfait des concerts
- Vient plus souvent avec sa compagne ou son compagnon et ses enfants
- Plus d'attentes de concerts pour les enfants
- A plus souvent fréquenté les espaces de répétition, les résidences scéniques et à avoir assisté à une conférence

L'ancien spectateur fidèle



Anthony

- Un peu plus souvent un homme, de 30 à 39 ans
- Plus souvent un actif, de CSP élevée
- Habitant Angers
- Au moins 2 concerts au Chabada en 2019 et au moins 4 concerts lors des 3 dernières saisons
- Plus attaché au Chabada
- Vient plus souvent au Chabada pour l'ambiance et les découvertes
- Vient plus souvent avec sa compagne ou son compagnon
- Plus d'attentes de concerts de reggae dub
- Recommanderait fortement le Chabada
- A participé aux dispositif de soutien aux artistes, aux projets d'actions culturelles et à une visite de la salle

UN PUBLIC GLOBALEMENT SATISFAIT

96 % du public sont satisfaits et **61 %** sont même "très satisfaits" du Chabada

91 % sont satisfaits des concerts mais seuls **25 %** en sont "très satisfaits"

La recommandation du Chabada est correcte avec **50 %** d'ambassadeurs mais **11 %** de détracteurs

Des niveaux de satisfaction qui diminuent avec l'âge et l'ancienneté de la première venue au Chabada (les plus jeunes et les nouveaux spectateurs sont les plus satisfaits)

La recommandation diminue avec l'âge mais ce sont les plus fidèles qui recommandent le plus le lieu

➔ Public fidèle ⇔ public plus exigeant ? Veiller à ne pas le décevoir

UNE SALLE QUI PLAÎT :

Il y règne une atmosphère conviviale

Elle favorise le développement culturel de l'Agglomération d'Angers

Elle favorise l'accès au plus grand nombre par ses tarifs

MAIS...

... tous ne se retrouvent pas forcément dans la programmation (surtout les spectateurs fidèles)

55 % ne viennent pas plus souvent en raison du manque d'artistes à leur goût

... tous n'ont pas un lien particulier avec la salle (surtout les nouveaux spectateurs)

LA COMMUNICATION DU CHABADA



54 % ont entendu parler du Chabada par le bouche-à-oreille, **43 %** par sa notoriété, **34 %** des nouveaux spectateurs par les réseaux sociaux

13 % ne viennent pas plus souvent par manque d'information sur les concerts



Des attentes en matière d'information sur les concerts

Via les réseaux sociaux du Chabada

Via son site Internet

52 % suivent l'actualité du Chabada sur son site Internet, **39 %** sur les réseaux sociaux

29 % des nouveaux spectateurs ne s'informent pas

→ Leur "apporter" l'information

21 % des nouveaux spectateurs fréquenteraient davantage le futur Chabada que l'actuel s'ils étaient mieux informés sur les concerts

LES ATTENTES DU PUBLIC



46 % préféreraient que les concerts commencent à 20 heures en semaine, **36 %** entre 20h heures 30 et 21 heures

44 % préféreraient que les concerts commencent entre 20 heures et 20h heures 30 le week-end, **39 %** à 21 heures

**D'abord des concerts de
pop, rock, blues**



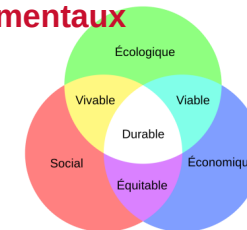
**Mais aussi du rap ou du hip-hop pour
les plus jeunes et les non-fidèles, de
l'électro pour les 25 - 34 ans...**



**Des projets d'actions culturelles
et des stages ou ateliers**



**Favoriser la diversité culturelle et
sociale et développer la prise en
compte des impacts environnementaux**



**Tout l'enjeu est de proposer une programmation qui permet d'attirer un
nouveau public et de le fidéliser sans "faire fuir" les habitués et sans
perdre l'âme du lieu qu'affectionnent ces habitués**

LA FUTURE SALLE DU CHABADA

52 % ne sont pas au courant du futur déménagement → Axe de communication

De fortes intentions de fréquentation : **80 %** comptent continuer à fréquenter le Chabada (19 % ne savent pas) avec des intentions plus fortes encore parmi le public au courant du futur déménagement



Différentes activités attendues :

- Des apéro-concerts
- Des rencontres avec les artistes
- Des mini-concerts et DJ sets
- Des expositions
- Des brocantes spécialisées
- Des spectacles en extérieur

Un bar



De la petite restauration



Davantage de
têtes d'affiches

→ Un nouveau lieu qui propose, en plus des "concerts classiques", un bar, un espace de restauration et des activités ponctuelles.



Gece
6, rue des Polieux
35000 RENNES

☎ 02 23 30 77 32 - 06 74 30 79 71

✉ contact@gece.fr

🌐 www.gece.fr