

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – 17/10/2025

BAROMÈTRE 2025 DU PUBLIC DU SPECTACLE VIVANT

UNE PRATIQUE BIEN ANCRÉE ET UNE IMAGE TOUJOURS AUSSI POSITIVE

Paris, le 17/10/2025 - Ekhoscènes, premier syndicat national du spectacle vivant privé, dévoile la 11ème vague de son **Baromètre du public du spectacle vivant**, réalisée par **Toluna Harris Interactive France**. Depuis 2014, ce baromètre observe l'évolution des pratiques et des perceptions des Français vis-à-vis des spectacles vivants du périmètre d'Ekhoscènes : les concerts de musiques actuelles, les spectacles d'humour et de cabaret, les comédies musicales et le théâtre. Désormais, 11 années de pratiques des Français sont recensées par cet outil. Elles démontrent le profond et constant attachement des Français au spectacle vivant.

Le spectacle vivant : un secteur qui jouit d'une image très positive auprès des Français

Spontanément, les Français associent le monde du spectacle **au plaisir, à la détente et à la joie**. Lorsqu'on aborde plus précisément **le secteur professionnel des spectacles, les Français en renvoient depuis la première vague du Baromètre une image très positive**. Depuis 2014, ils sont interrogés sur la qualité et la variété des spectacles proposés en France et s'en déclarent satisfaits avec des scores oscillant entre 85 et 90%, respectivement 89% et 87% cette année. En 2025, deux nouvelles dimensions ont recueilli l'assentiment des Français : ils estiment à 82% que le secteur du spectacle vivant diffuse une **bonne image de la France à l'étranger** et à 77% qu'il permet de **rapprocher les gens et de renforcer les liens sociaux**.

Une pratique répandue, ancrée et en progression sur le long terme

En 2025, plus de la moitié des Français (53%) déclare assister au moins une fois par an à un spectacle : ils sont 39 % pour les concerts de musiques actuelles, 31% pour les spectacles d'humour, 29 % pour les pièces de théâtre, 17 % pour les comédies musicales et 15% pour le cabaret. Ces indicateurs sont en légère hausse par rapport à l'année dernière, avec une progression marquée sur la longue durée, en particulier pour l'humour et les comédies musicales.

Les festivals continuent également de rassembler. Près d'un Français sur deux (49%) indique ainsi assister au moins tous les deux ou trois ans à un festival de musiques actuelles, d'humour ou de théâtre. Leur fréquentation reste globalement stable avec une très légère hausse pour les festivals de musique.

Qu'il s'agisse de spectacles ou de festivals, **les plus jeunes sont les plus assidus**. 70% des 15-24 ans déclarent se rendre au moins une fois par an à un spectacle (contre 53% pour l'ensemble de la population) et 73%, au moins tous les deux ou trois ans à un festival (contre

49% pour l'ensemble de la population) et ces chiffres progressent par rapport à l'année dernière (+4 et 3 points).

Des motivations profondément liées aux émotions et au partage

Les motivations premières pour se rendre à un spectacle ou à un festival sont liées au plaisir de vivre un moment unique et collectif - une dimension qui s'affirme d'année en année. Se divertir, partager un moment festif avec ses proches, ressentir des émotions fortes et uniques ressortent parmi les motivations très importantes citées par les Français.

Les spectateurs se déplacent toujours également pour voir sur scène un artiste ou une œuvre qu'ils aiment, ressentir une proximité avec lui ou encore profiter d'une mise en scène et d'un son spécifique.

En parallèle, plus de la moitié (54 %) des Français se dit fan ou passionné d'un ou plusieurs artistes musicaux et jusqu'aux trois-quarts chez les plus jeunes. Ces fans fréquentent beaucoup plus assidument en général les concerts et les festivals de musique que la moyenne des Français.

Une attention des Français aux engagements environnementaux des acteurs du spectacle vivant, dont les pratiques sont reconnues

En 2025, un quart des Français déclare avoir déjà connu une annulation de spectacle à cause d'un événement climatique exceptionnel, une situation qui rappelle combien les enjeux environnementaux concernent désormais directement la filière.

L'engagement des producteurs de spectacles et des organisateurs de festivals en faveur de l'environnement reste un critère important pour les Français, même si son importance perçue est en léger recul par rapport à 2024 et significativement moins élevée chez les plus jeunes (15-24 ans).

Ce recul doit être mis en regard de la reconnaissance des spectateurs des efforts des organisateurs pour l'environnement. Ils constatent des améliorations au cours des dernières années dans différents domaines : à 46% et 44% dans le tri et la réduction des déchets, à 39% dans la restauration responsable et à plus d'1/3 dans la facilitation de transports moins polluants, la préservation du site et la bonne gestion de la ressource en eau.

Un attachement fort à la liberté de création et de programmation

Si de nombreux Français ont l'impression que la liberté des artistes et des créateurs dans le spectacle reste stable, 47% d'entre eux constatent un recul dans certaines esthétiques, de façon plus marquée dans l'humour. Les trois quarts de ceux qui constatent un tel recul ressentent un effet direct sur leur envie d'aller à ce type de spectacle et le plaisir qu'ils y prennent.

Comment est réalisé le Baromètre du public du spectacle vivant ?

1. Enquête réalisée en ligne du 26 au 30 septembre 2025.
2. Échantillon de 1 128 personnes représentatif des Français âgés de 15 ans et plus.
3. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région et taille d'agglomération de l'interviewé(e).

Enquête réalisée par Toluna - Harris Interactive, institut d'études et de sondages d'opinions.
L'enquête est disponible dans son intégralité sur [ce lien](#).

CONTACT MÉDIA

elalanne@bonafide.paris

07 60 56 78 65