

BAROMÈTRE 2026

DES PUBLICS DES MUSÉES ET DES LIEUX PATRIMONIAUX



LES INTERVENANTS

Une équipe d'experts



Magalie BUFFET
Directrice
du Département Public



Olivier ALLOUARD
Directeur
Développement et Stratégie

**TEST est un institut d'études et de sondage qui développe depuis 44 ans,
une spécialisation et une expertise unique en France dans 4 secteurs**



44 ans



130

sites et événements par an



4 secteurs



+ 200 000

Publics enquêtés

 **Culture - Tourisme**

NOS MÉTHODOLOGIES

ÉTUDES QUALITATIVES & QUANTITATIVES



Terrain Face à Face



Plateforme téléphonique



Panel online



Base de données e-mailing



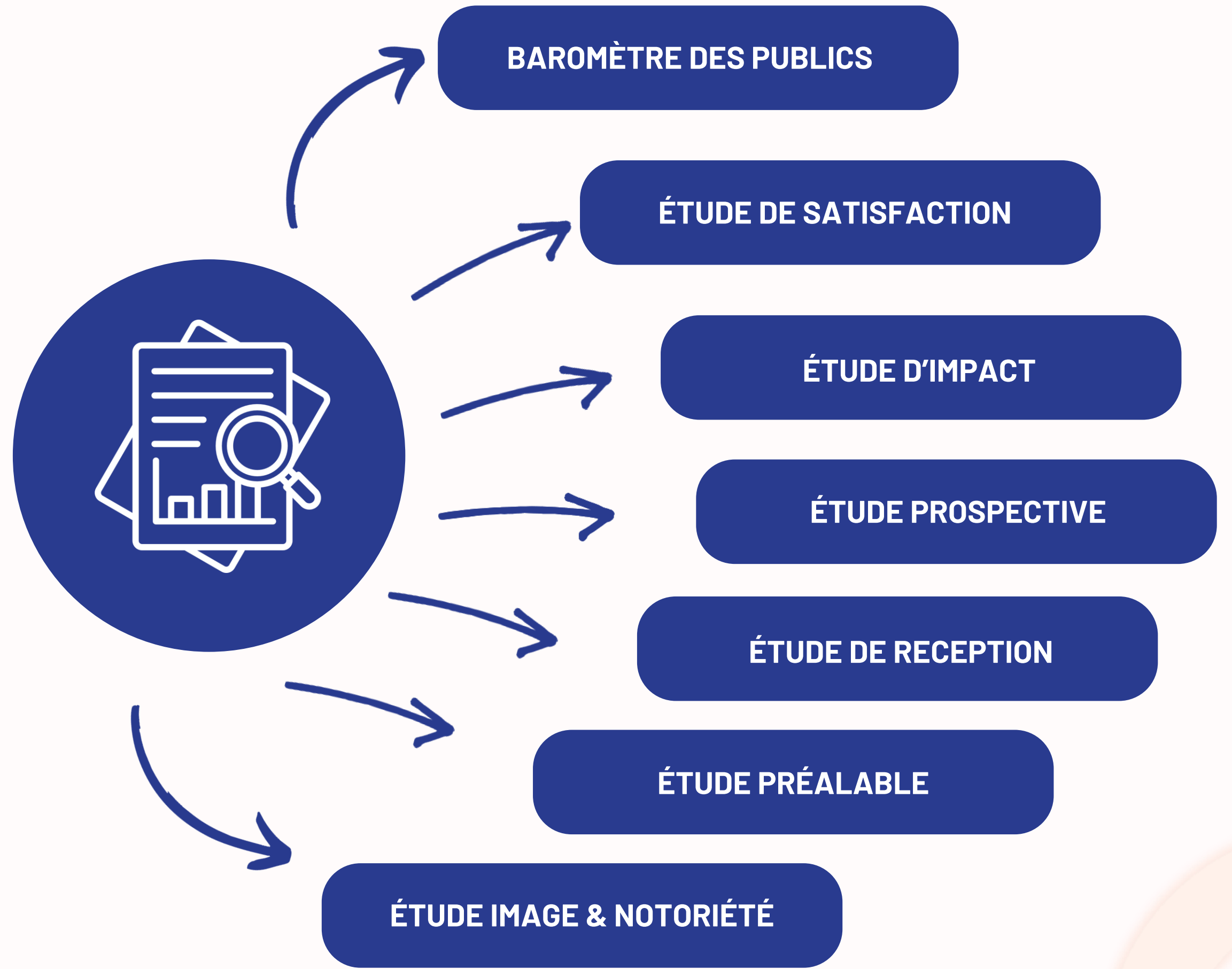
Réseaux sociaux

NOS TYPES D'ÉTUDES

Test dispose de différentes types d'études pour répondre à chaque besoin



SCANNEZ LE QR CODE POUR EN SAVOIR +
SUR NOTRE OFFRE CULTURE



QUELQUES RÉFÉRENCES

MUSÉES ET LIEUX DE VISITE



Mucem

Bourse
de Commerce
Pinault
Collection

CENTRE DES
MONUMENTS NATIONAUX

EPMO

ÉTABLISSEMENT PUBLIC
DU MUSÉE D'ORSAY
ET DU MUSÉE DE L'ORANGERIE
VALÉRY GISCARD D'ESTAING

PARIS
MUSÉES

LES MUSÉES
DE LA VILLE
DE PARIS

musée des
confluences

★ MUSÉE DU QUAI BRANLY
JACQUES CHIRAC

CINEMATHEQUE

AUTRES CLIENTS



zénith
nantes métropole



PUY-de-DÔME
MON DÉPARTEMENT

+ DE RÉFÉRENCES SUR NOTRE SITE INTERNET :

<https://www.test-institut-etudes.com/>



CONTEXTE DE L'ÉTUDE



**Objectif de cette
4ème édition**



**Enjeux
majeurs**

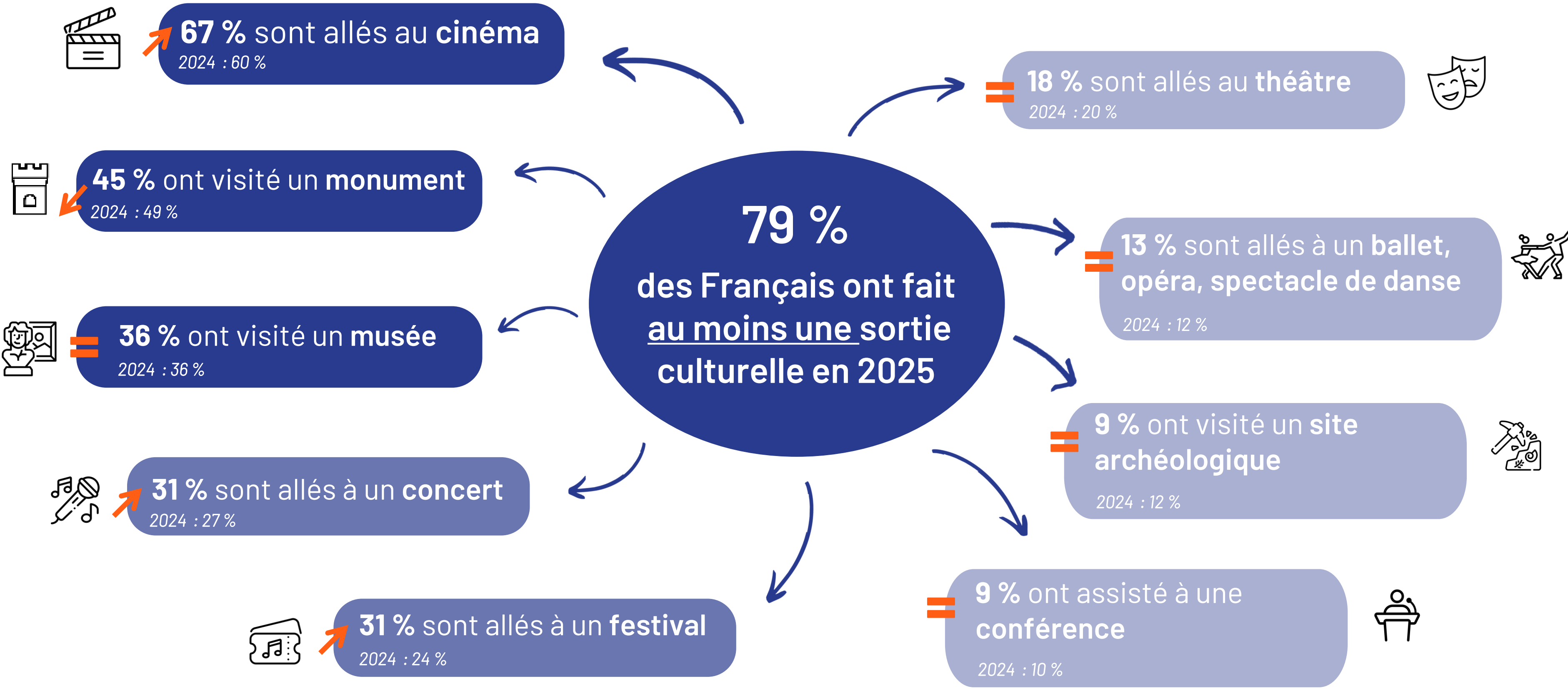


**Population
interrogée**



RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

**LES FRANÇAIS SONT-ILS ADEPTES
DES SORTIES CULTURELLES ?**

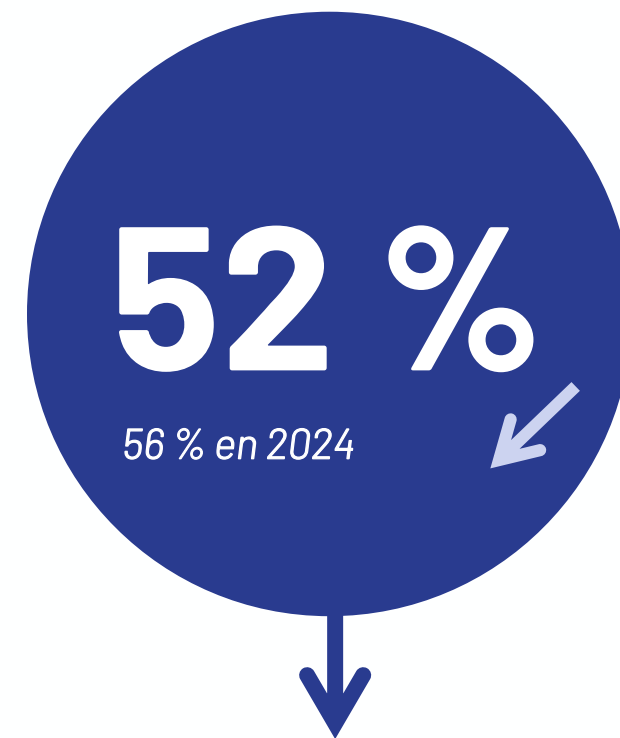


91 % des Français ont déjà effectué, au cours de leur vie, au moins une visite de musée, d'exposition ou de lieu patrimonial

Plus de la moitié des Français ont visité un lieu culturel dans les 12 derniers mois, un taux en recul, tandis que les publics éloignés des lieux de visites sont en hausse.



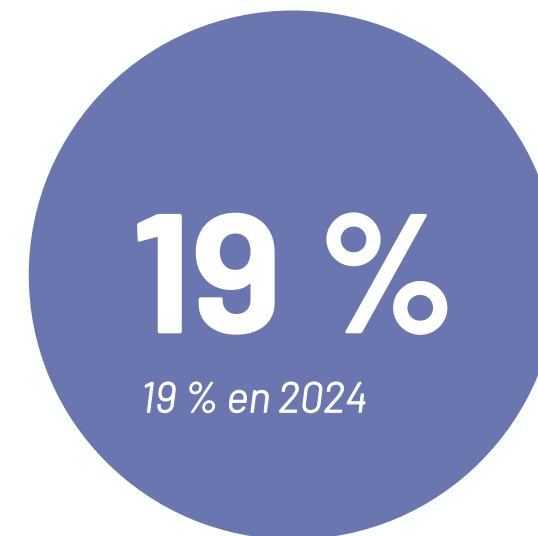
Dans les 12 derniers mois



3,9 visites 4,3 en 2025

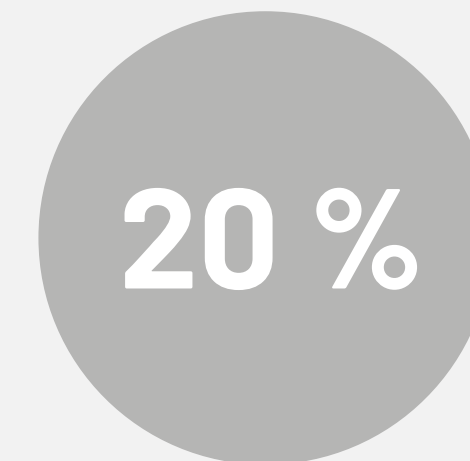
C'est le nombre moyen de visites de musée, exposition ou lieu patrimonial réalisés au cours des 12 derniers mois

Il y a 1 à 3 ans

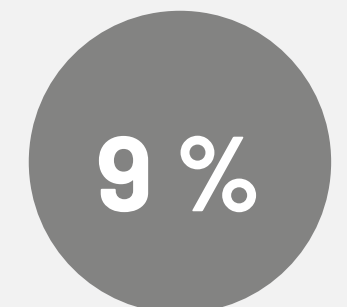


29 % 25 % en 2025
PUBLICS ÉLOIGNÉS DES LIEUX DE VISITES

Il y a plus de 3 ans



Jamais





Le manque d'intérêt constitue la cause majeure de l'absence de visites durant les trois dernières années

Le prix jugé trop élevé arrive en seconde position, mentionné par 3 non-visiteurs sur 10



29 %

C'est le pourcentage de Français qui n'ont pas visité de musées, expositions ou lieux patrimoniaux dans les 3 dernières années



Plus mentionné auprès de ceux n'ayant jamais réalisé de visite de musée, d'exposition ou lieu patrimonial au cours de leur vie

2025

Ça ne vous intéresse pas vraiment

50% ↗

42 %

Les prix vous paraissent trop élevés

29%

29 %

Il n'y a pas de visites / expositions près de chez vous

15% ↘

20 %

Vous n'avez pas eu l'occasion d'organiser une visite avec vos proches (amis, famille)

14% ↘

18 %

Vous n'êtes pas assez informé(e) sur les visites / expositions

6%

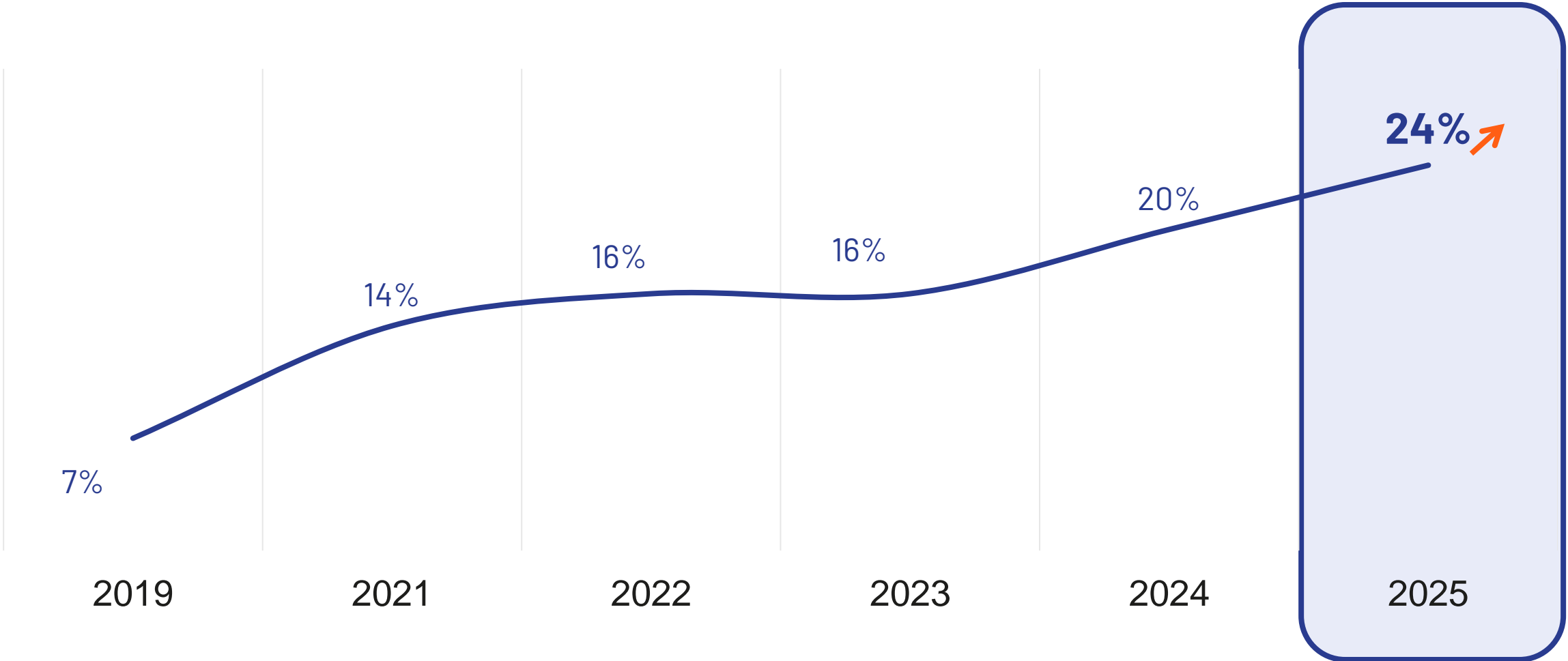
7 %

Aucune différence significative n'est observée selon les profils

Base : À ceux qui ont visité un musée, exposition ou monument il y a 3 ans ou plus / Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas visité de musée ou de monument dans les 3 dernières années ?

La part des Français qui ont visité un musée, une exposition ou un lieu patrimonial en ligne est en progression continue depuis 2019

En 2025, 1 Français culturellement actif sur 4 a visité virtuellement un musée, une exposition ou un site patrimonial



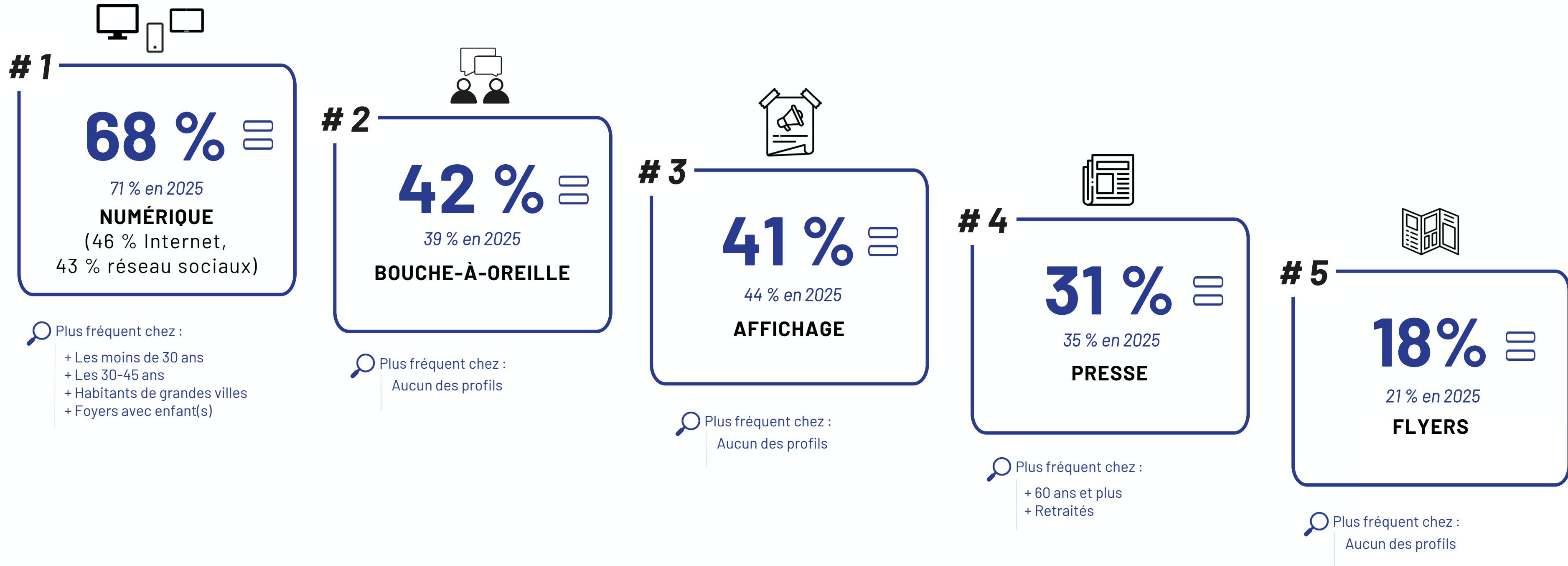
Base : Français ayant déjà visité au moins un musée, exposition ou lieu patrimonial au cours de sa vie / Parmi les activités culturelles en ligne suivantes, quelles sont celles que vous avez pratiquées dans les 12 derniers mois ?



COMMENT LES FRANÇAIS S'INFORMENT-ILS SUR LEURS SORTIES CULTURELLES ?

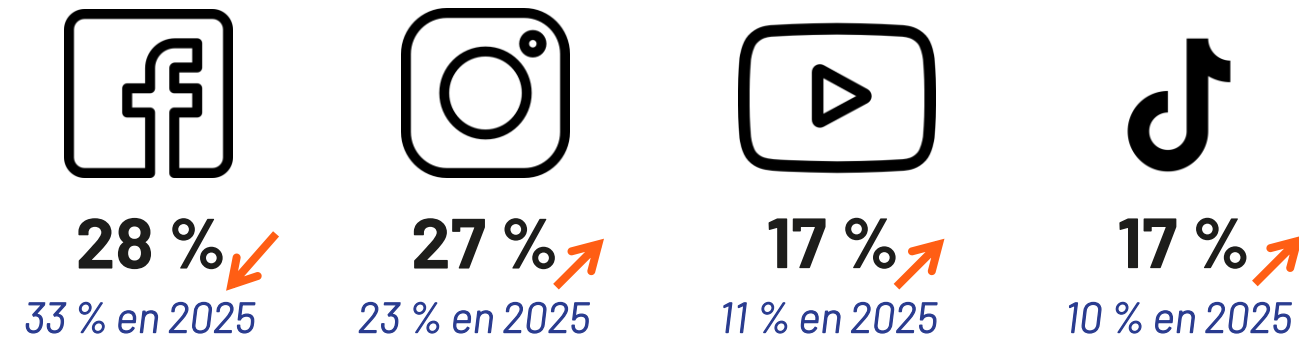
Les Français utilisent plusieurs modes d'information pour se renseigner sur les sorties culturelles

Le numérique est le premier support pour s'informer suivi du bouche-à-oreille et de l'affichage
Plus les Français sont amateurs de sorties culturelles et plus ils se renseignent sur les activités culturelles à faire

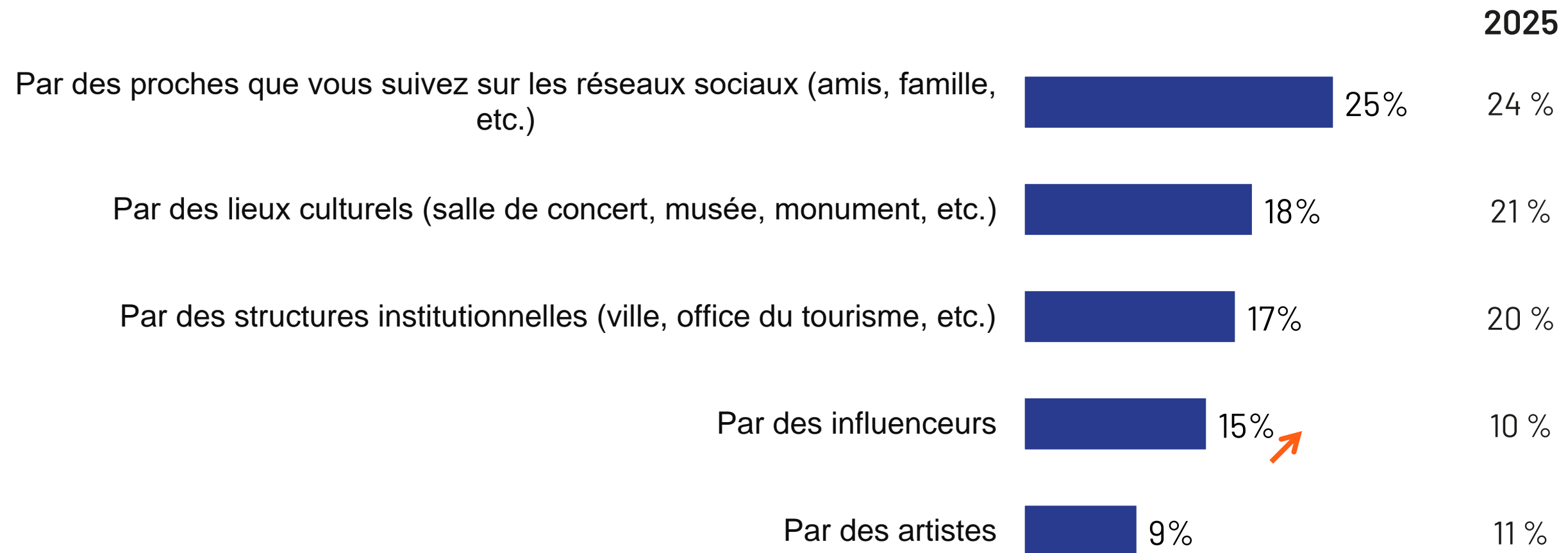


Sur les réseaux sociaux, les Français s'informent des sorties et des activités culturelles par le biais du « bouche-à-oreille numérique » ou en suivant des lieux culturels ou des structures Institutionnelles, mais aussi au travers des contenus proposés par des influenceurs

L'utilisation de Facebook comme source d'information recule au profit d'Instagram YouTube et TikTok deviennent des canaux d'information de plus en plus utilisés



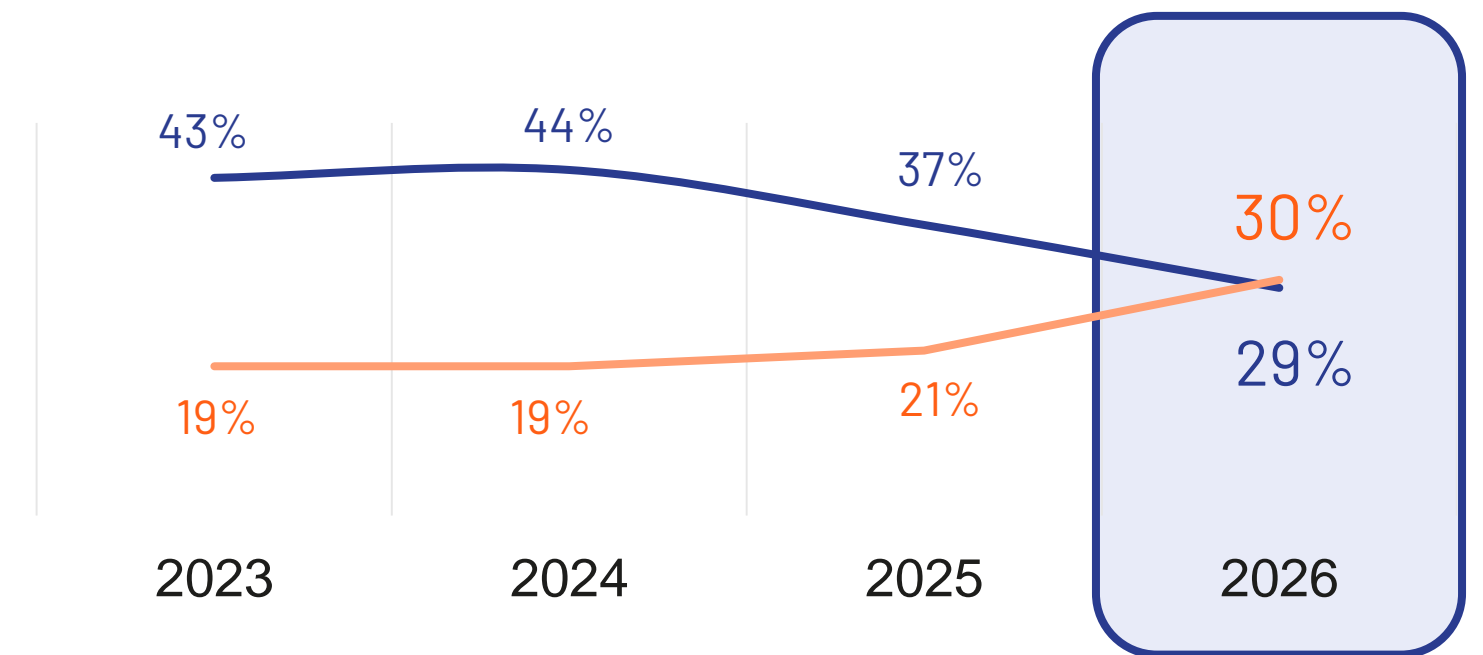
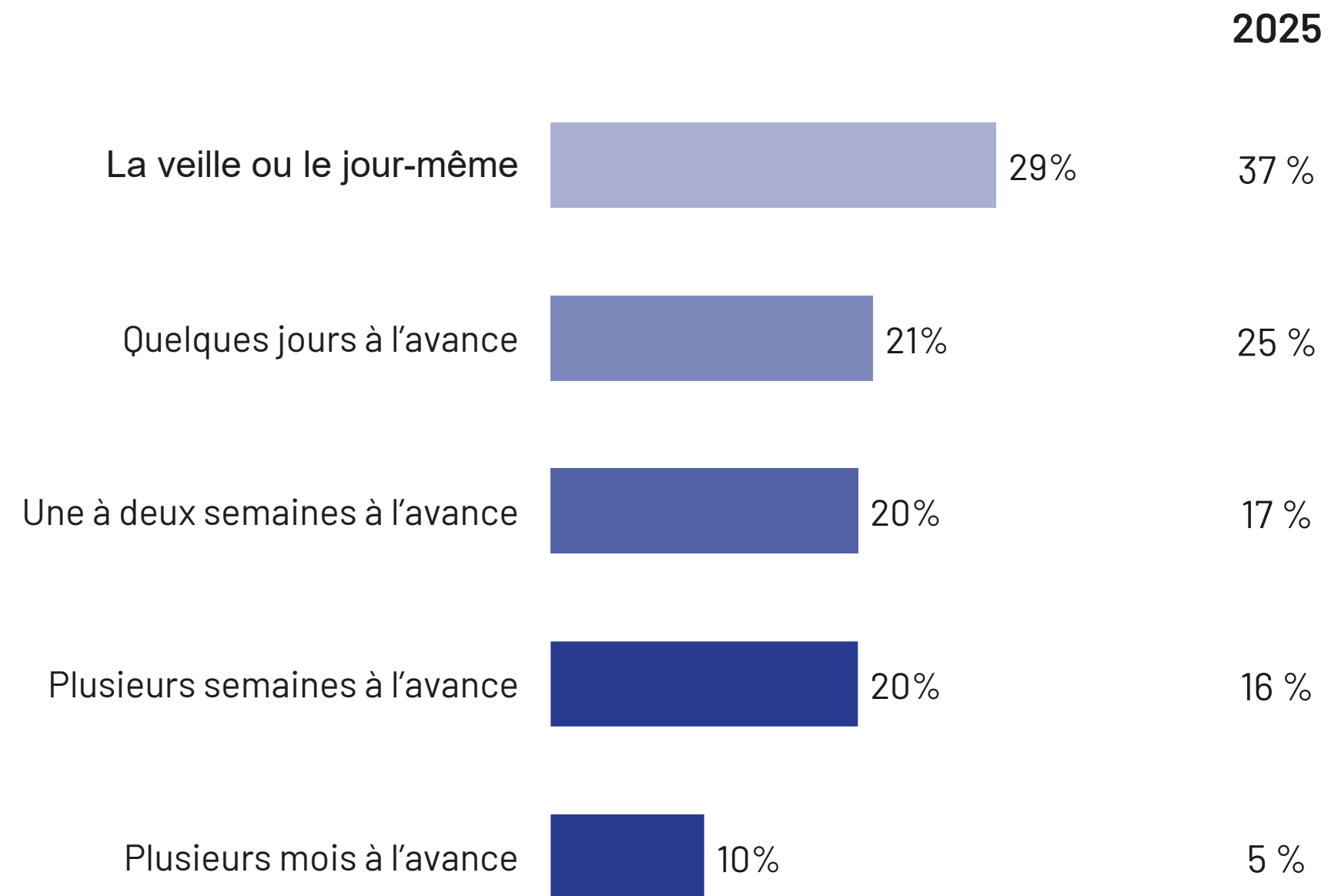
43 %
C'est la part de Français s'informant via les réseaux sociaux sur les sorties et les activités culturelles à faire





QUELLES SONT LES CONDITIONS DE VISITE DES MUSÉES, EXPOSITIONS ET MONUMENTS ?

Après plusieurs années d'évolution, 2026 marque un point d'équilibre entre comportements last-minute et anticipés

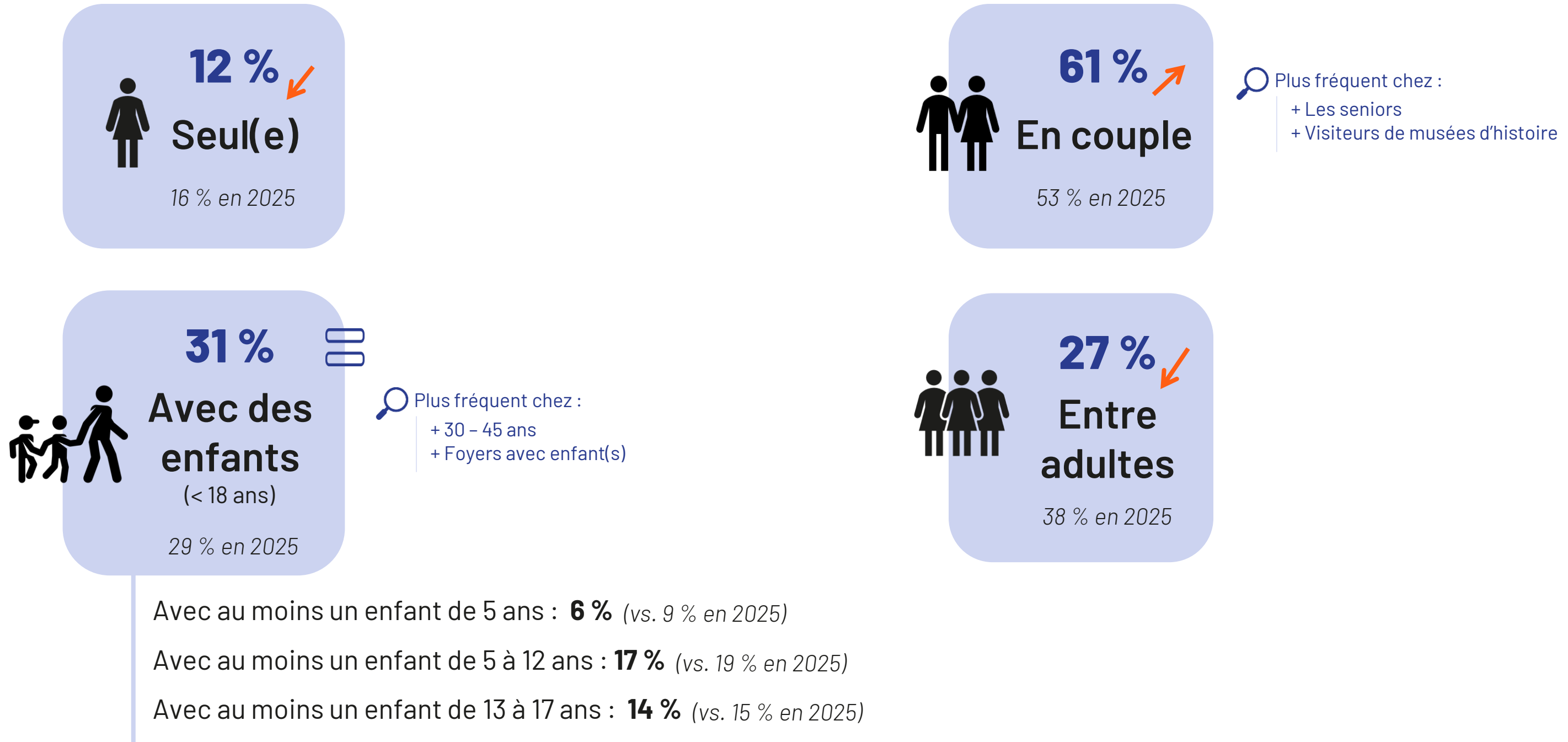


Légende :

- Achat la veille ou le jour-même
- Achat plusieurs semaine à l'avance

88 % des visiteurs viennent accompagnés

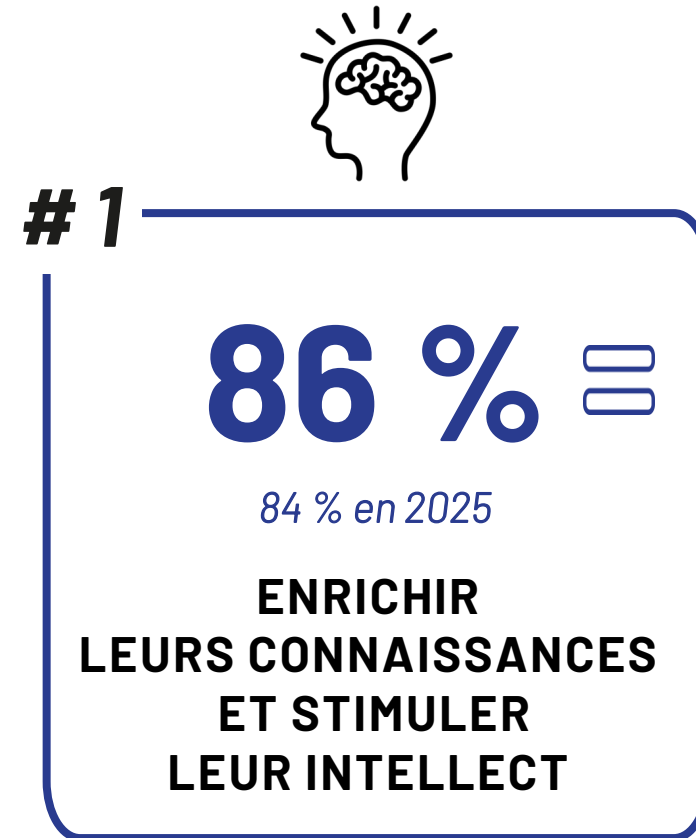
Les visites en couple sont les plus fréquentes



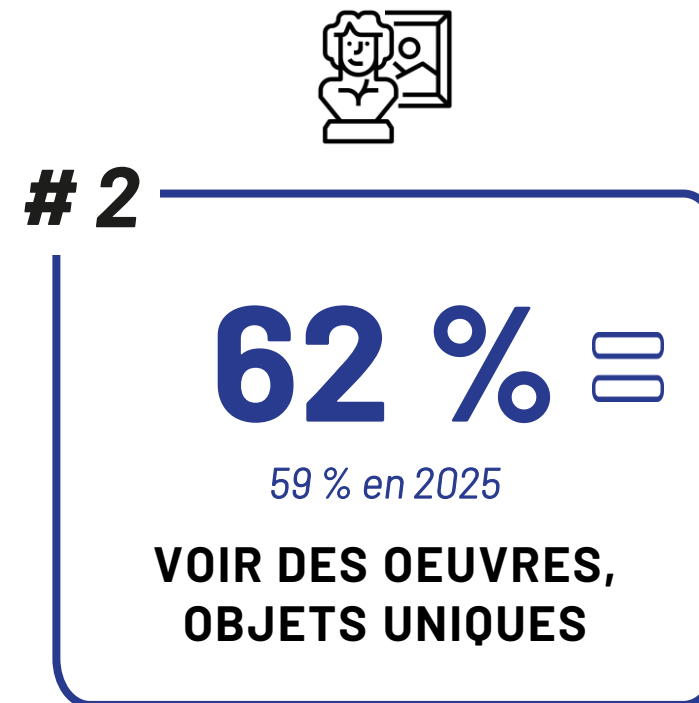
Les visiteurs privilégient l'acquisition de nouvelles connaissances et l'enrichissement intellectuel



Avec une moyenne de 6 attentes exprimées, contre 5 en 2025, les publics montrent qu'ils souhaitent une expérience de visite de plus en plus complète.



Plus fréquent chez :
+ Les seniors

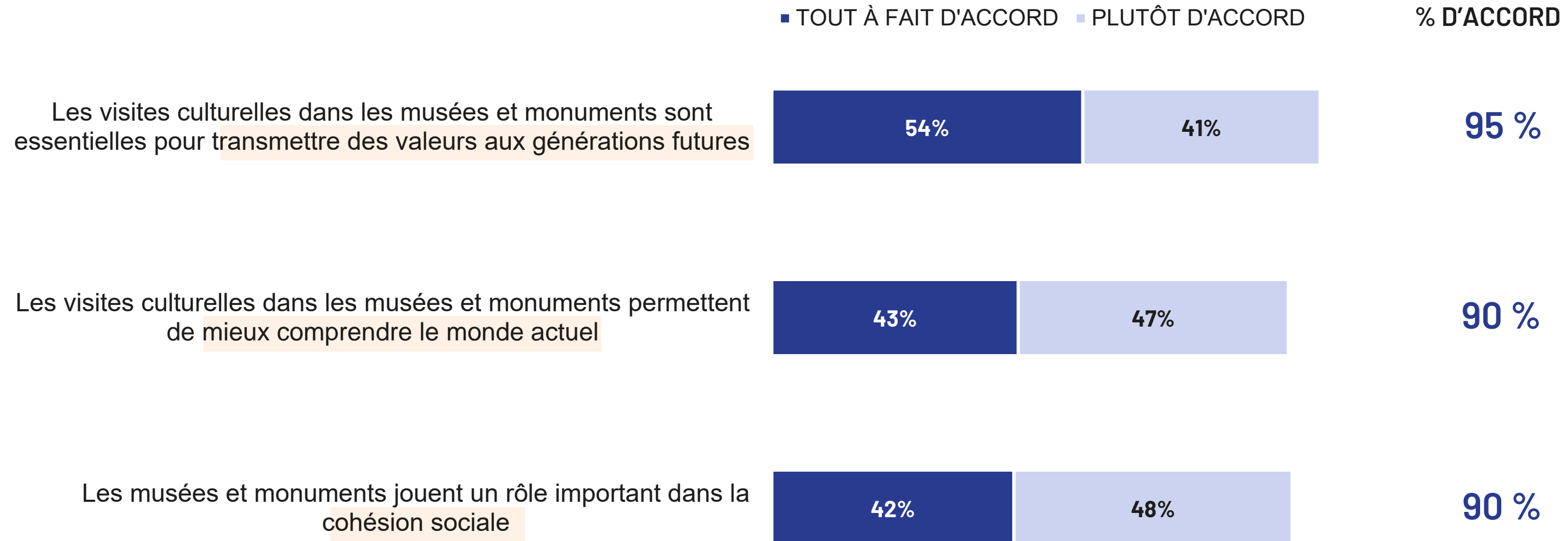


Plus fréquent chez :
+ Les seniors

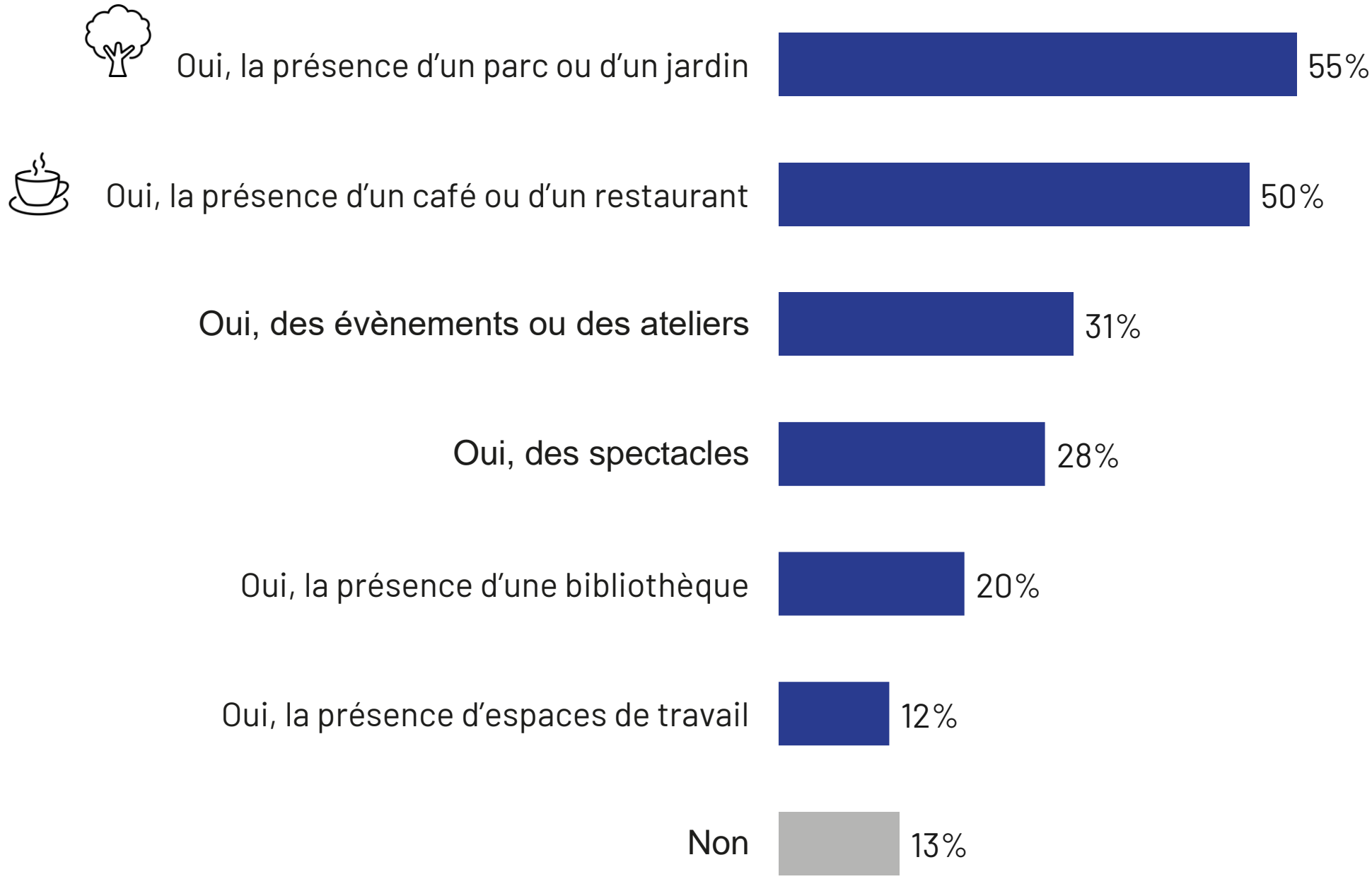


Plus fréquent chez :
+ Les seniors
+ Foyers avec enfant(s)

Les visiteurs reconnaissent le rôle essentiel des musées et monuments dans la transmission, la compréhension du monde et la cohésion sociale



87 % des visiteurs souhaitent des services complémentaires aux espaces d'exposition, notamment la présence d'un espace vert (parc ou jardin) et d'un café-restaurant

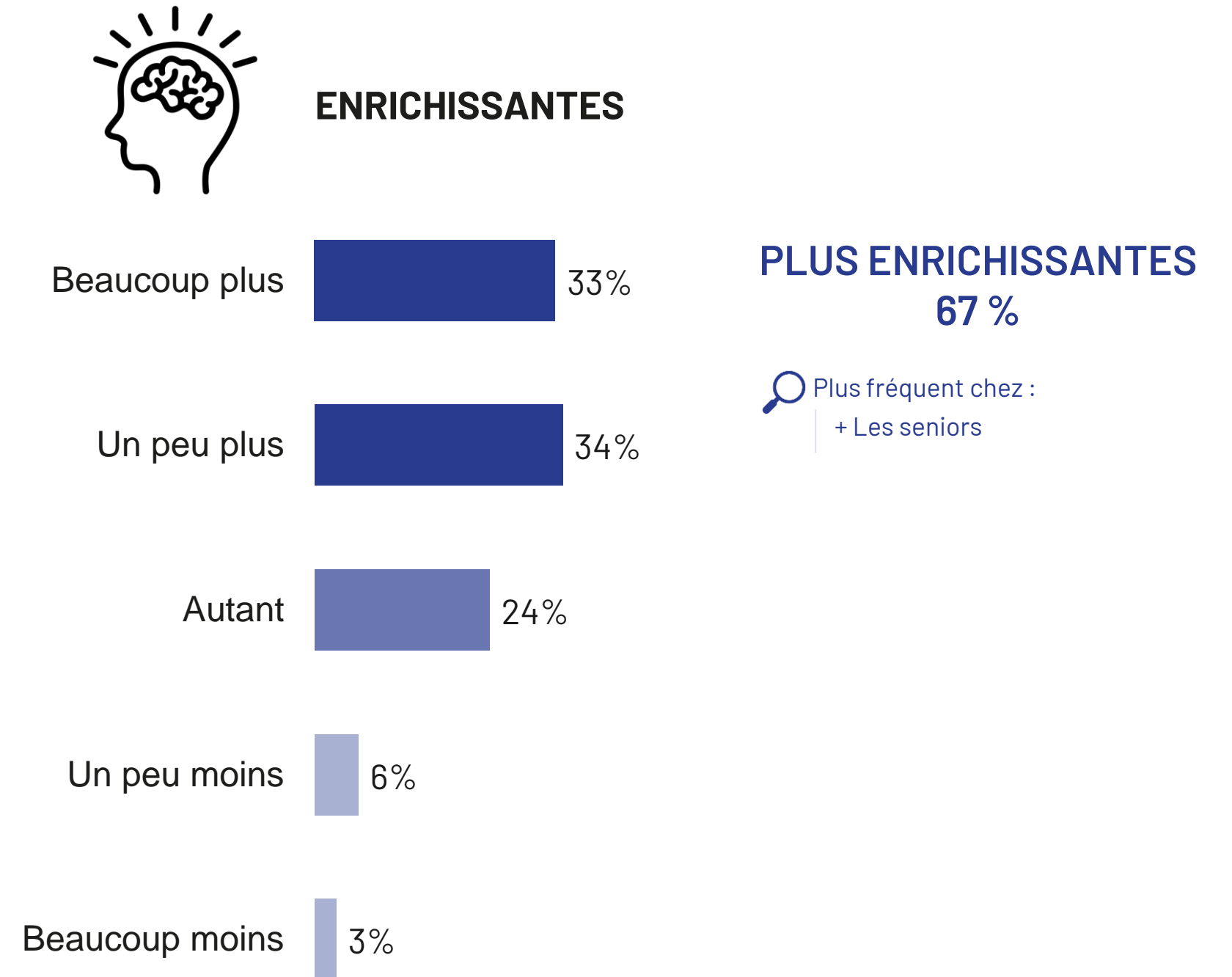
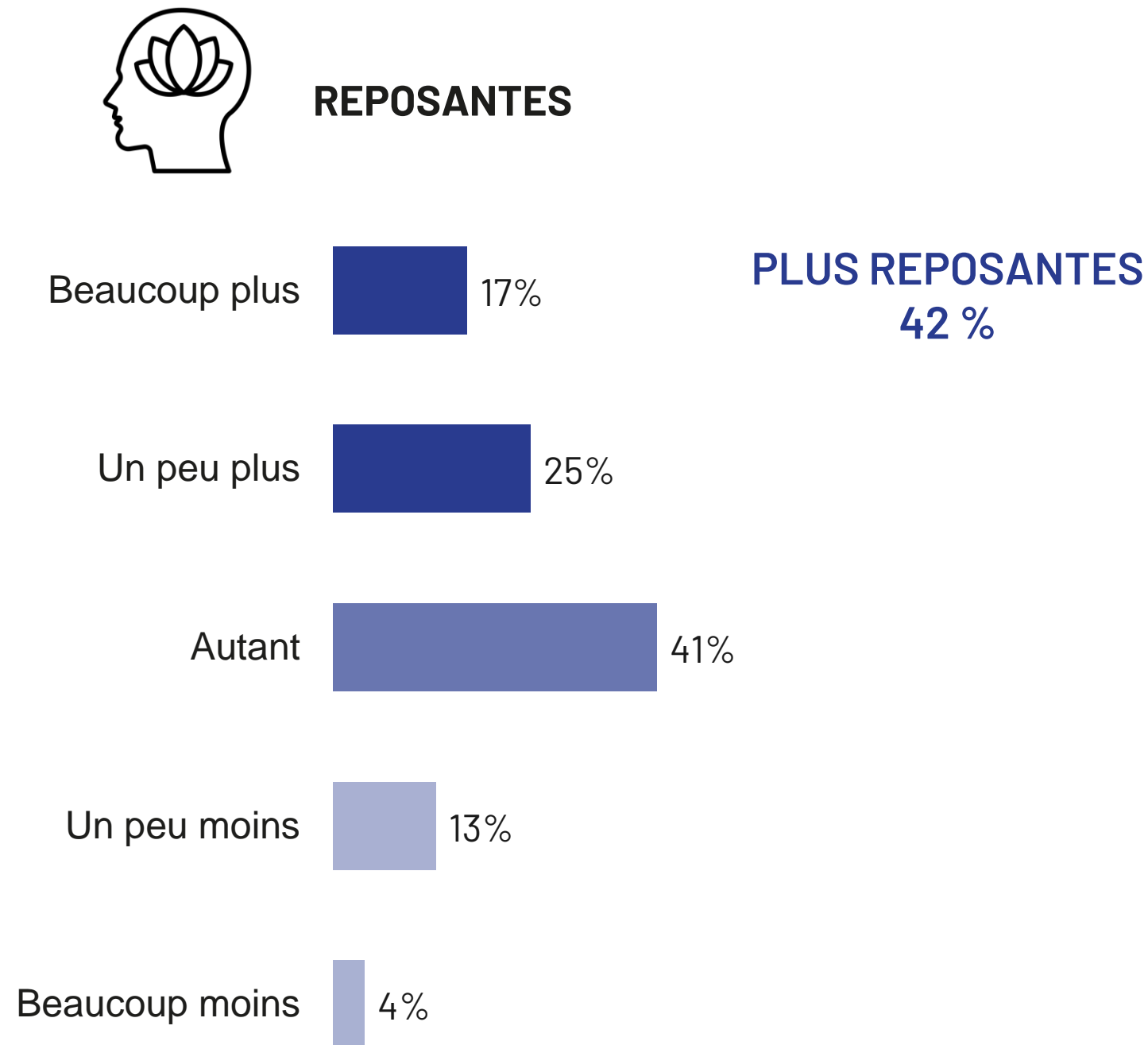


Aucune différence significative n'est observée selon les profils

Base : Français étant allés au moins une fois au musée, exposition ou monument au cours des 12 derniers mois / êtes-vous intéressé(e) par la proposition de services ou programmations en dehors des espaces d'exposition ?

Les visites culturelles : une expérience jugée plus enrichissante que les autres loisirs

La dimension reposante est plus nuancée : 42 % jugent les visites culturelles plus reposantes que d'autres loisirs et 41 % les trouvent tout autant reposantes



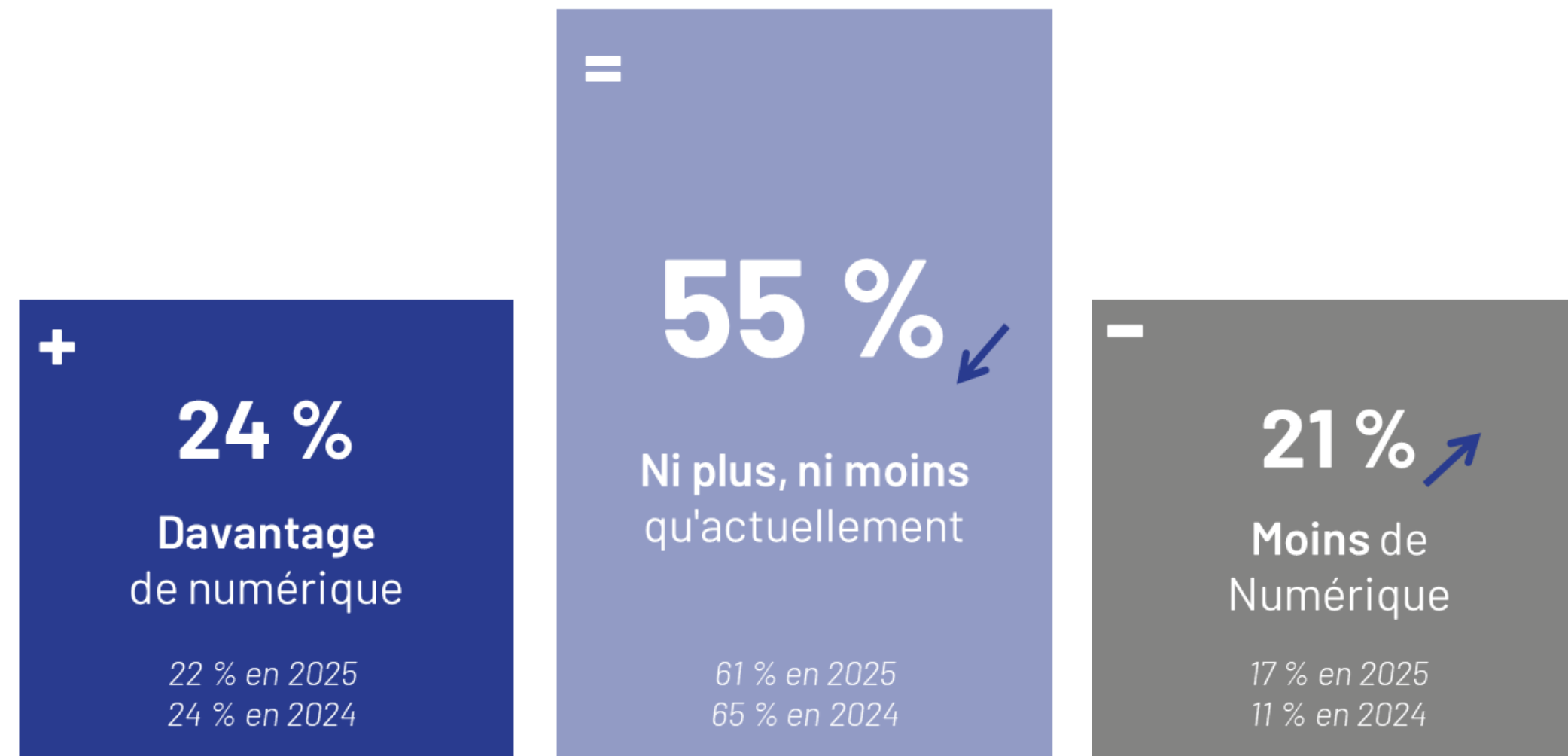


QUEL RAPPORT LES VISITEURS ENTRETIENNENT-ILS AVEC LES PARCOURS IMMERSIFS ?



Les attentes vis-à-vis du numérique se polarisent : il y a autant de visiteurs qui souhaitent davantage de numérique que de visiteurs qui en souhaitent moins

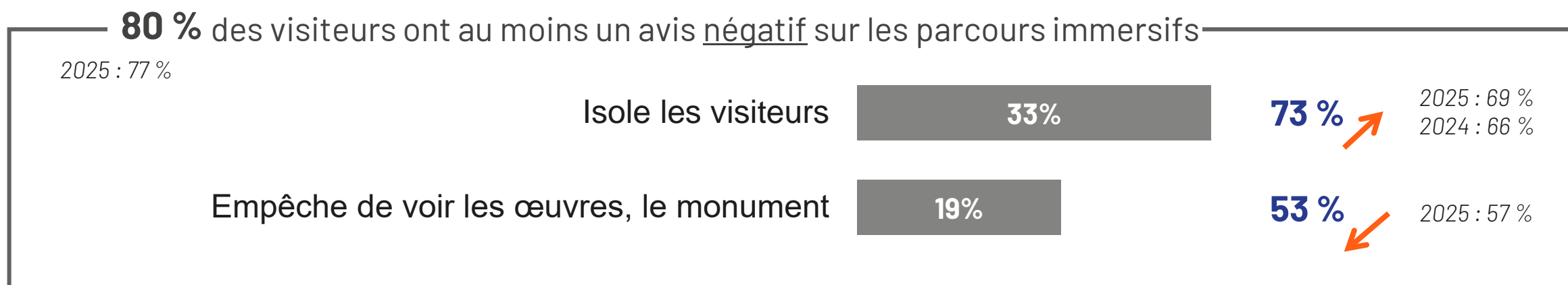
La part de visiteurs qui souhaitent moins de numérique ne cesse d'augmenter depuis deux ans (+ 10 points), au détriment de ceux qui déclarent ne vouloir ni plus ni moins de numérique



Plus fréquent chez :
+ Séniors

Les parcours immersifs suscitent une perception favorable, mais ils génèrent aussi des préoccupations lorsqu'on les compare à une visite plus traditionnelle

En effet, les visiteurs ont davantage l'impression que les parcours immersifs isolent plutôt qu'ils ne rassemblent. Ce sont les moins de 30 ans, les utilisateurs de l'IA et ceux qui ont déjà essayé ce type de parcours qui sont les plus favorables.



24 % ↑ des visiteurs ont déjà visité ce type de parcours numérique immersif payant
2025 : 19 %



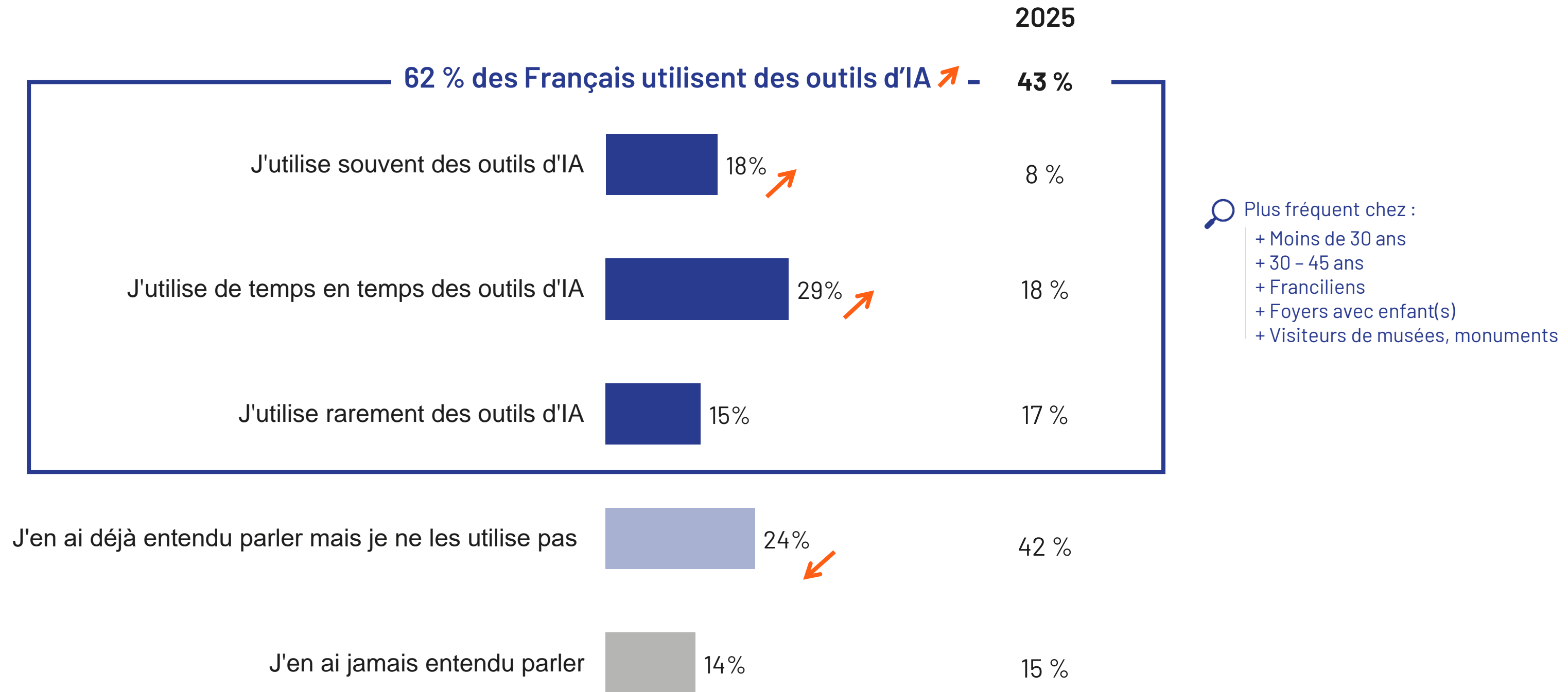
Depuis quelques années, les musées et monuments développent des **espaces d'expositions immersives**. Ces espaces sont la plupart du temps payants et peuvent proposer une vidéo-projection, des casques de réalité augmentée, une balade sonore sous casque, etc.



**LES VISITEURS DE MUSÉES
ET MONUMENTS SONT-ILS
FAVORABLES À L'INTÉGRATION
DE L'IA DANS CES LIEUX ?**

L'utilisation de l'IA se développe à grande vitesse, gagnant 20 points en 1 an

L'IA est davantage utilisée de temps en temps que tous les jours, même si l'usage quotidien progresse



10 %
2025 : 2 %

C'est la part de Français qui utilisent des outils d'IA pour trouver des idées de sorties ou d'activités culturelles



Les visiteurs sont majoritairement ouverts à l'IA à condition qu'elle reste un complément aux pratiques classiques

Un quart des visiteurs reste prudent, et très peu souhaitent une substitution totale des dispositifs traditionnels

67 %

65 % en 2025

Des visiteurs affirment que les dispositifs d'IA peuvent être intéressants en complément des dispositifs traditionnels

23 %

28 % en 2025

Des visiteurs affirment que les dispositifs d'IA n'ont pas d'intérêt dans un musée, monument ou tout autre lieu de visite



Plus fréquent chez :

+ Non-utilisateurs de l'IA

10 %

7 % en 2025

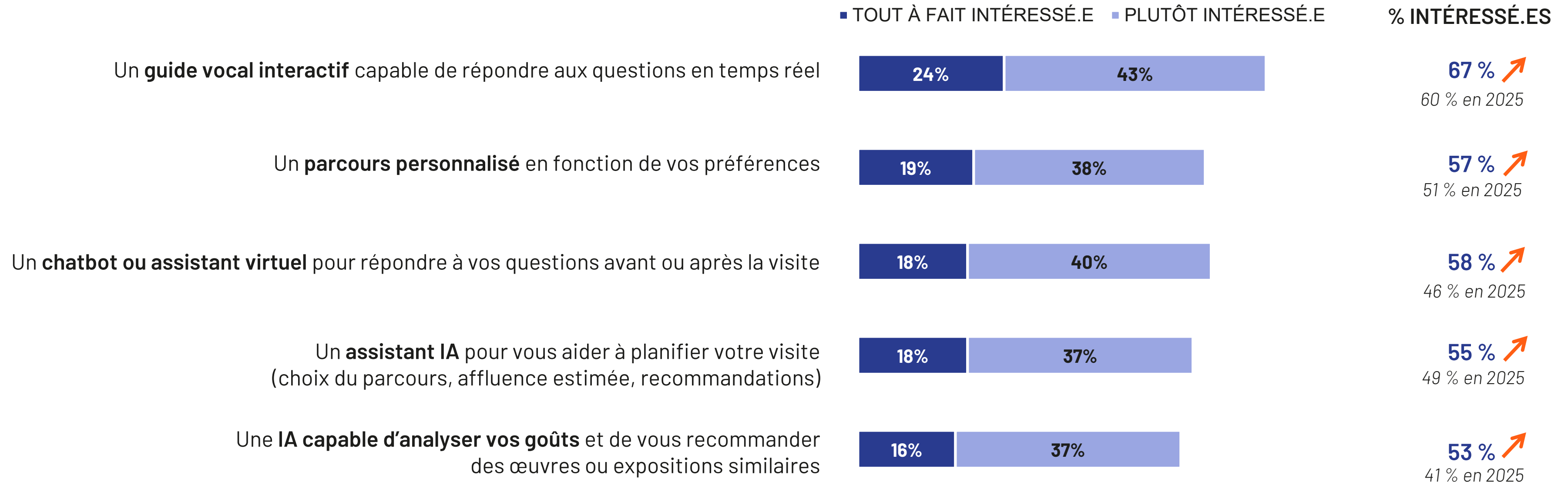
Des visiteurs affirment que les dispositifs d'IA peuvent remplacer les dispositifs traditionnels



En moyenne, les visiteurs déclarent être intéressés par 3 usages de l'IA, contre 2 en 2025

En première position, les visiteurs plébiscitent le guide vocal interactif capable de répondre en temps réel

Les autres usages présentent des niveaux d'intérêt proches les uns des autres



22% ↘ des visiteurs ne sont intéressés par aucune de ces propositions
28% en 2025

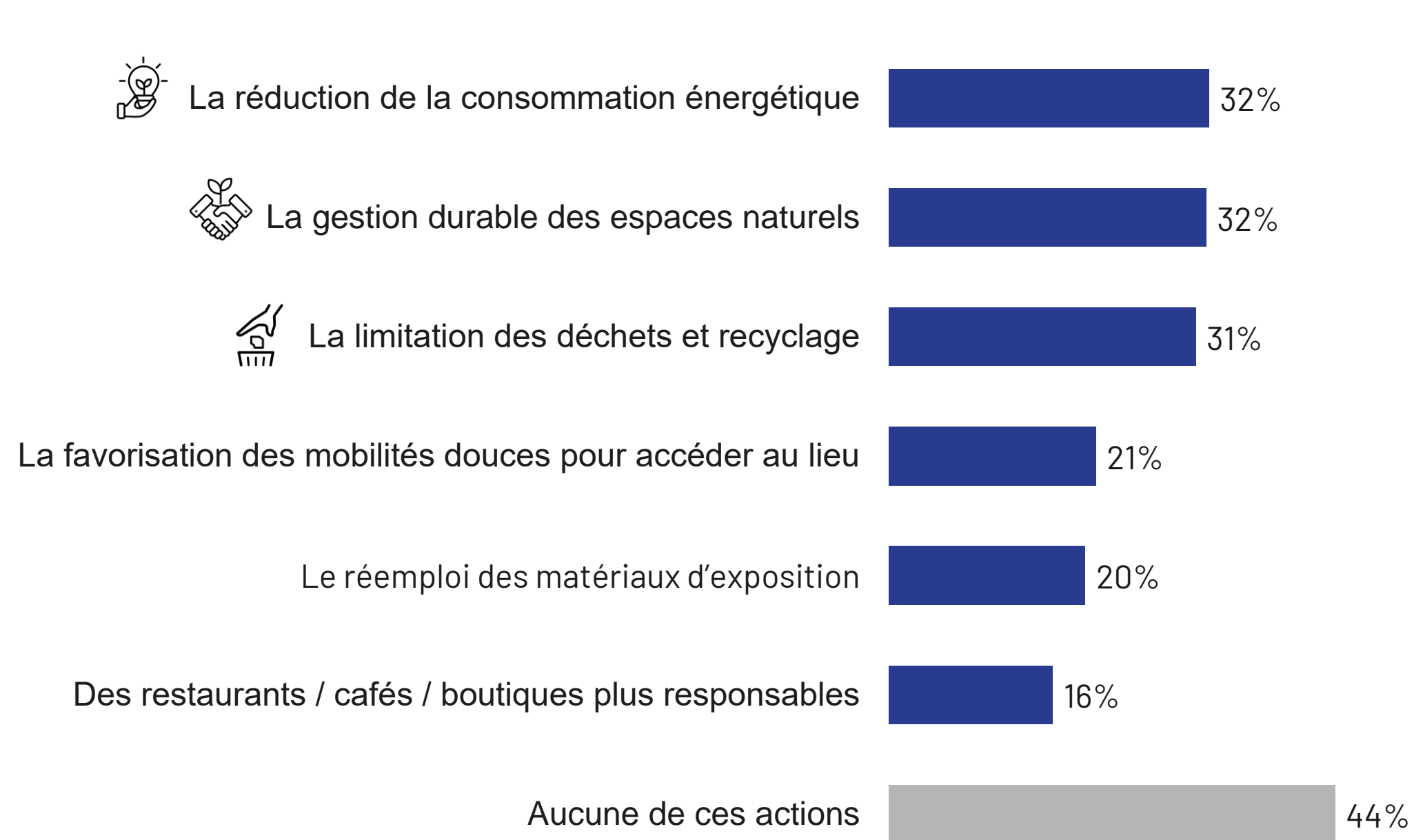
Plus fréquent chez :
+ Non-utilisateurs de l'IA
+ Visiteurs contre l'IA dans les musées



L'IMPORTANCE DE L'ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL DANS LES LIEUX DE VISITE



Parmi les actions à mener, 1 visiteur sur 3 juge prioritaire autant la réduction de la consommation énergétique, que la gestion durable des espaces naturels et la limitation des déchets et le recyclage



58 %
C'est la part des visiteurs déclarant que l'engagement environnemental d'un musée influence leur envie de le visiter



x **ecovadis**

TEST a reçu la médaille d'argent EcoVadis (74/100) pour sa démarche RSE

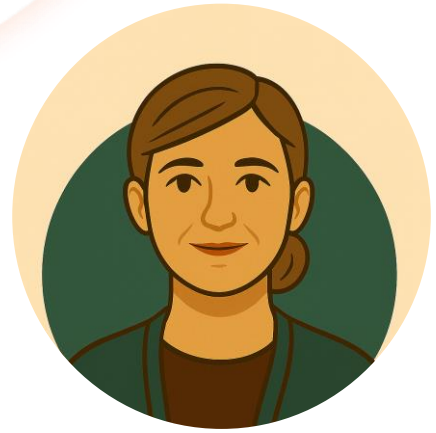




LES FRANÇAIS VONT-ILS ÊTRE PRÉSENTS EN 2026 ?



Les Français et leurs pratiques culturelles : 4 groupes identifiés



LES DÉSINTÉRESSÉS 22 % des Français

PROFIL

51 % de femmes
55 ans, en moyenne
Employé, ouvrier ou retraité
Sans enfant au foyer

1 sortie culturelle, en moyenne,
en 2025

(principalement le cinéma)

1/4 a réalisé une activité culturelle
en ligne

PRINCIPAUX FREINS : le manque
d'intérêt et les prix jugés trop élevés

CANAUX D'INFORMATION :
le numérique et la télévision



LES PASSIONNÉS 17 % des Français

PROFIL

51 % de femmes
41 ans, en moyenne
CSP +
Avec enfant(s) au foyer

17 sorties culturelles, en moyenne,
en 2025

4/5 ont réalisé une activité culturelle
en ligne

ATTENTES : enrichir leurs
connaissances, faire découvrir ces
lieux à leurs proches, et ressentir des
émotions.

CANAUX D'INFORMATION : le
numérique (réseaux sociaux +),
l'affichage et le bouche-à-oreille



LES MODÉRÉS PATRIMONIAUX 32 % des Français

PROFIL

51 % de femmes
50 ans, en moyenne
CSP + / CSP - / Retraité
Sans enfant au foyer

6 sorties culturelles, en moyenne,
en 2025

3/5 ont réalisé une activité culturelle
en ligne

ATTENTES : enrichir leurs
connaissances, voir des œuvres
et se détendre

CANAUX D'INFORMATION : le
numérique (Internet +), l'affichage
et le bouche-à-oreille



LES MODÉRÉS DU SPECTACLE VIVANT 29 % des Français

PROFIL

56 % de femmes
49 ans, en moyenne
CSP + / CSP - / Retraité
Sans enfant au foyer

7 sorties culturelles, en moyenne,
en 2025

1/2 a réalisé une activité culturelle
en ligne

ATTENTES : enrichir leurs
connaissances, voir des œuvres
et stimuler leur intellect

CANAUX D'INFORMATION : le
numérique (Internet +), l'affichage
et le bouche-à-oreille

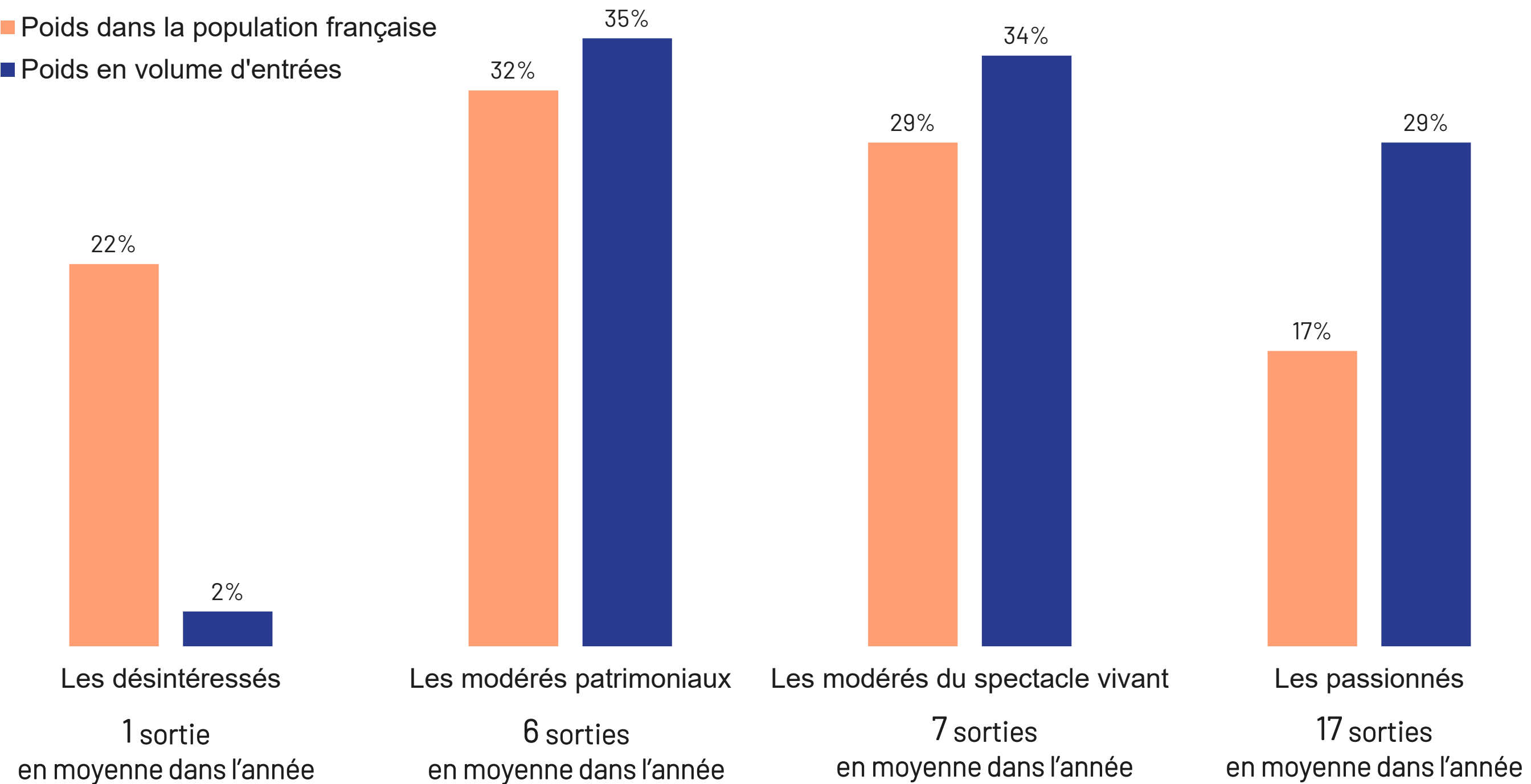


Les passionnés génèrent presque deux fois plus d'entrées que leur poids dans la population, en raison de leur fréquentation annuelle particulièrement élevée

À l'inverse, les publics éloignés culturellement représentent 22 % de la population mais ne génèrent que 2 % des entrées

Légende :

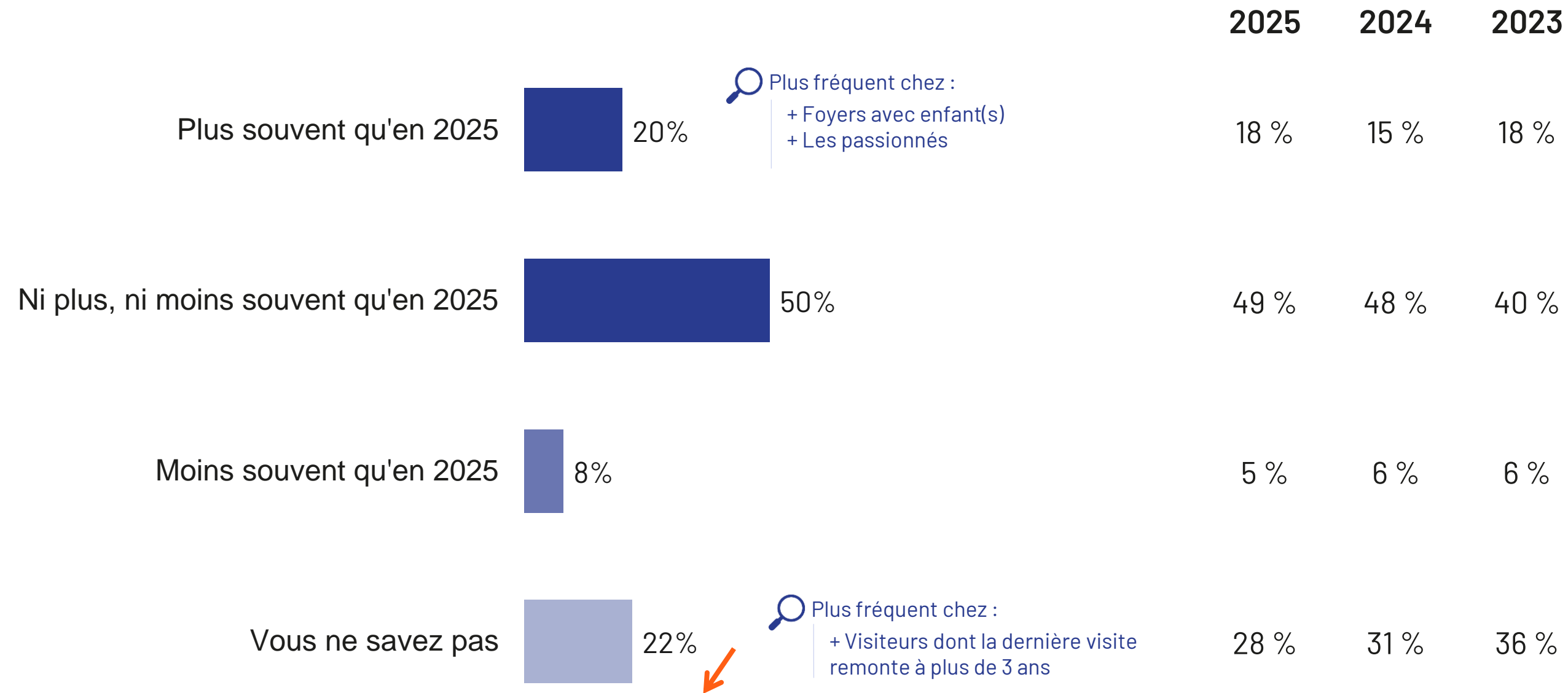
- Poids dans la population française
- Poids en volume d'entrées





En 2026, la moitié des pratiquants culturels prévoit de se rendre autant de fois dans des musées ou monuments qu'en 2025

1 pratiquant culturel sur 5 a l'intention de réaliser plus de visites culturelles en 2026



BAROMÈTRE 2026

DES PUBLICS DES MUSÉES ET DES LIEUX PATRIMONIAUX

CONTACTEZ-NOUS !

www.test-institut-etudes.com 



SCANNEZ LE QR CODE POUR ASSISTER
À NOTRE WEBINAIRE DU 02 AVRIL 2026