

Résultats sélectionnés de
l'enquête réalisée auprès d'experts

Chiffres et faits du
Pour-cent culturel Migros

Résultats sélectionnés de
l'enquête réalisée auprès de la population

Le Pour-cent culturel Migros

1 Une culture de

l'encouragement culturel

Sélection de résultats des
enquêtes pour publication connexe

Partie

Partie

Partie

3

2

MIGROS
pour-cent culturel

Quel rôle doivent jouer les sponsors privés au sein de notre société? A cette question, la grande majorité du peuple suisse (79%), répond que les entreprises ne peuvent pas se dérober à leurs responsabilités. Elles doivent s'engager et ne pas simplement déléguer cette tâche à l'Etat. Pour 50% des personnes interrogées, la culture occupe une place importante, voire très importante (22%). Pour les deux tiers d'entre elles, l'aspect essentiel ne réside pas dans le divertissement, mais dans la possibilité d'apprendre quelque chose.

Deux sondages effectués, montrent l'importance que revêt la culture pour la population suisse. Réalisée au printemps 2013 par la société RCG Consulting, la première réunissait 42 personnalités du monde de la politique, de l'économie, des médias ainsi que de la scène culturelle suisse avec lesquelles ont été menés des entretiens d'experts consacrés à la vision présente et future qu'elles ont de l'encouragement culturel en général et du rôle du Pour-cent culturel Migros en particulier.

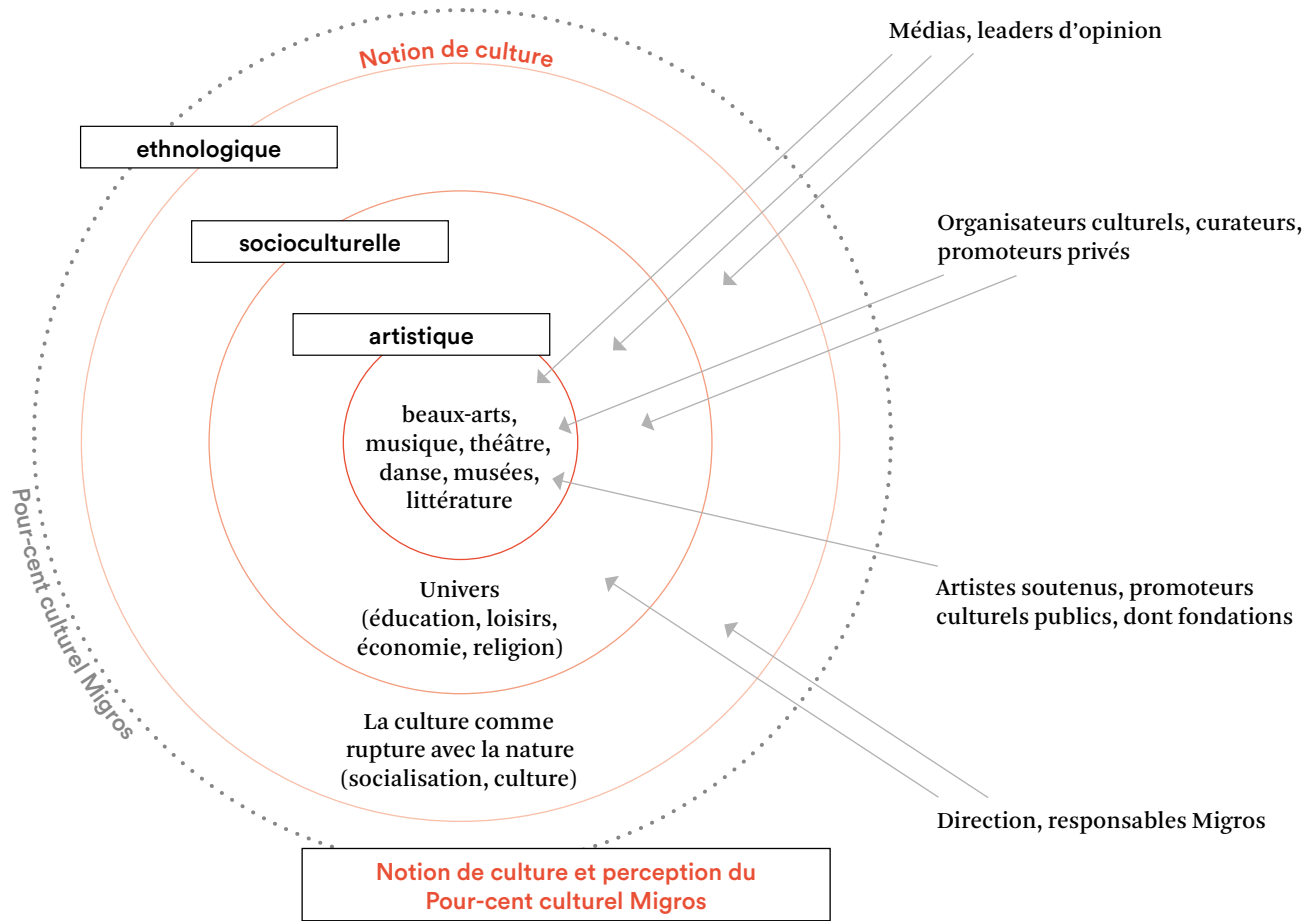
La deuxième enquête représentative, réalisée dans le courant de l'été 2013 par la société ISOPUBLIC, portait sur 4048 personnes de toutes les régions de Suisse, interrogées par voie de questionnaire sur ce que représente pour elles la culture, sur leur consommation culturelle ainsi que sur leurs connaissances du Pour-cent culturel Migros.

Le présent livret regroupe une sélection des résultats des deux enquêtes. La publication

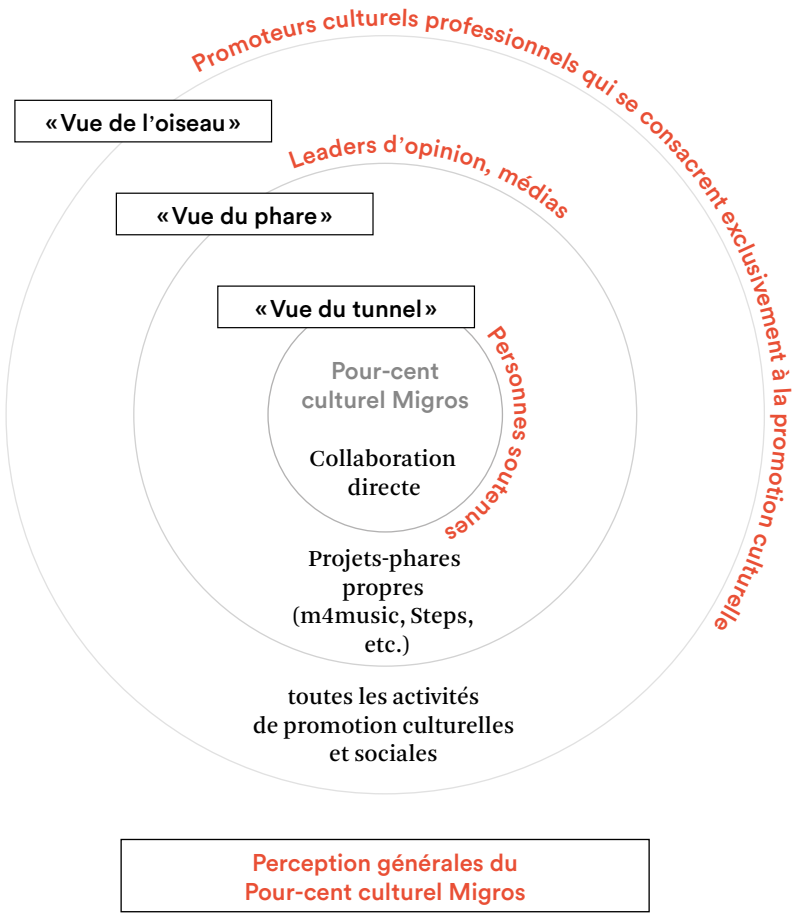
connexe « Le Pour-cent culturel Migros. Une culture de l'encouragement culturel » ainsi que d'autres matériels sont disponibles gratuitement sur www.pour-cent-culturel-migros.ch/enqueteculture.

- 3 **Partie 1**
Résultats sélectionnés de l'enquête réalisée auprès d'experts
- 6 **Partie 2**
Résultats sélectionnés de l'enquête réalisée auprès de la population
- 24 **Partie 3**
Chiffres et faits du Pour-cent culturel Migros

Partie 1
Résultats sélectionnés
de l'enquête
réalisée auprès d'experts



Le Pour-cent culturel Migros est considéré comme la seule institution de soutien qui couvre toutes les notions de culture. Il contribue ainsi à la création d'une identité à tous les niveaux.



Sur la base des groupes cibles, il est possible de distinguer trois modes de perception différents.

Partie 2

Résultats sélectionnés de l'enquête réalisée auprès de la population

Par le terme de « culture », nous entendons toutes les orientations de style culturel possibles: cela va des coutumes traditionnelles à l'art moderne.

Ce faisant, nous incluons dans notre définition toutes les formes d'expression possibles des différentes orientations de style culturel comme la littérature, le cinéma, la musique, le théâtre, la danse, les expositions et les musées.

Sont toutefois exclus de notre concept de culture: le sport, la gastronomie et la boisson ainsi que la religion.

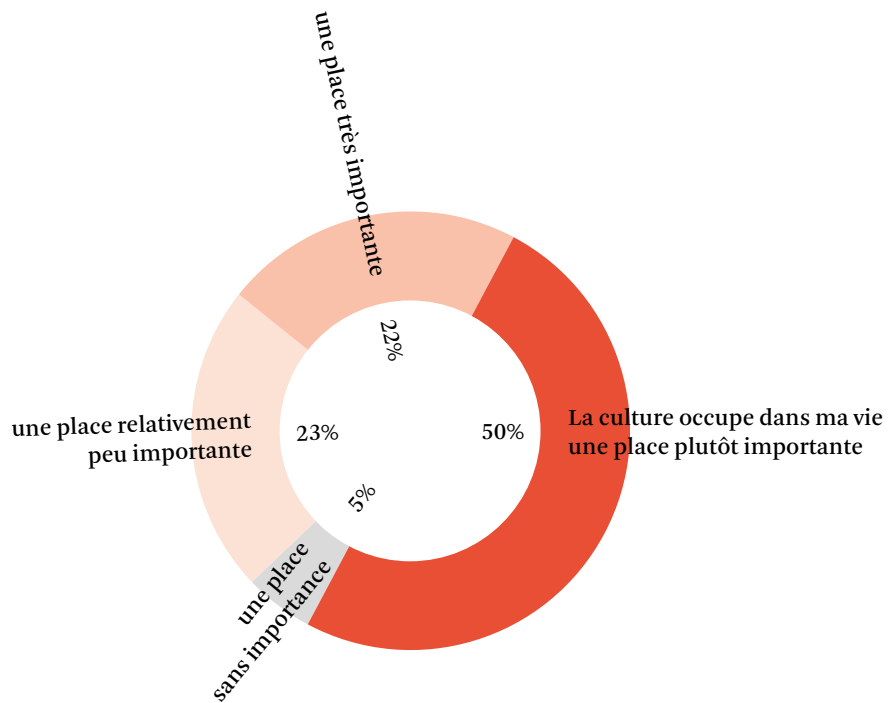
Définition de la notion de culture

Région *	70.4%	Suisse allemande	Gestion du ménage	43.4%	Oui, seul(e)
	24.2%	Suisse romande		50.5%	Ensemble
	5.4%	Tessin		6.1%	Non
Sexe*	47.4%	Hommes	Taille du ménage	20.9%	1 personne
	52.6%	Femmes		37.6%	2 personnes
Age*	33.7%	15 – 29 ans		16.2%	3 personnes
	40.5%	30 – 49 ans	17.3%	4 personnes	
	25.8%	50 – 74 ans	8.0%	5+ personnes	
Formation scolaire	1.5%	École primaire	Enfants dans le ménage	28.8%	Oui
	4.2%	École secondaire, école primaire supérieure, cycle d'orientation		71.2%	Non
	41.5%	École professionnelle	Principal magasin pour les achats	53.2%	Migros
	15.3%	École moyenne (gymnase/séminaire)		26.8%	Coop
	18.1%	Haute école spécialisée, HEG, etc.)		20.0%	Autre
Activité professionnelle	19.4%	Université (haute école/EPF)	Coopérateur/trice Migros	65.8%	Oui
	43.3	Plein temps (90% et plus)		30.9%	Non
	30.1	Temps partiel		3.3%	Je ne sais pas
Revenu du ménage	26.6%	Pas d'activité	Dans quel pays avez-vous grandi?	90.4%	Suisse
	16.1%	moins de 4500.-		3.2%	Allemagne
	24%	4500.- à 6999.-		0.5%	Autriche
	17.6%	7000.- à 8999.-		5.9%	Autre
	13.9%	9000.- à 11999.-			
	7.1%	12000.- à 14999.-			
	5.2%	15000.- et plus			
16.1%	Réponse refusée				

* Taux

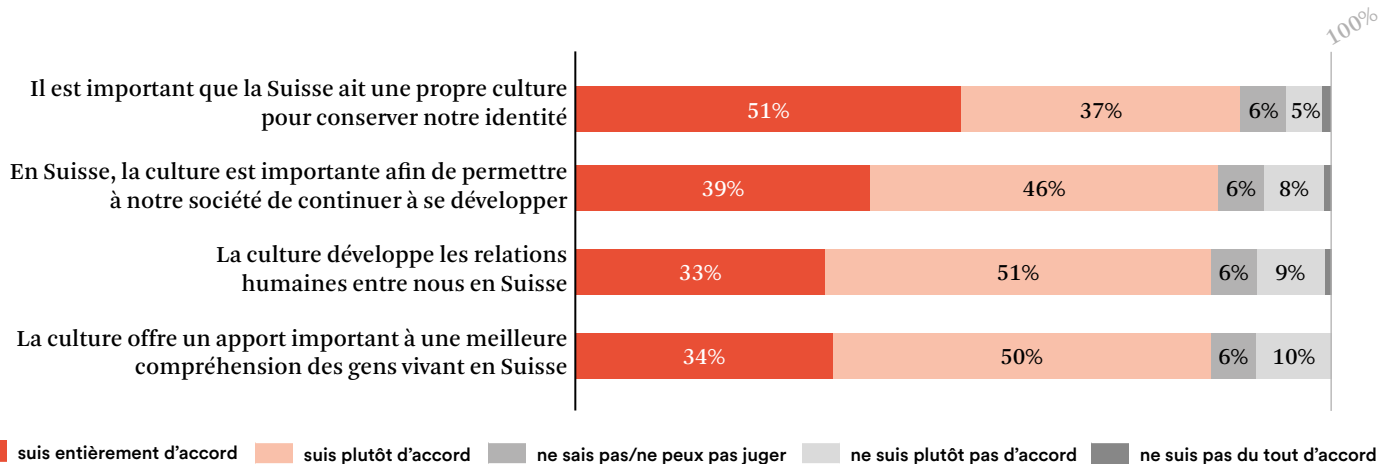
Structure de l'échantillon

ISOPUBLIC AG, Bevölkerungsumfrage août/septembre 2013,
n = 4'048, sondage représentatif de la population suisse



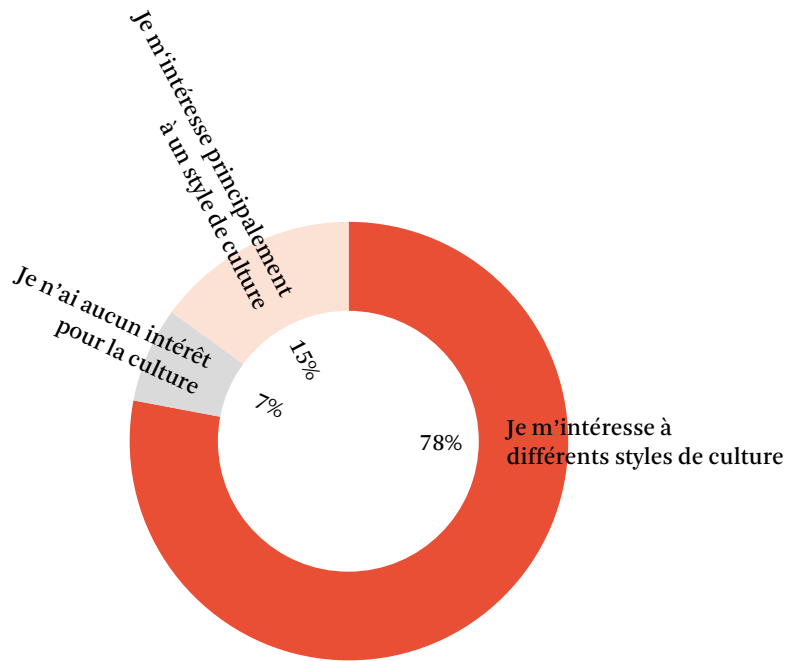
Degré d'importance de la culture

D'après la définition de la notion de culture: quelle place occupe la culture dans votre vie?



Rôle envisageable de la culture

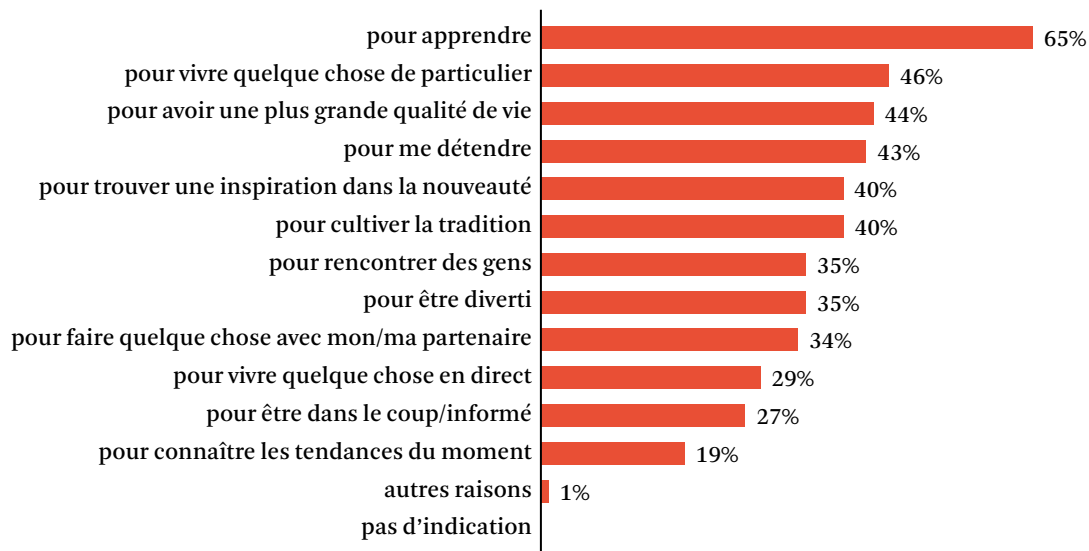
Quelques affirmations en relation avec l'importance que vous pourriez accorder à la culture sont mentionnées ci-après. Dans quelle mesure êtes-vous personnellement d'accord avec ces affirmations?



**Styles culturels
spécifiques ou différents**

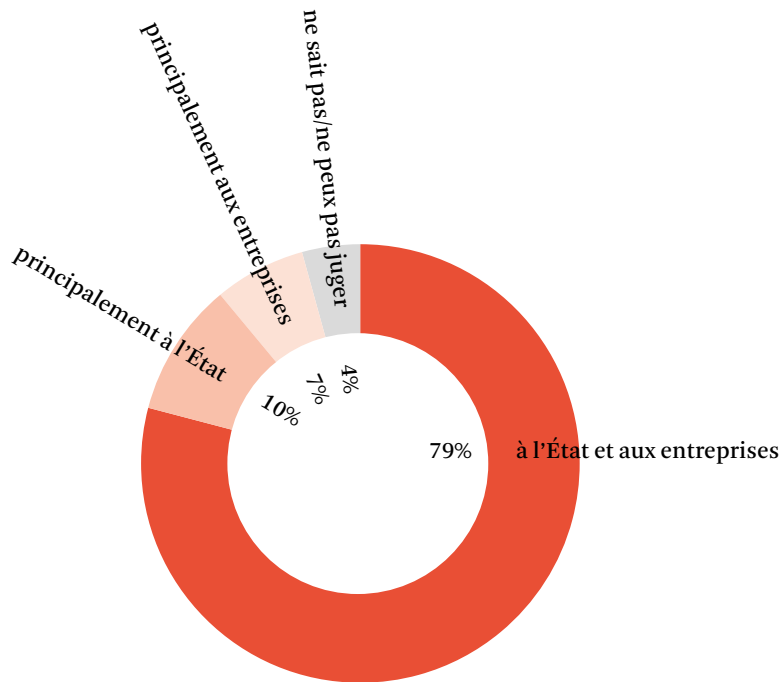
Il y a des gens qui ne s'intéressent qu'à un certain style de culture et d'autres qui portent de l'intérêt à toutes sortes de styles de culture. Dans quel groupe de personnes vous situez-vous personnellement?

Source: ISOPUBLIC AG, enquête réalisée auprès de la population août/septembre 2013, n = 4'048, personnes représentatives de la population suisse



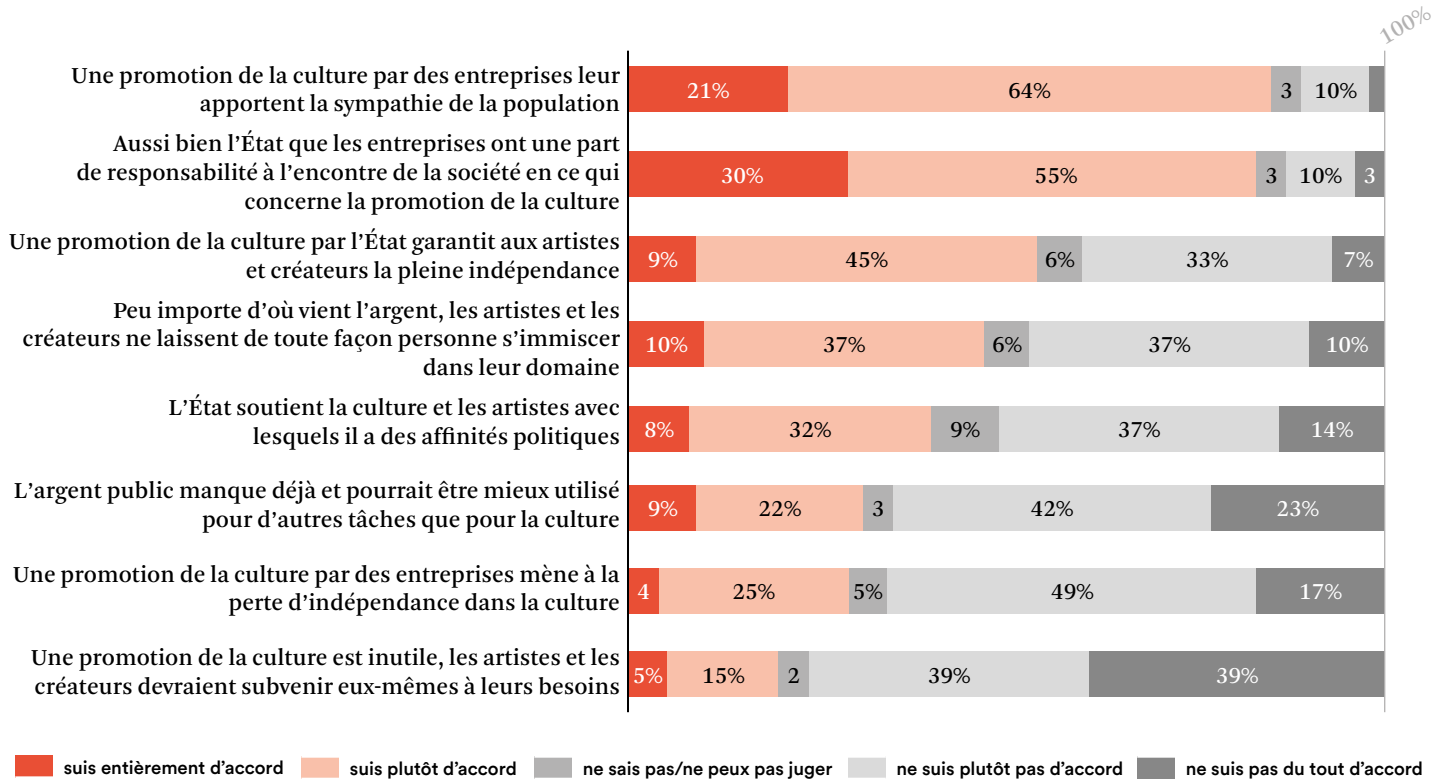
**Raisons de la
consommation culturelle**

La culture, comme nous l'avons définie au préalable, peut certes être appréciée selon différents critères.
Choisissez selon vous les 5 plus importants critères dans la liste suivante.



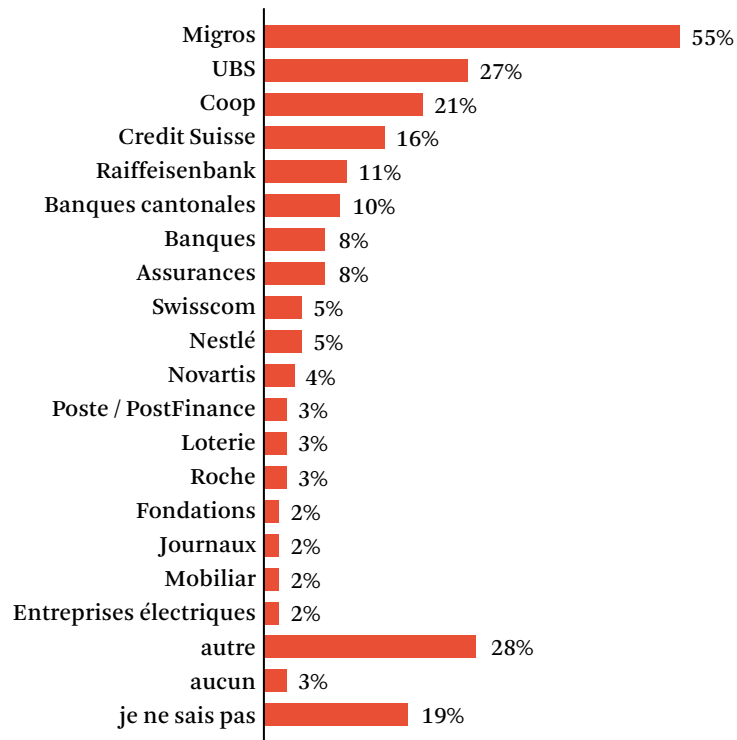
**Promotion par
l'État ou les entreprises**

Selon vous, la promotion de la culture est-elle une tâche qui devrait incomber a) pratiquement exclusivement à l'Etat, b) aussi bien à l'Etat qu'aux entreprises ou c) principalement seulement aux entreprises?



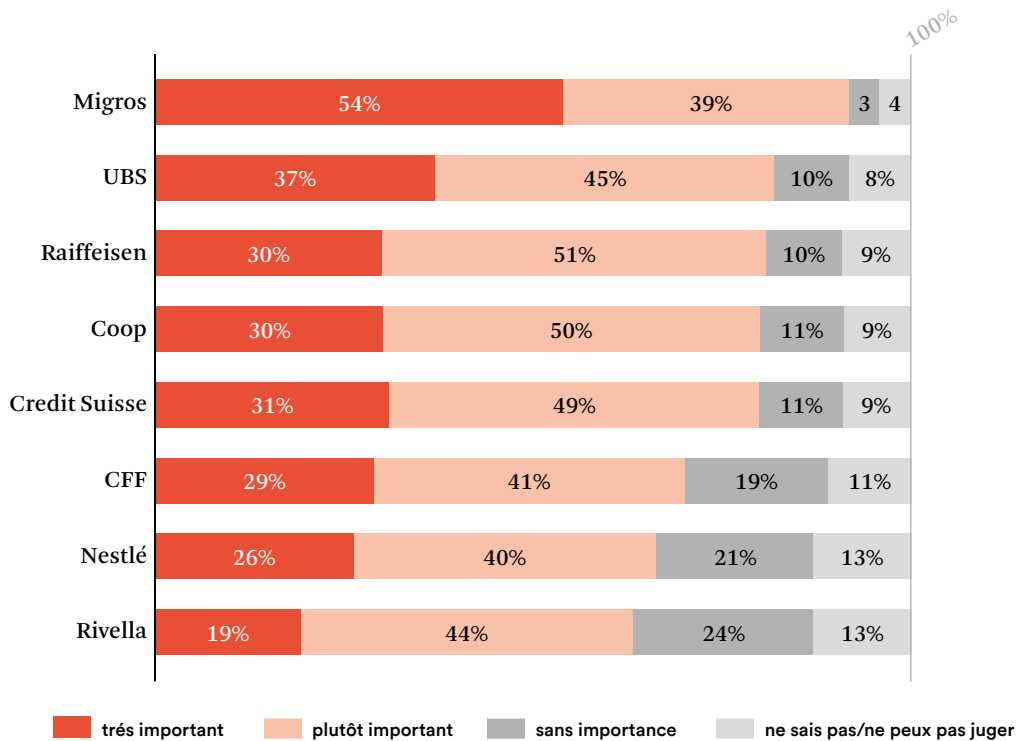
Attitude de l'encouragement à la culture dispensé par l'État, resp. par les entreprises

En suivant, vous trouverez quelques affirmations se rapportant à la promotion de la culture par l'État resp. par les entreprises. Merci d'indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec celles-ci.



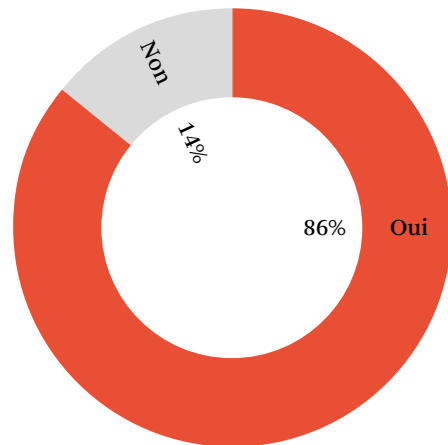
**Notoriété spontanée de Migros
en tant que promotrice culturelle**

Connaissez-vous des entreprises qui soutiennent financièrement la culture en Suisse?
Si oui, lesquelles? Veuillez donner une réponse par ligne.



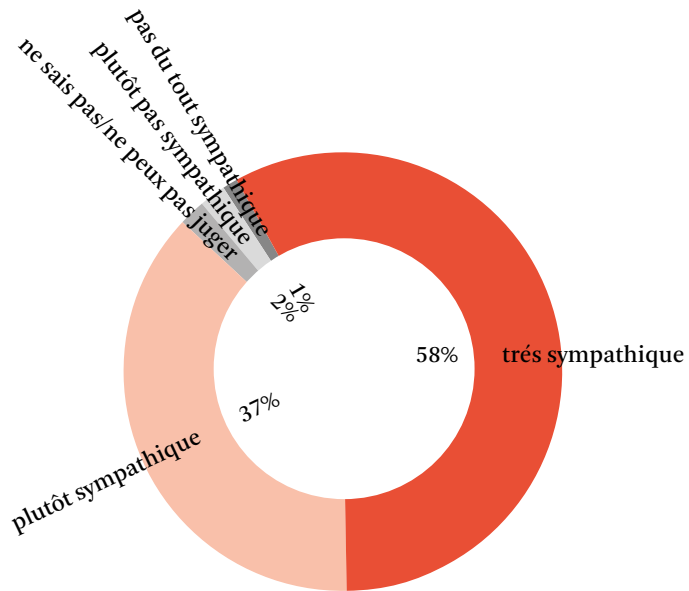
Rôle des entreprises

L'engagement des entreprises suivantes dans la culture en Suisse est-il
 a) très important, b) plutôt important ou c) sans importance?



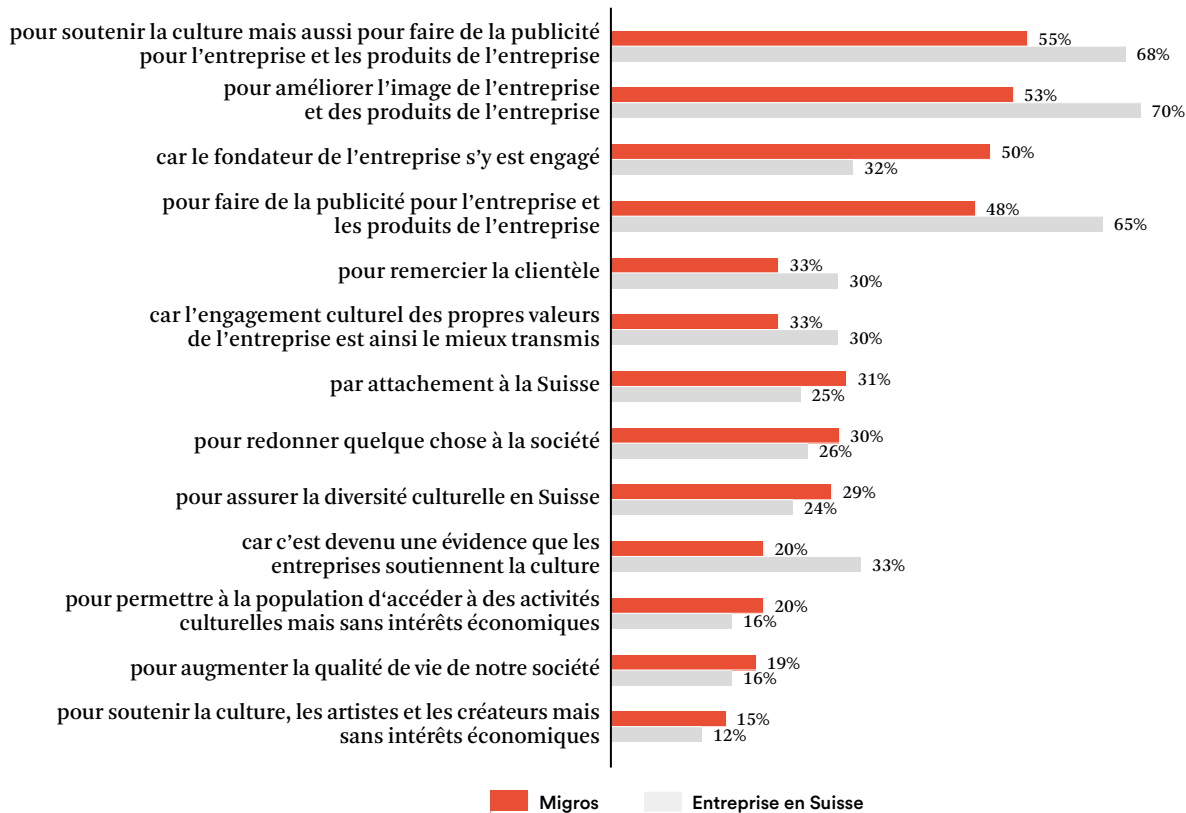
**Notoriété de Migros
en tant que promotrice culturelle**

Saviez-vous que la Migros soutient la culture en Suisse?



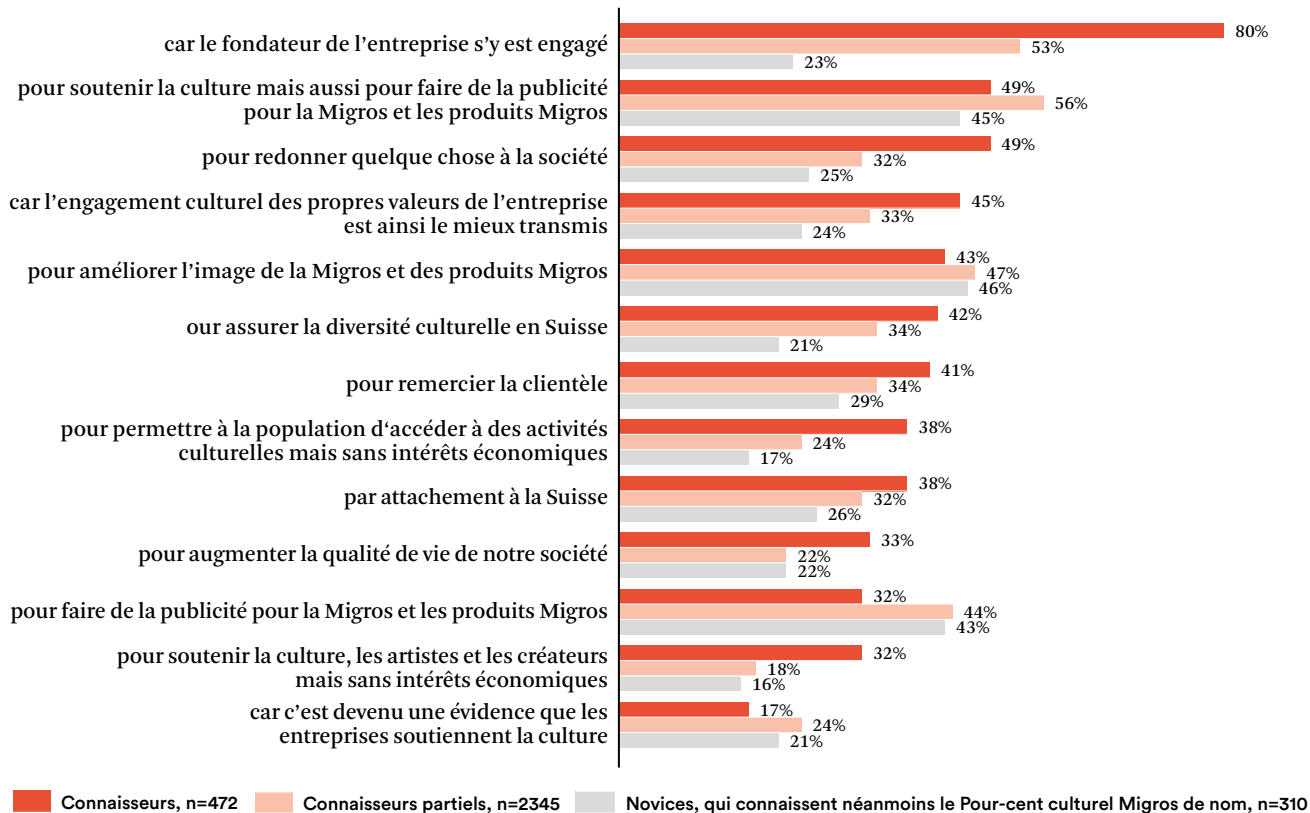
**Sympathie envers
la promotion culturelle de Migros**

Dans quelle mesure trouvez-vous sympathique le fait que la Migros soutienne la culture en Suisse?



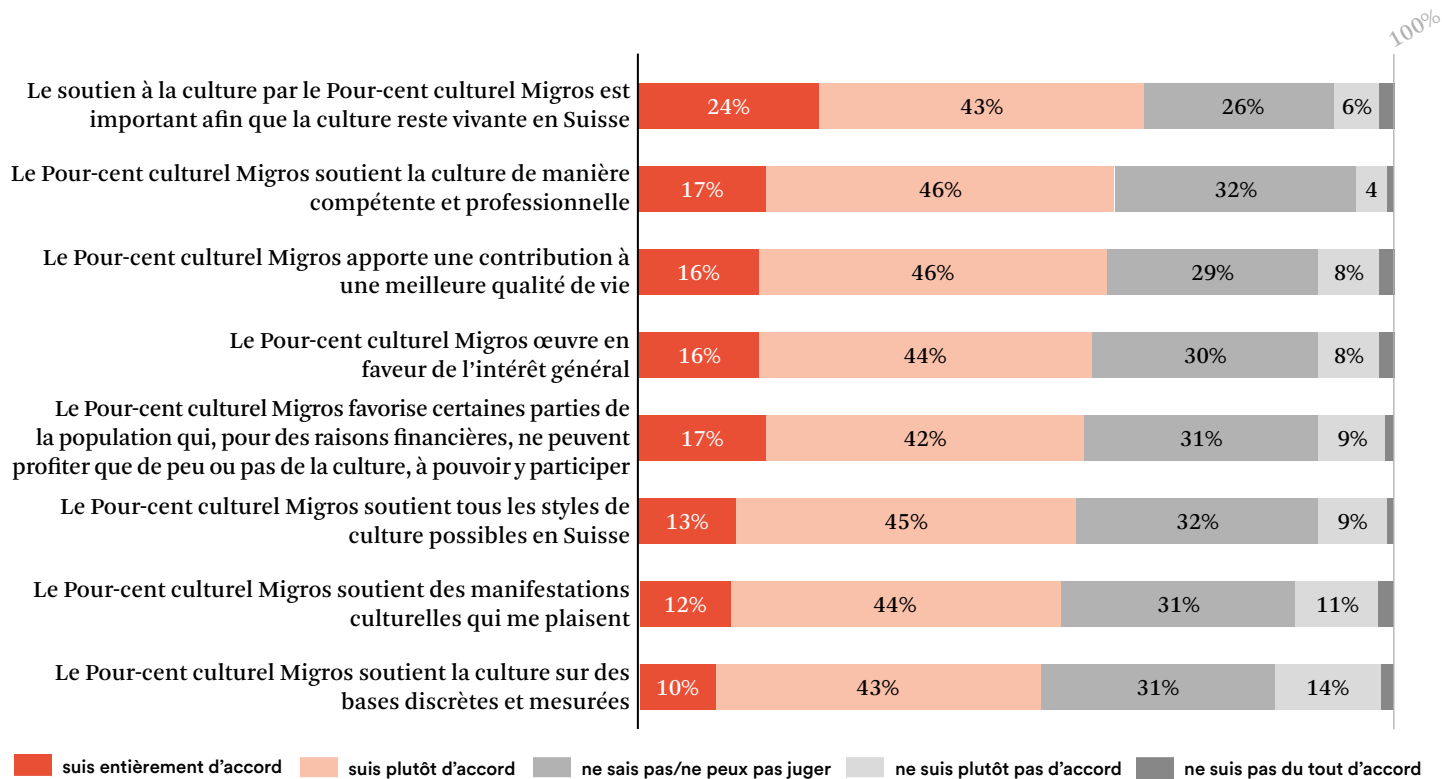
**Les motifs de la promotion culturelle:
Migros vs. entreprise en Suisse**

Que pensez-vous: pourquoi Migros/entreprise en Suisse soutient-elle selon vous la culture en Suisse?



**Motifs de la promotion culturelle
du Pour-cent culturel Migros**

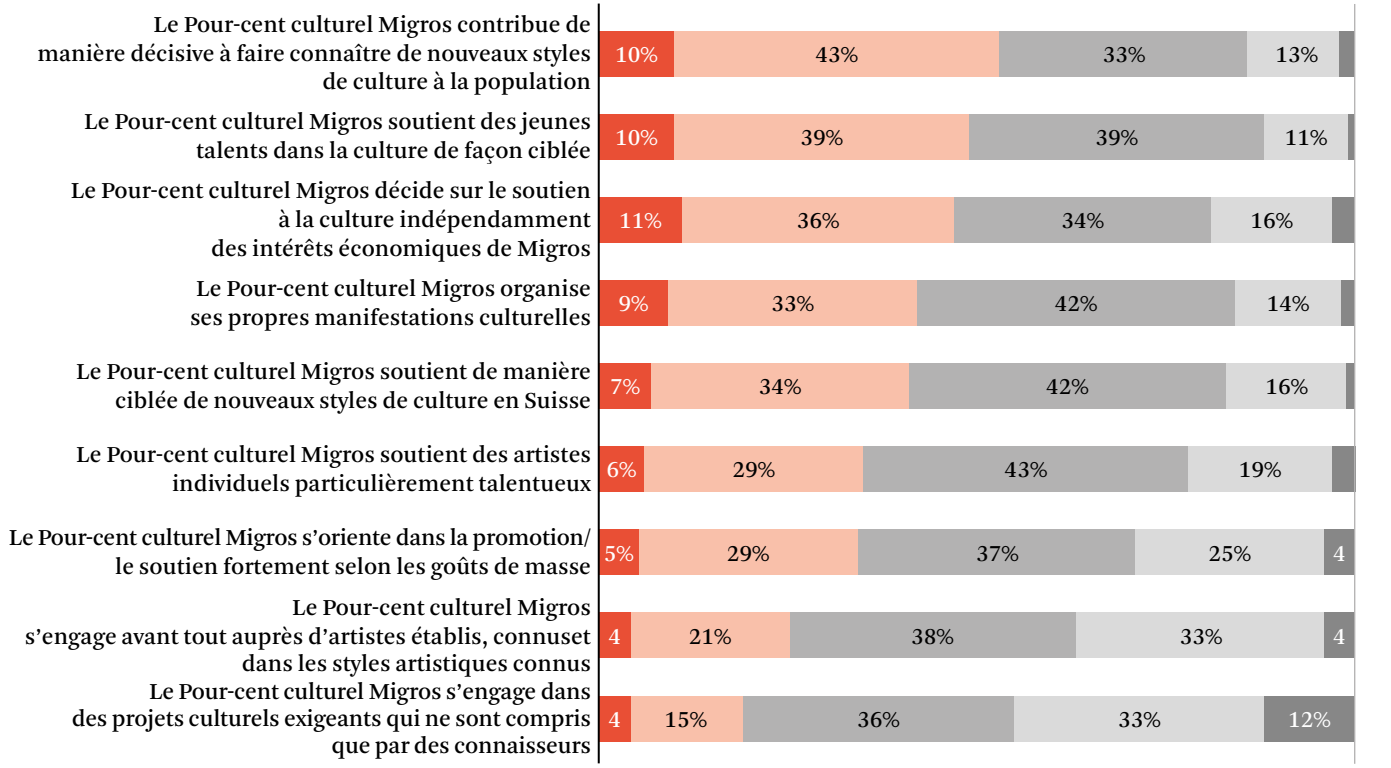
Que pensez-vous: pourquoi le Pour-cent culturel Migros soutient-il selon vous la culture en Suisse?



**Evaluation de la promotion culturelle du
Pour-cent culturel Migros (1/2)**

Merci d'évaluer les affirmations suivantes relatives au Pour-cent culturel Migros.
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacune de ces affirmations?

100%

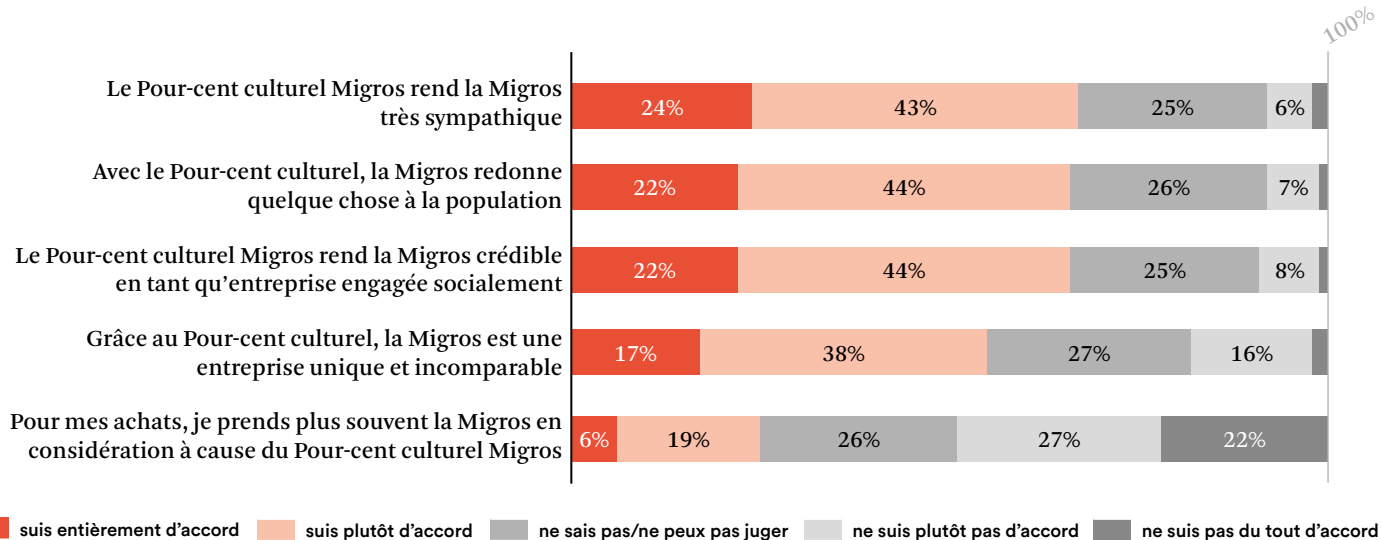


■ suis entièrement d'accord
 ■ suis plutôt d'accord
 ■ ne sais pas/ne peux pas juger
 ■ ne suis plutôt pas d'accord
 ■ ne suis pas du tout d'accord

Evaluation de la promotion culturelle du Pour-cent culturel Migros (2/2)

Dans quelle mesure trouvez-vous sympathique le fait que la Migros soutienne la culture en Suisse?

Source: ISOPUBLIC AG, enquête réalisée auprès de la population août/septembre 2013, n = 4'048, personnes représentatives de la population suisse



Le Pour-cent culturel Migros et ses effets sur Migros

La Migros met à disposition des moyens financiers pour l'encouragement de la culture au Pour-cent culturel. Quelques affirmations sur d'éventuelles conséquences de cette mesure sur l'entreprise Migros sont mentionnées ci-après. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacune de ces affirmations?

Source: ISOPUBLIC AG, enquête réalisée auprès de la population août/septembre 2013, n = 4'048, personnes représentatives de la population suisse

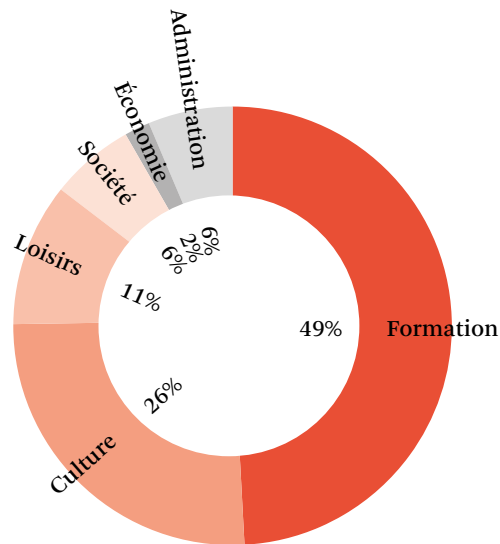
Partie 3
Chiffres et
faits du
Pour-cent culturel Migros

Le Pour-cent culturel Migros a été ancré dans les statuts de Migros en 1957 par Gottlieb Duttweiler comme raison sociale à part entière, au même titre que la distribution de produits et de services bon marché. Cet engagement a permis d'inscrire la responsabilité sociale dans la conscience de l'entreprise, dans un souci de durabilité et d'indépendance. La Fédération des coopératives Migros et les dix coopératives s'engagent à procéder à une contribution annuelle calculée sur la base du chiffre d'affaires et versée en cas de baisse d'activité.

L'engagement varié du Pour-cent culturel Migros vise aussi bien la culture que les affaires sociales, l'éducation et les loisirs. Les piliers de cet engagement sont ses institutions et projets à l'échelle nationale et régionale, qui s'adressent à une large population, du Musée Migros d'art contemporain à la Révolution des grands-mères, des quatre Parcs Pré Vert au concours de robots pour les jeunes, de l'Ecole-club Migros à la promotion individuelle des jeunes talents. L'une des préoccupations principales est de rendre accessible au public des formes actuelles d'expression artistique et de lui permettre de participer aux évolutions sociales, économiques et culturelles de la société.

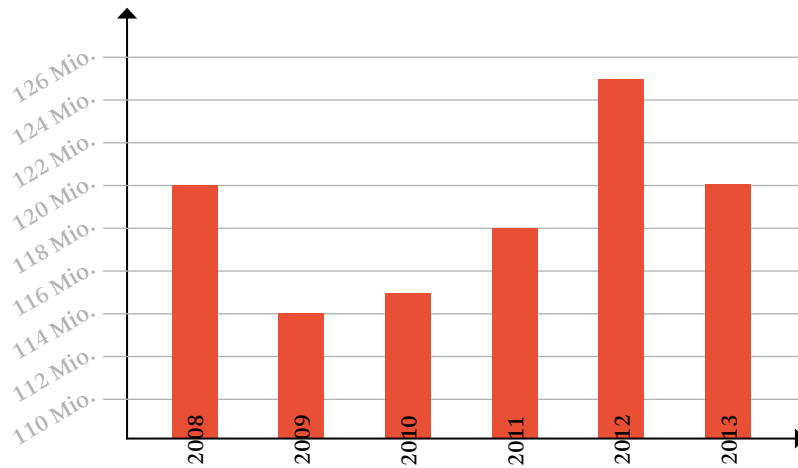
Depuis 1957, le Pour-cent culturel Migros s'est imposé comme l'une des principales institutions de soutien du paysage culturel suisse. Il marque et est marqué par la culture, mais il

a aussi un impact sur la pratique de la promotion culturelle, qu'elle soit privée ou publique. Il a ainsi donné naissance non seulement à de nombreux projets «individuels» et à des initiatives soutenues et encouragées encore plus nombreuses, mais également à une «culture de la promotion culturelle» à part, une logique propre devenue incontournable aussi bien dans le paysage de la promotion culturelle que dans la culture d'entreprise de Migros.



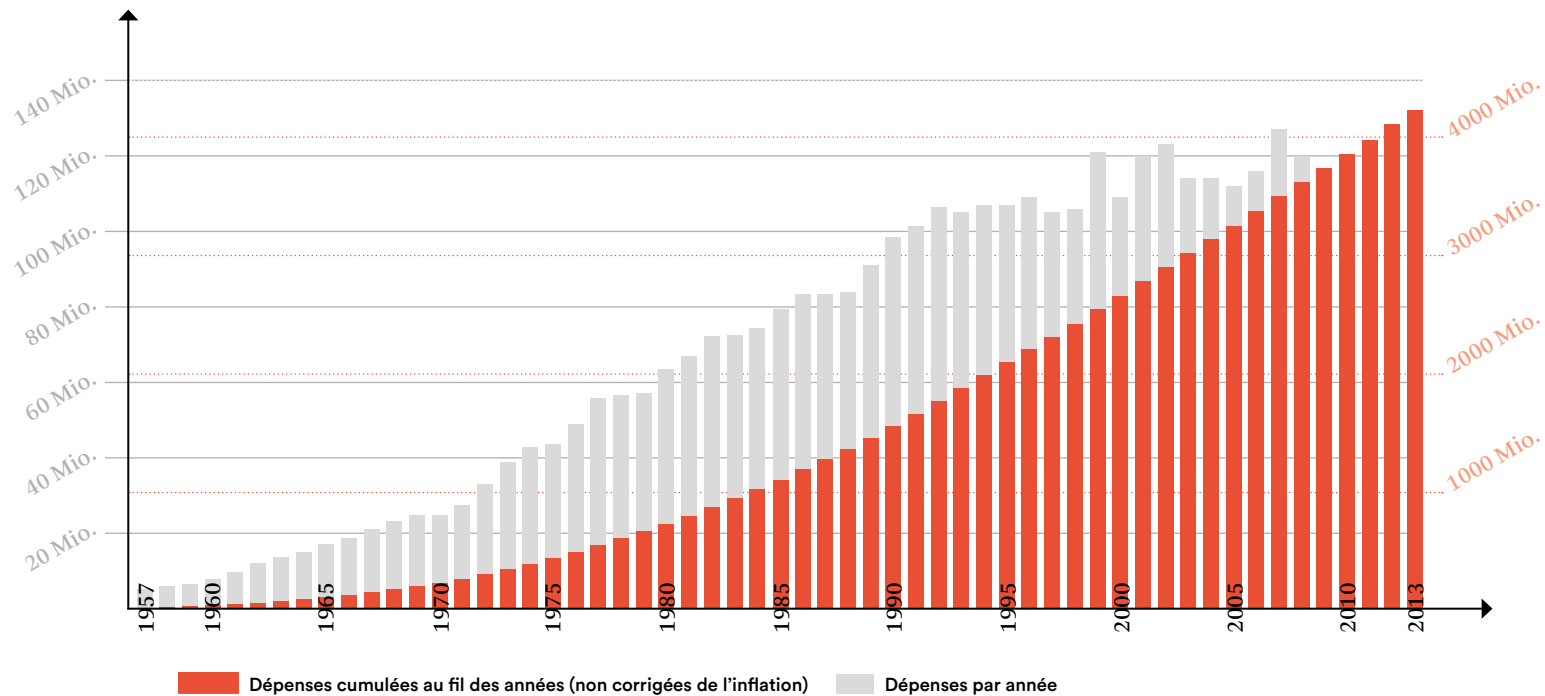
**Dépenses en pourcentage
Pour-cent culturel Migros en 2013**

Les piliers de l'engagement du Pour-cent culturel Migros sont la culture, la société, la formation, les loisirs et l'économie. Les dépenses totales étaient de CHF 120 millions en 2013.



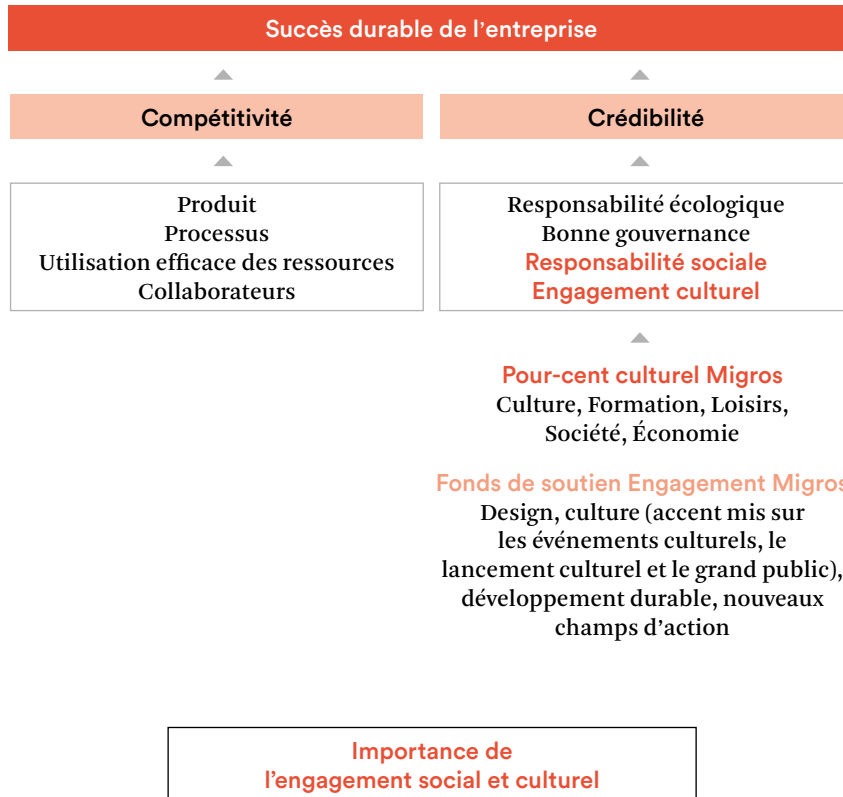
Dépenses Pour-cent culturel Migros
2008 – 2013

Le budget du Pour-cent culturel Migros est indexé sur le chiffre d'affaires de la Migros et avoisine chaque année les CHF 118 millions.



**Evolution des dépenses du
Pour-cent culturel Migros depuis 1957**

Les dépenses cumulées se montaient à CHF 4121 millions en 2013.



L'engagement social est un moteur essentiel
pour le succès durable d'une entreprise.

Impressum

Éditeur : Pour-cent culturel Migros

Idée, concept, réalisation : Heinz Altorfer,
Hedy Graber, Tobias Gremaud,
Basil Rogger, Fabrice Zumbrunnen

Enquête qualitative : RCG, Research Consultants
AG, Zürich, enquête réalisée auprès d'experts avril/
mai 2013, n = 42 / représentants du monde politique,
économique, médiatique et culturel en Suisse

Enquête quantitative : ISOPUBLIC AG, Institut für
Markt- und Meinungsforschung, Schwerzenbach,
enquête réalisée auprès de la population août/
septembre 2013, n = 4048, personnes représentatives
de la population suisse

Infographie et mise en page : Andrea Mettler

Publication connexe :

Le Pour-cent culturel Migros.
Une culture de l'encouragement culturel
Novembre 2014, 64 pages
Fédération des coopératives Migros, Zurich
Prix de vente : CHF 20.- /
Téléchargement (PDF) : gratuit

ISBN 978-3-033-04749-5

©2014 by Migros-Kulturprozent

Adresse de commande :

Fédération des coopératives Migros
Directions des affaires culturelles et sociales
Josefstrasse 214, 8031 Zurich

Le site Internet du Pour-cent culturel Migros tient
gratuitement à disposition pour téléchargement la
publication ainsi que d'autres textes et informations :
www.pour-cent-culturel-migros.ch/enqueteculture