

ART  
& CULTURE  
HAVAS

BAROMÈTRE 2025



LES FRANÇAIS,  
la culture  
ET L'ENTREPRISE



QUI  
SOMMES-  
NOUS?

— UNE AGENCE  
EXPERTE  
ET ENGAGÉE  
AU CŒUR DE  
L'ÉCOSYSTÈME  
HAVAS

Convaincus que se joue autour de la culture un nouvel axe de responsabilité majeure pour les entreprises, et que l'art et la culture, par leur pouvoir sur les imaginaires, représentent un potentiel d'expression et d'engagement clé, nous avons fait émerger le concept de RCE – comme Responsabilité Culturelle des Entreprises – pour mieux valoriser et développer l'empreinte culturelle des entreprises.

Avec une vision engagée, Havas Art & Culture amorce des synergies entre les entreprises et la sphère culturelle à travers des collaborations et partenariats artistiques vertueux et significatifs pour faire de l'art et de la culture des leviers d'action pour la stratégie et la RSE, valorisant l'inclusion, la diversité, la liberté d'expression, la créativité, l'innovation et la transformation positive de notre société.

Havas Art & Culture défend une vision stratégique de l'action artistique et culturelle, au bénéfice des différentes parties prenantes de l'entreprise – ses partenaires, ses collaborateurs, les habitants des territoires où elle est implantée, ses clients... – et utile à la société tout entière et aux acteurs du monde artistique et culturel.

Baromètre réalisé par Bilendi  
sur un échantillon représentatif  
de 1000 Français selon  
la méthode des quotas.

# LA CULTURE, AU CŒUR DE NOTRE BIEN-ÊTRE INDIVIDUEL ET COLLECTIF : UNE CHANCE À SAISIR POUR LES ENTREPRISES

Plus qu'une confirmation d'une tendance de fond, c'est un véritable plébiscite pour la culture, sa place dans notre société et dans l'entreprise!

Le 5<sup>e</sup> baromètre Havas Art et Culture bénéficie en 2025 d'une antériorité qui nous permet de saisir cette évolution : les Français nourrissent un sentiment de plus grande proximité avec la culture. À nouveau perçue comme un moyen de se retrouver, à rebours de cette vision élitiste, exclusive, distante, souvent associée à la culture, elle semble avoir bénéficié, elle aussi, de l'effet JO et de cérémonies d'ouverture qui ont réveillé et popularisé quelques-uns des symboles culturels français.

Dans ce contexte, quelle place pour l'entreprise ? Leur engagement pour la culture demeure plus que jamais attendu et légitime, et les entreprises sont appelées à plus de soutien (3 Français sur 4 considèrent qu'elles ne font pas assez). Une perception biaisée peut-être par la méconnaissance des Français sur les actions qu'elles mènent, y compris pour leur propre entreprise !

Le désir de voir la culture placée au cœur de l'entreprise – au travers de ses produits, dans ses bureaux, et comme moteur de son engagement – s'affirme. Cette envie monte à 90% chez les jeunes de 18-24 ans. Rien d'étonnant à cela, si l'on sait que cette fameuse Gen Z considère à 80 % que l'équilibre vie pro/perso est primordial, que la qualité de vie au travail est un facteur déterminant pour choisir une entreprise.

C'est le deuxième volet de ce baromètre qui a interrogé le lien entre la culture, l'art et le bien-être individuel et collectif. Alors que la santé mentale revêt cette année le statut de grande cause nationale, il nous a semblé crucial de pouvoir sonder les attentes des Français dans ce domaine.

92 % d'entre eux pensent que l'art et la culture ont un effet bénéfique sur la santé mentale, le bien-être psychologique : créativité, innovation, renforcement du collectif, épanouissement personnel... Ces vertus sont également des leviers de performance clés, et la culture pourrait donc représenter un catalyseur de mobilisation, d'engagement et d'attractivité, une façon de se rendre plus désirable.

Les entreprises ont sous leurs yeux un champ d'action presque vierge pour mobiliser davantage leurs salariés, attirer plus de talents mais aussi inventer de nouveaux projets pour soutenir l'art et la culture dans ce qu'ils ont de plus utile et de plus salvateur pour la société dans son ensemble.

Nous vous proposons de découvrir les principales données de la 5<sup>e</sup> édition de notre baromètre culture 2025 dans les pages qui suivent.

## BONNE LECTURE

Une volonté de tous  
se retrouver autour  
de la culture

En France, avez-vous le **SENTIMENT**  
que la culture est :

ouverte à tous

**74 %**

+18 pts vs 2024

génératrice  
de lien social

**57 %**

+9 pts vs 2024

Un regard plus positif  
sur l'exception culturelle  
française

En France, avez-vous le sentiment  
que la culture est :

innovante

**70 %**

+17 pts vs 2024

en progrès

**55 %**

+16 pts vs 2024

# UN REGAIN D'OPTIMISME SUR L'ÉTAT DE LA CULTURE EN FRANCE

## LA CULTURE SUR LE DEVANT DE LA SCÈNE EN 2024

Une perception de la culture beaucoup plus innovante, fédératrice, vivante, qui fait société : en 2025, les hausses sont très marquées, par rapport aux dernières éditions du baromètre. Derrière ces perceptions, un effet JO ? La cérémonie d'ouverture a mis sur le devant de la scène ce je-ne-sais-quoi qui fonde l'exception culturelle française, audacieuse et créative, populaire et pointue, alliant tradition et modernité. Une cérémonie visionnée par plus de 22 millions de téléspectateurs qui a bien pu bouger durablement les consciences. Sur les rives de la Seine, la cérémonie de réouverture de Notre-Dame a elle aussi représenté un grand moment fédérateur autour d'un lieu emblématique de notre patrimoine. À l'heure de Trump : la culture comme levier de réaffirmation d'un ADN français ?

# UNE ENVIE DE CULTURE DANS LE QUOTIDIEN TOUJOURS PLUS NETTE

Une envie de culture en  
progression

malgré les **FREINS** liés...

au coût

**57%**

dans un contexte  
économique tendu

au temps

**44%**

+8 pts vs 2024

au manque  
d'envie

**13%**

-7 pts vs 2024

Une volonté d'ancrer  
la culture dans  
le quotidien, hors  
des lieux de culture  
consacrés

Dans quels **LIEUX PUBLICS**  
aimeriez-vous que l'art soit plus présent ?

Dans la rue

**73%**

Dans les gares

**42%**

Dans les transports

**36%**

Dans les bureaux

**32%**

avec une surpondération  
pour les 18-24 ans  
à 45%

Dans les aéroports

**26%**

## L'ENTREPRISE : NOUVEAU LIEU DE CULTURE ?

Les freins principaux à l'accessibilité à la culture au plus grand nombre restent le coût, et le temps – en hausse marquée en 2025 (+8 pts). Ce qui explique en partie l'attente des Français de retrouver de l'art et de la culture dans leur vie quotidienne : dans les rues, les aéroports, les gares... ou les bureaux pour 1 Français sur 3. Une attente particulièrement marquée pour les jeunes qui sont 45% à attendre des entreprises qu'elles intègrent la culture dans leurs murs! Un facteur de préférence, et de performance demain pour l'entreprise ?

# LA CULTURE : UN RÔLE CLÉ DANS LE BIEN-ÊTRE PERSONNEL ET COLLECTIF

Une contribution  
réelle au bien-être  
individuel

Si on peut attribuer une **UTILITÉ** à la culture, laquelle de ces différentes propositions considérez-vous comme évidente ?

Contribuer à l'épanouissement de chacun

67%

Développer l'esprit critique et questionner le monde

56%

Favoriser le vivre-ensemble

54%

Revitaliser les territoires

47%

Faire rayonner la France

46%

Lutter contre les discriminations

30%

92%

des Français pensent que l'art et la culture ont un effet bénéfique sur la santé mentale, le bien-être psychologique.

Dans le détail:

63% S'ouvrir aux autres

57% Réduire le stress

55% Amener un autre regard sur les différences

51% Favoriser l'expression personnelle

32% Participer à soigner

6% Rien de tout cela

1% Autre

Quelles **ACTIVITÉS** permettent de vous sentir bien ?

Lire un livre

58%

Aller au musée /voir un spectacle

34%

Avoir une pratique artistique

20%

L'ART  
AU SERVICE  
DE LA  
PRÉVENTION  
DES MAUX

2,5 millions d'actifs présentent des signes d'épuisement psychologique sévères (Opinion Way 2023), les burn-out explosent, les jeunes sont particulièrement touchés par les troubles anxieux... La santé mentale en entreprise est plus que jamais scrutée et devient un enjeu stratégique, tant pour leur performance économique que dans une démarche de responsabilité sociale. Ainsi, les entreprises sont appelées à déployer des initiatives pour promouvoir un environnement de travail sain. Et si la culture était une voie contre le spleen alors que l'art a des bienfaits prouvés sur la santé par les neurosciences, que ce soit par la pratique, ou même l'exposition aux œuvres ?

# POUR LES ENTREPRISES UNE PLACE À PRENDRE AUX CÔTÉS DE LA PUISSANCE PUBLIQUE

**L'ENGAGEMENT** des entreprises pour la culture reste peu perçu bien que très attendu...

71%

des Français estiment que les entreprises ne soutiennent pas suffisamment la culture

< 1/3

des Français sont capables de citer spontanément une entreprise qui s'engage dans la culture

... et considéré comme **LÉGITIME** : les Français estiment que les entreprises peuvent apporter une vraie contribution au monde culturel.

71% Plus de financements  
70% Plus de visibilité  
49% Plus de publics/de nouveaux publics  
42% Plus de diversité

Sans que soit questionnée  
**L'INDÉPENDANCE** des artistes

81%

des Français pensent qu'une entreprise privée peut soutenir un artiste sans dénaturer son œuvre

82%

des Français apprécient que les entreprises intègrent des éléments culturels (tableaux, statues, musique...) dans leurs produits

90%

pour les 18-24 ans

67%

le fait qu'une entreprise s'engage publiquement pour la culture donne plus envie de consommer ses biens et/ou services

83%

pour les 18-24 ans

## L'ART ET LA CULTURE UN LEVIER DE DESIRABILITÉ POUR LES JEUNES CONSOMMATEURS

Un levier d'attractivité de  
nouveaux talents, notamment  
pour les jeunes

80% 74%

des 18-24 ans

des 25-34 ans

seraient davantage intéressés  
par une offre dans une entreprise  
qui s'engage pour la culture

**UN ATTENDU** des collaborateurs...

72% 77%

des salariés souhaitent  
que leur entreprise  
fasse davantage pour  
soutenir les initiatives  
culturelles et artistiques

des 18-24 ans

L'ENGAGEMENT  
CULTUREL:  
UN ÉLÉMENT  
NÉGLIGÉ MAIS  
IMPORTANT  
DE LA MARQUE  
EMPLOYEUR

... avec des **BÉNÉFICES** multiples perçus

1 – Un levier d'innovation  
et de développement

3/4

Pour 3 salariés sur 4,  
c'est un levier  
d'apprentissage  
et d'innovation

2 – Un levier de bien-être  
et d'équilibre personnel

1/2

Pour 1 salarié sur 2,  
cela est un levier  
pour se sentir bien

3 – Une consolidation  
du collectif

52%

des salariés estiment  
que cela renforce la  
culture commune au  
sein de l'entreprise

33%

des salariés estiment  
que cela crée du lien  
entre les collègues

# LA CONDITION DE LA RÉUSSITE : DONNER DU **SENS** À L'ENGAGEMENT CULTUREL

L'engagement, même quand il est  
réel, reste peu perçu, quelle que soit  
**L'ACTION** menée.

**45%**

ne savent pas  
si leur entreprise  
fait du mécénat

**44%**

ignorent si elle finance  
des projets artistiques

**39%**

si elle promeut  
des artistes

**35%**

des salariés des  
grandes entreprises  
ne savent pas si leur  
entreprise soutient  
la culture

Du « fait du prince » à l'utilité, une  
véritable nécessité de nourrir le récit de  
l'engagement culturel des entreprises :  
autour des territoires ? Du métier ? ...

Aujourd'hui la **SINCÉRITÉ**  
des engagements demeure encore  
trop souvent questionnée, avec un  
vrai risque de culture washing.

**1/3**

des Français  
seulement pensent  
que les entreprises  
sont sincères dans  
leur engagement  
(36%)

**2/3**

des Français  
considèrent que c'est  
la logique d'image  
intéressée qui préside  
aux choix des  
engagements culturels  
et artistiques des  
entreprises

Selon vous, qu'est-ce qui guide  
**LES CHOIX** des entreprises  
en matière d'engagement dans  
le domaine des arts et de la culture ?

- 45%** Les préférences personnelles des dirigeants
- 44%** La cohérence avec le métier de l'entreprise
- 39%** La proximité territoriale
- 19%** Les attentes des salariés
- 4%** Autre, précisez
- 16%** Sans opinion/Ne sait pas

Blank lined area for notes on the left page.

Blank lined area for notes on the right page.



# ILS NOUS FONT CONFIANCE

ALULA

NOOR  
RIYADH

ALTAREA

pass  
Culture

fondation  
hachette  
pour la lecture

FONDATION Jean-Luc  
Lagardère

vivendi

Bibliothèques  
Sans Frontières  
Libraries Without Borders

VEOLIA

enedis

Fondation

hachette  
LIVRE

Société  
des Grands  
Projets

Picasso

MUSÉE  
RODIN

ARLES  
LES RENCONTRES  
DE LA PHOTOGRAPHIE

ALPINE

RATP

KPMG

SOFITEL  
LUXURY HOTELS

VILLA HEGRA

## NOUS CONTACTER

[havasartculture@havas.com](mailto:havasartculture@havas.com)

**Julie Gonce Mayeux,**  
co-directrice  
[julie.gonce-mayeux@havas.com](mailto:julie.gonce-mayeux@havas.com)

**Isabelle Peracchi,**  
co-directrice  
[isabelle.peracchi@havas.com](mailto:isabelle.peracchi@havas.com)

**Amélie de Bourbon Parme,**  
directrice associée Influence  
[amelie.de-bourbonparme@havas.com](mailto:amelie.de-bourbonparme@havas.com)

**Béatrice Speisser,**  
présidente  
[Beatrice.speisser@havas.com](mailto:Beatrice.speisser@havas.com)

ART  
& CULTURE  
HAVAS

**HAVAS** Paris

29-30, quai de Dion-Bouton  
92817 Puteaux Cedex – France  
+33 1 58 47 93 93  
[havasparis.com](http://havasparis.com)