

Melissa Belmokadem
Rajae Chaouqi
Daniel Gontijo
Aziz Hamdi



M1 DPEC
Audit Systématique

Date 31/12/2022

Sujet : Enquête sur les publics du théâtre Gérard Philippe TGP | centre dramatique national de Saint-Denis commanditée par le TGP et menées par des étudiants de M1 de Paris 1 La Sorbonne et L3 de Paris 8

Analyse des questions 1 & 2 du questionnaire des spectacles d'octobre 2022 : Huit heures ne font pas un jour (07/10/2022) et 7 minutes (22/10/2022)

Concernant LA FREQUENTATION DU TGP et ses différentes motivations

1) Est-ce la 1ère fois que vous venez au TGP ? a) Oui b) Non

Si OUI :

1a Quelles sont les 2 raisons principales pour lesquelles vous n'étiez pas venu(e) avant aujourd'hui ?

- La programmation
- L'éloignement du TGP de votre domicile
- Le manque d'intérêt pour le théâtre
- La méconnaissance du lieu
- Autre :

Si NON :

1b Combien de spectacles avez-vous vu au TGP la saison dernière ?

1c dont spectacles jeune public ? ...

1d Dans la liste suivante, quelles sont les 2 raisons principales de votre fréquentation du TGP ?

- La qualité des spectacles - L'originalité des spectacles
- La proximité du TGP avec votre domicile
- Les tarifs
- L'ambiance et les rencontres organisées
- Autre:

2) Comment avez-vous découvert le TGP ?

- Par la presse : Par une brochure / un tract / une affiche
- Par un proche - Par internet
- Seul(e), par moi-même
- Dans un cadre scolaire ou universitaire
- Grâce aux ateliers du TGP
- Dans le cadre d'activités associatives
- Vous ne savez plus

I Introduction :

La consigne de Mr Ripon pour le Gr 1 était d'analyser les 2 premières questions pour les deux spectacles « Huit heures ne font pas un jour » et « 7 minutes » avec un échantillon total de seulement 215 (seulement 50% de l'échantillon du théâtre Montfort) qui nous a semblé moins représentatif

Comme la méthodologie du Montfort est basée sur un échantillon de 409 et il est plus représentatif de ses spectateurs, nous avons décidé d'intégrer les deux autres spectacles « Caillou » et « Le firmament » pour arriver à un échantillon total de 312.

En faisant cela, notre analyse est plus complète, significative et pertinente et aussi comparable avec le théâtre Montfort

II Méthodologie

Les enquêtes sont menées *in situ, face à face* à l'arrivée au théâtre TGP:

- le 7/10/2022 pour la pièce « huit heures ne font pas un jour » (dernière représentation).
- le 22/10/2022 pour la pièce « 7 minutes »
- 22/10/2022 pour la pièce « Caillou »
- 14/12/2022 pour la pièce « Le firmament »

Il s'agit d'une approche quantitative par un questionnaire (version papier ou numérique).

L'enquêteur·rice présent·e sur site aborde les spectateurs dès leur arrivée au théâtre. Il ou elle leur présente l'enquête et ses objectifs, précise la condition d'anonymat et après acceptation il commence à poser les questions dans l'ordre établi du questionnaire.

Comme ce sont des questions factuelles (habitudes, comportements et non d'opinion).

III Analyse questionnaire (questions 1 & 2)

Le groupe 1 est chargé d'analyser les deux premières questions qui sont en tête du questionnaire.

De par leur positionnement dans le questionnaire, elles permettent de :

- Garantir la cohérence du questionnaire et que les autres questions vont s'enchaîner de manière cohérente,
- Ne pas donner l'impression à l'enquêté.e qu'il réponde plusieurs fois à la même question

- Dans un souci d'harmonie on commence par les questions plus générales avant d'entamer le particulier
- Déterminer les spectateurs habitués et les spectateurs occasionnels pour voir la relation entre le public et TGP
- Ces questions ne permettent pas que les enquêtés soient influencés par leur réponse
- Une analyse des résultats à l'aide des filtres
- Ces questions sont des vecteurs d'informations et de notoriété du théâtre
- Ces deux questions permettent une analyse comparative entre le TGP et d'autres théâtres
- Ces deux questions apparaissent auprès de l'enquêté.e comme une sorte d'« examen culturel »
- Comment les usagers ont-ils eu connaissance de l'offre ? quels sont les habitudes, les services utilisés parmi ceux qu'offre l'établissement ? etc.
- Connaître leurs habitudes de fréquentation
- Identifier les sources d'informations consultées pour connaître l'offre muséale
- ***Les échelles binaires ou dichotomiques : oui ou non***
- Questions ayant pour critères de servir à assurer une répartition équilibrée entre usagers abonnés ou non, assidus et occasionnels, etc.).

On retrouve ces critères dans Les publics des équipements culturels, méthodes et résultats d'enquêtes : Travaux du séminaire *Pratiques culturelles et publics de la culture 1999-2000* / sous la dir. de Olivier Donnat, Sylvie Octobre

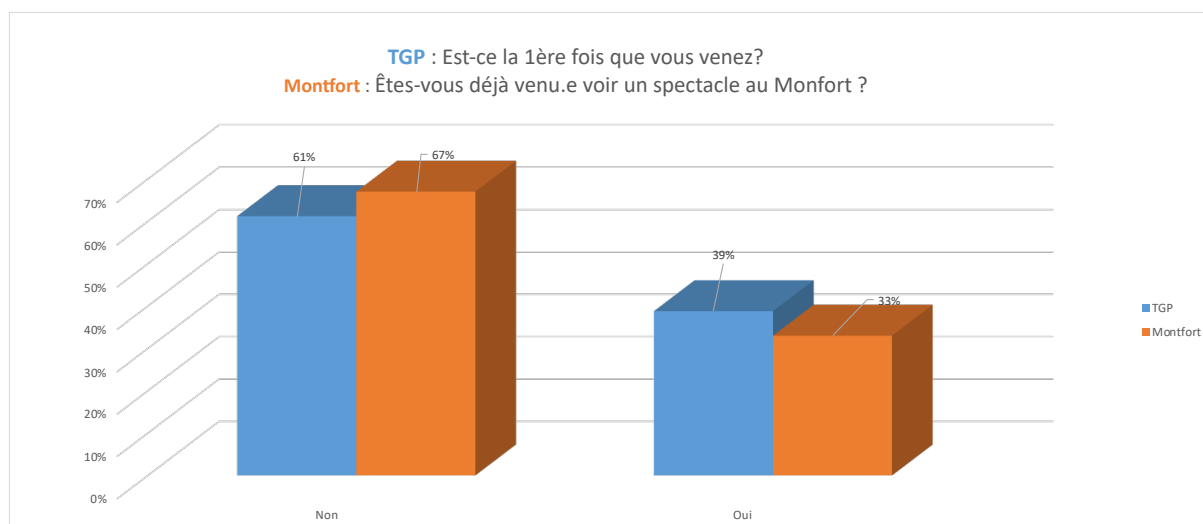
Fréquentation du TGP : Analyse des 4 spectacles du TGP (extraction des données de Excel)

1) Q1 TGP : Est-ce la 1ère fois que vous venez au TGP ? taux de réponse 100%

Cette question est comparable à tout théâtre

Cette question par sa simplicité et clarté a recueilli 100% des réponses permettant une exploitation fiable sans codage avec une analyse pertinente :

Q1	Est-ce la 1ère fois que vous venez au TGP?		
Spectacle	Non	Oui	TGP
7 minutes	83	42	125
8 Heures ne font pas un jour	46	44	90
Caillou	28	16	44
Le firmament	34	19	53
TGP	191	121	312
%	61%	39%	100%
Montfort	67%	33%	100%



Je remarque que le % des « OUI » est de 39% pour TGP et 33% pour Montfort
 Donc 39% des spectateurs. ices du TGP sont venus.es pour la 1ère fois → nouveaux clients
 Et le % des « NON » est de 61% pour TGP et 67% pour Montfort
 Le taux de réponse (100%) est équivalent pour les deux théâtres → réponse spontanée

- TGP : 121 ayant répondu « OUI » : 39% - 191 ayant répondu « NON » : 61%

39% sont venu. es la première fois et ceux celles-là de nouveaux clients à fidéliser

D'ores et déjà, rien qu'à cette question et avant même d'attaquer son complément, la direction et la production du TGP peuvent tirer des conclusions intéressantes à savoir le niveau de fréquentation est étroitement lié au thème et à la production artistique

- Pour le spectacle « 7 minutes » : 66% « Non » et 34% « Oui »

- Pour le spectacle « 8 heures ne font pas un jour » : 51% « Non » et 49% « Oui »

Nous concluons, sauf erreur d'appréciation de notre part que pour le spectacle « 8 heures ne font pas un jour » où on peut lire dans le dossier presse « ...Une lutte heureuse dans le reflux de 1968... » le pourcentage des personnes qui sont venues pour la 1ère fois est équivalent aux spectateurs déjà venus, or pour le spectacle 7 minutes les 2/3 des répondants sont déjà venus au moins une fois. Il est à noter que ce dernier spectacle est une production Comédie-Française / Théâtre du Vieux-Colombier traitant du rapport de l'individu au collectif

Q1 a Si Oui Quelles sont les 2 raisons principales pour lesquelles vous n'étiez pas venu.e avant aujourd'hui? taux de réponse 39 %

-La programmation - L'éloignement du TGP de votre domicile - Le manque d'intérêt pour le théâtre - La méconnaissance du lieu - Autre

Montfort : Si Non, Pourquoi ? taux de réponse 38%

Q1 a	TGP :Si oui, quelles sont les 2 raisons principales pour lesquelles vous n'étiez pas venu(e) avant aujourd'hui ? Montfort : Si non, pourquoi?				TOTAL
	L'éloignement de votre domicile	La méconnaissance du lieu	La programmation	Autre : manque d'intérêt, raison perso	
7 minutes	22	5	7	8	42
8 Heures ne font pas un jour	22	16	3	3	44
Caillou	4	7	1	4	16
Le firmament	8	4	0	7	19
TGP	56	32	11	22	121
TGP %	46%	26%	9%	18%	100%
Montfort	20%	66%	1%	13%	100%

Pour TGP (tous spectacles confondus) La méconnaissance du lieu pour 26 % Vs 66% pour Montfort et l'éloignement pour les spectateurs déjà venus pour 46 % Vs 20% pour Montfort. Elles constituent les principales raisons pour lesquelles les spectateurs déjà venus ne sont pas venus avant au TGP ;

La direction du TGP devrait creuser pourquoi « l'éloignement du TGP » représente 46% ? (Voir recommandation)

La méconnaissance (voir définition ci-dessous) est moins importante pour le TGP que le Montfort → Il reste de loin moins méconnu malgré sa situation dans le 93

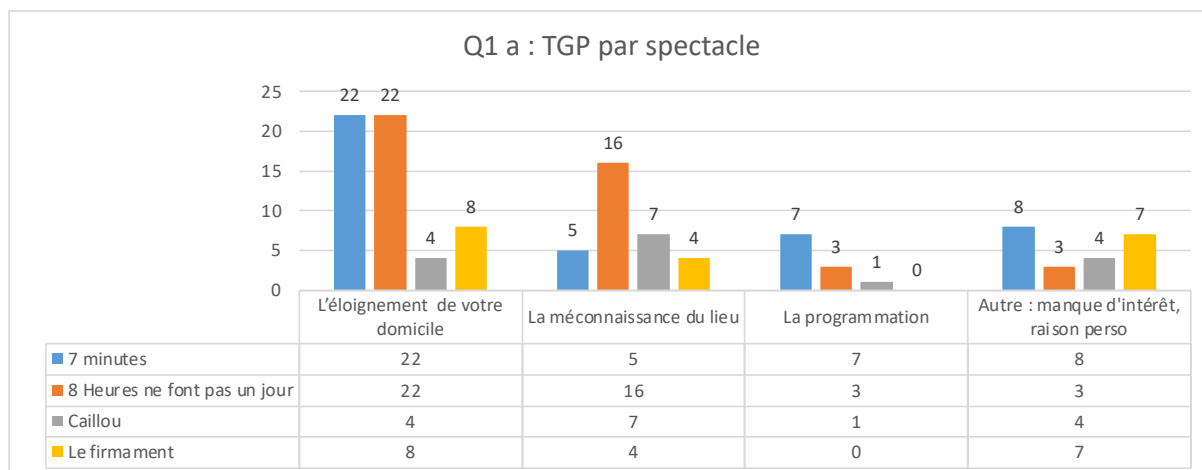
Nous pensons que l'action correctrice serait du côté de la communication.

Aussi, la méconnaissance représente 26% avec un écart de 6% par rapport au Montfort, ce n'est pas négligeable non plus (voir définition ci-dessous).

L'action correctrice serait du côté de la communication

La Programmation n'est pas une raison préoccupante pour le TGP à priori

Ces informations sont intéressantes et importantes qui devraient apporter au TGP beaucoup d'enseignements à commencer par la fidélisation de ces nouveaux spectateurs et les actions stratégiques à privilégier et à mettre en place (améliorer la visibilité du TGP et mettre en place des navettes en cas spectacle tardif ou grève des transports)



TGP :

-7 minutes : 52% « L'éloignement de votre domicile », 23% « La méconnaissance du lieu »

- 8 Heures ne font pas un jour : 50% « L'éloignement de votre domicile », 36% « La méconnaissance du lieu »

Pour les 2 spectacles « Huit heures ne font pas un jour » et « 7 minutes », « La méconnaissance du lieu » et « l'éloignement du TGP » constituent les 2 principales raisons également pour lesquelles les spectateurs ne sont pas venus avant au TGP

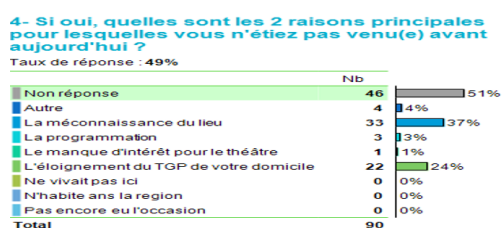
La Programmation n'est pas une raison préoccupante pour le TGP à priori

Ces informations sont intéressantes et importantes qui devraient apporter au TGP beaucoup d'enseignements à commencer par la fidélisation de ces nouveaux spectateurs et les actions stratégiques à privilégier et à mettre en place.

TGP : Extraction données d'Excel (avec filtre sur réponse « OUI » et non d'après le fichier recodage (qui ne tient pas compte du filtre des réponse OUI))

Définition de méconnaissance :

Action de méconnaître, d'ignorer quelque chose, de ne pas apprécier quelque chose à sa juste valeur

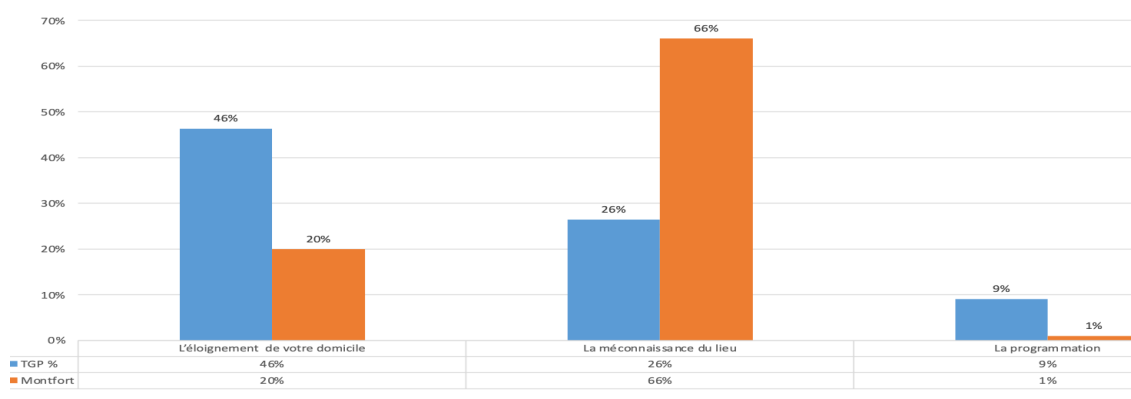


PS : La question est axée sur le nombre de réponse par « OUI » soit 86 réponses, or l'extraction du résultat avec recodages (graphique du logiciel) total 215 réponses en incluant les NR. Le calcul des % est basé sur le nombre Total des répondants : 125 à cette question

Exemple « Huit heures ne font pas un jour » : $90 - 46 = 44$ – Total réponses $(4 + 33 + 3 + 1 + 22) = 63$ soit un taux de réponse = 70% et non 49% comme indiqué sur le graphique ci-contre

Comparaison avec Montfort

TGP : Si oui, quelles sont les 2 raisons principales pour lesquelles vous n'étiez pas venu(e) avant aujourd'hui ?
Montfort : Si non, pourquoi?



26% des spectateurs .ices méconnaissent le TGP Vs 66% pour le Montfort.

Donc le TGP reste moins méconnu que le Montfort malgré sa situation dans le 93

46% des spectateurs.ices du TGP ne sont pas de la commune de Saint Denis ou leur domicile est mal desservi par les transports Vs 20 % pour le Montfort

La raison pour « programmation » est plus élevée (9%) pour TGP que pour le Montfort (1%) → ce % est à revérifier

Q1 b : TGP Si NON : Combien de spectacles avez-vous vu au TGP la saison dernière ?

taux de réponse 59%

Montfort : À quelle fréquence allez-vous voir des spectacles en général ? taux de réponse 60%

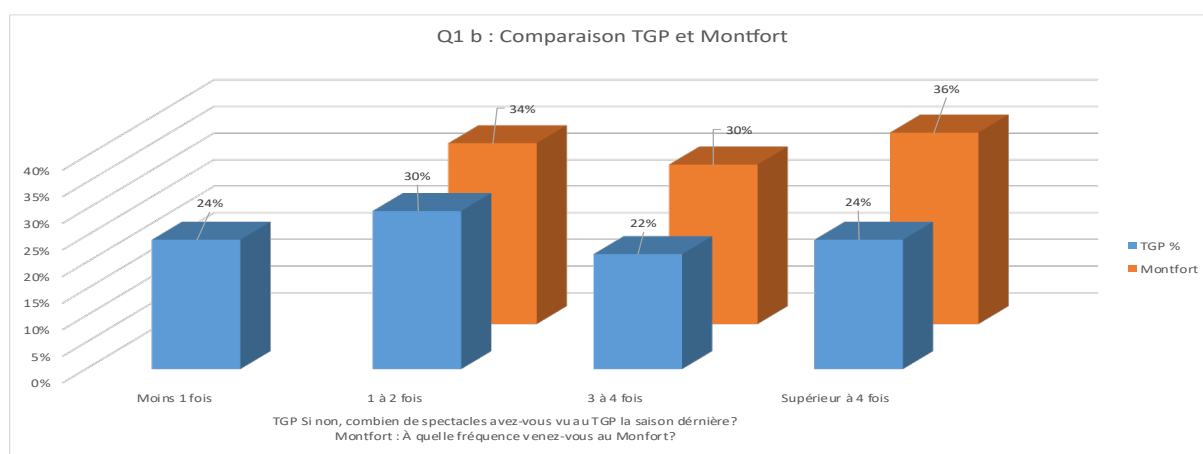
Tableau : Récapitulatif des réponses

Q1 b Spectacle/Nombre de fois	TGP Si non, combien de spectacles avez-vous vu au TGP la saison dernière?			
	Montfort : À quelle fréquence venez-vous au Montfort?			
	Moins 1 fois	1 à 2 fois	3 à 4 fois	Supérieur à 4 fois
7 minutes	18	22	17	25
8 Heures ne font pas un jour	9	17	12	6
Caillou	5	8	3	11
Le firmament	13	8	8	3
TGP	45	55	40	45
TGP %	24%	30%	22%	24%
Montfort		34%	30%	36%

Je constate que près de 24% ne sont pas venus .es l'année dernière (les 4 spectacles confondus) : 2021 était en bonne partie concernée par la crise sanitaire COVID 19, pour le spectacle « 7 minutes » le % de ceux qui sont venus .es « > 4 fois » est le double que pour « Huit heures ne font pas un jour »

Si majoritairement soit 44% sont venus .es entre une fois l'année dernière, 24% ne sont pas venu.e.s l'année dernière.

Comparaison avec le Montfort



TGP Vs Montfort: 24% ne sont pas venu.es l'année dernière Vs 0% pour théâtre Montfort
24 % sont venu.es l'année dernière au TGP plus de 4 fois contre 36 % pour Montfort → soit un écart de 12%

22% sont venu.es entre 3 à 4 fois l'année dernière au TGP Vs 30% au Montfort → soit un écart de 8%

Nous déduisons que peut-être les écarts de fréquentation c'est grâce à la convivialité, commodité des transports, situation géographique (dans le 15^{ème}) et la proximité avec le parc Georges Brassens
Nous soupçonnons une erreur sur la ligne > 10 fois (car une ligne affiche > 20 et une autre > 50 ce qui ne peut correspondre à la réalité.

C'est un axe intéressant au TGP à explorer (voir recommandation)

Q1 c dont spectacles jeune public ? taux de réponse 50%

Q1 c Spectacle/théâtre	TGP : dont spectacles jeune public ?		
	NON	OUI	TOTAL
7 minutes	61	10	71
8 Heures ne font pas un jour	32	1	33
Caillou	14	9	23
Le firmament	27	2	29
Total général	134	22	156
TGP %	86%	14%	

86% des spectateurs .ices du TGP n'ont pas assisté à un spectacle de jeune public
Seulement 14% (22 sur 156) des spectateurs sont déjà venu .es pour un spectacle pour jeune public (tous spectacles confondus) → Question en rapport direct avec le thème du spectacle

Q1 d Dans la liste suivante, quelles sont les 2 raisons principales de votre fréquentation du TGP ? taux de réponse 59% (les 2 spectacles du TGP confondus)

-La qualité des spectacles - L'originalité des spectacles - La proximité du TGP avec votre domicile - Les tarifs - L'ambiance et les rencontres organisées – Autre

Q1 c	TGP Dans la liste suivante, quelles sont les 2 raisons principales de votre fréquentation du TGP ? Taux de réponse 59%					
Spectacle/Théâtre	La qualité des spectacles	l'originalité des spectacles	La proximité de mon domicile	Tarif	L'ambiance et les rencontres	Autres
7 minutes	57	4	8	1	0	12
8 Heures ne font pas un jour	33	3	2	1	2	4
Caillou	18	1	4		0	4
Le firmament	29	1	0	0	0	2
TGP	137	9	14	2	2	22
TGP %	74%	5%	8%	1%	1%	12%
Montfort	Non renseigné					

La qualité des spectacles est la principale raison pour la fréquentation du TGP pour $\frac{3}{4}$ des spectateurs. Si on rajoute l'originalité on arrive à un score de 79% → ce qui est un très bon score. Ce bon score est cohérent car les spectateurs qui n'apprécient pas la programmation ne se déplacent pas

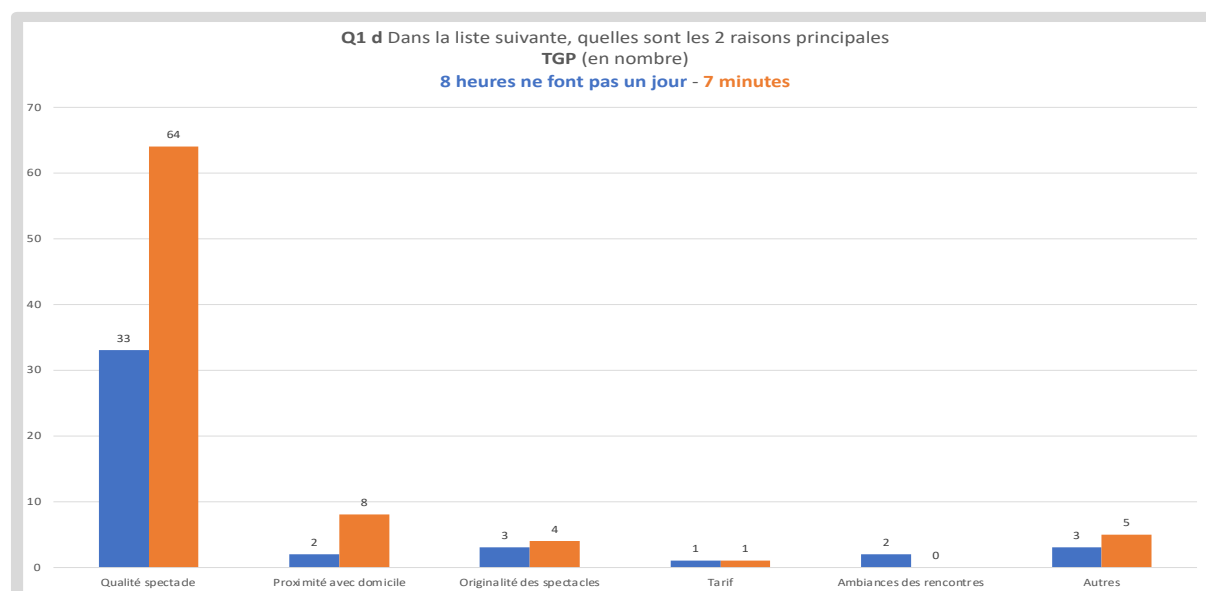
Ensuite arrive la proximité pour 8%

Le prix n'est plus une variable d'ajustement. D'ailleurs lors du changement du paradigme vers 2010 de « Démocratisation » à « Démocratie » le critère prix n'a pas été déterminant.

Ce n'est pas parce que le prix est bas ou c'est gratuit que les gens vont aller au spectacle fréquemment

L'ambiance et les rencontres restent un axe à améliorer → voir recommandation

Cette question ne figure pas dans le questionnaire du Montfort ou sous une autre forme



Pour le spectacle « 7 minutes » la raison pour la qualité des spectacles est presque le double que pour le spectacle « Huit heures ne font pas un jour (respectivement 66% et 33%).

Si on interroge les spectateurs avec question une question fermée « Oui ou Non » le prix est-il déterminant ? la majorité d'entre elles répondent « Oui »

En revanche en général, les spectateurs. ices occasionnels âgé.es perçoivent la qualité des spectacles et les prix comme les plus importants, quant aux jeunes, ils placent l'ambiance en tête.

A préciser : qu'un codage a été fait pour « Autre » à « Raison personnelle »

Selon les enquêtes, comme celle du cabinet SémioConsult : « Un grand nombre de spectateurs souhaite vivre une expérience personnelle et collective. [...] On peut distinguer cinq grandes catégories de motivations : le spirituel, le ressenti physique, l'émotion, l'intellectuel, et le social. La qualité des spectacles est aussi partie prenante de la motivation : les spectateurs passionnés racontent leurs expériences ».

Vivre une expérience sociale est bien une des raisons principales de cette activité : on ne va que rarement au théâtre seul. Aller voir un spectacle est une belle occasion de partager un moment avec son ou sa bien-aimée, ses amis, sa famille, ou bien ses collègues. Aussi, le temps de la représentation, on se sent unis avec les autres spectateurs : faire partie de ce groupe qu'on appelle « salle » ou « public » est ainsi le propre du spectateur au théâtre.

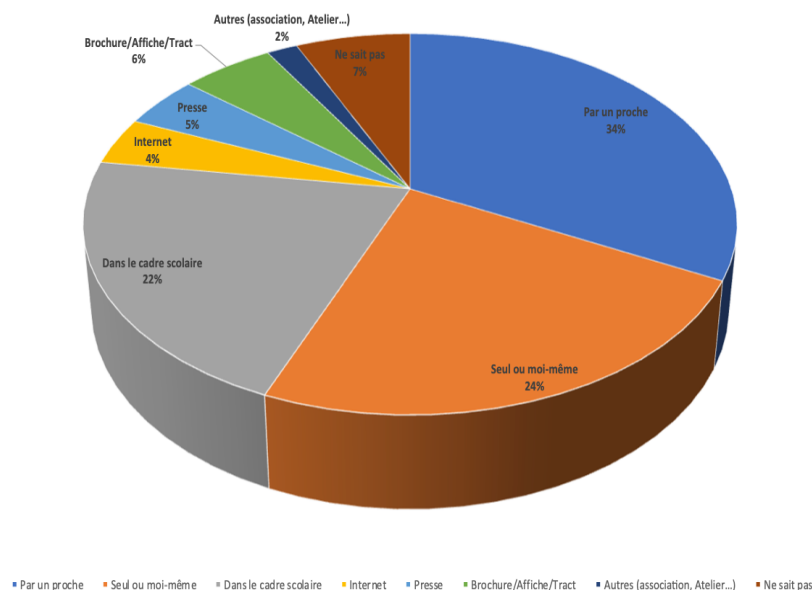
Mais au-delà de la dimension sociale, c'est une expérience unique que chacun vit : assister à un spectacle fait vibrer l'esprit et l'intellect par la découverte d'un sujet d'actualité ou par un propos qui donne à réfléchir, aussi bien que les sens physiques par l'écoute d'une musique agréable ou la vue de décors esthétiques. (<https://artilubi.com/pourquoi-aller-au-theatre/>)

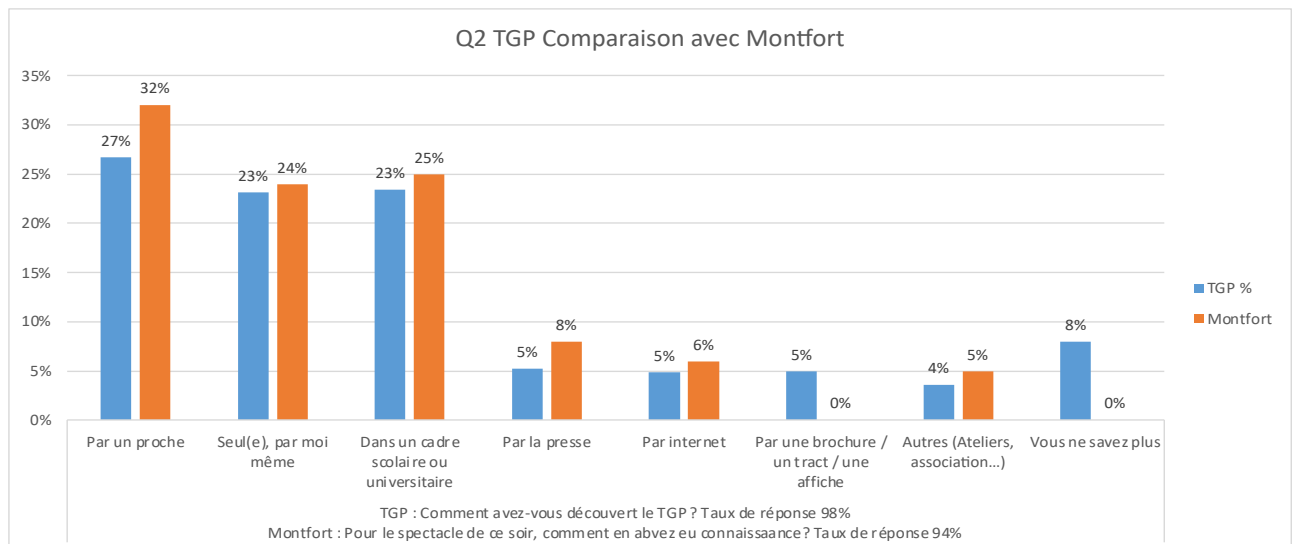
Q2 TGP : Comment avez-vous découvert le TGP ? taux de réponse 98%

Montfort : Pour le spectacle de ce soir, comment en avez eu connaissance ? taux de réponse 94%

Q2	TGP : Comment avez-vous découvert le TGP ? Taux de réponse 98%								
	Montfort : Pour le spectacle de ce soir, comment en avez eu connaissance? Taux de réponse 94%								
Spectacle/Théâtre	Par un proche	Seul(e), par moi-même	Dans un cadre scolaire ou universitaire	Par la presse	Par internet	Par une brochure / un tract / une affiche	Autres (Ateliers, association...)	Vous ne savez plus	Total général
7 minutes	30	36	28	5	4	7	4	9	123
8 Heures ne font pas un jour	39	16	17	5	4	3		6	90
Caillou	4	11	8	2	2	3	9	4	43
Le firmament	9	8	19	4	5		2	4	51
TGP	82	71	72	16	15	13	11	23	307
TGP %	27%	23%	23%	5%	5%	5%	4%	8%	100%
Montfort	32%	24%	25%	8%	6%	0%	5%	0%	100%

TGP Comment avez-vous découvert leTGP?





Pour les 4 spectacles confondus, les deux raisons principales sont par un proche (communément appelé « de bouche à oreille », et seul totalisant 49% vs 56% pour Montfort

Le Montfort a une avance sur TGP, sûrement dues à la convivialité, proximité avec le parc Georges Brassens

Pour le cadre universitaire, : 14 % sont des étudiants .es ayant mené les enquêtes

Internet représente seulement 5% vs 6% pour Montfort

Brochures & Tracts : 5% vs 0% pour Montfort

D'ores et déjà le TGP peut penser à la réalisation des économies dans le tirage des brochures et par la même occasion à la cause écologique

IV Recommandations

- 1) Concernant l'enquête en général : absence d'enquête qualitative avec entretien avec les enquêté .es.
- 2) Nous déplorons qu'il n'y ait pas eu des informations « Cibles » sur la fréquentation en rapport avec la tendance générale des théâtres équivalents de la part du TGP afin que notre analyse soit plus fine et nos recommandations plus adaptées.
- 3) Pour avoir participé.es à l'enquête, nous avons remarqué que certains .es spectateurs .ices ayant refusé de faire part de l'enquête. Si le TGP avait mis dans des supports des questionnaires (version papier avec des crayons), cela les auraient incités à répondre de façon anonyme et en toute liberté et par conséquent, l'échantillon aurait été plus important.

- 4) L'enquête « Huit heures ne font un jour » a eu lieu un vendredi soir le dernier jour de la représentation, il aurait été mieux de la positionner au milieu de semaine (mercredi par exemple) et non le dernier jour → pour plus de fréquentation
- 5) Le spectacle « 8 heures ne font pas un jour » avait une durée 3 H et le TGP a assuré la navette retour au RER seulement pour les étudiant.es ayant participé à l'enquête. Afin de faire venir plus de spectateurs, le TGP pourrait adapter ou du moins prendre en compte les perturbations du RER horaires et prévoir des navettes pour les spectateurs. ices
- 6) L'enquête pour le spectacle « « 8 heures ne font pas un jour » a eu lieu 30 mn avant le spectacle au détriment du temps de convivialité au bar et retrouvaille des spectateurs. ices accompagné.es → peut dissuader certains .es de répondre à l'enquête et ce qui peut baisser la recette au bar
- 7) Prévoir une question ouverte 3 (positionnées après 2 du questionnaire exemple « Idéalement, vous aimeriez venir combien de fois au TGP ? Pourquoi ? »
- 8) Comme le TGP est directement concurrencé avec les autres théâtres (notamment parisiens), nous recommandons à la direction du TGP de faire une veille de programmation afin de se différencier par rapport à ses concurrents
- 9) Comme la question 2 ne mentionne pas « le mailing » et dans le doute que le mailing n'est pas assimilé à internet, nous recommandons à ce que le TGP procède à la diffusion de Newsletters si ce n'est déjà fait à tous les spectateurs dont ils disposent de leurs adresses mails tout respect de RGPD assuré
- 10) Nous aurions aimé avoir cette restitution avant la fin du semestre pour que nous visualisions la tendance générale
- 11) Trouver comment fidéliser les 40 % des spectateurs qui sont venus.es pour la 1^{ère} fois sans perdre de vue les autres,
(A repérer par les nouvelles fiches clients créées lors de la réservation ou nom sur billet si c'est le cas) (exemple : envoi mail de joyeux Anniversaire, Joyeuses fêtes ou Bonne Année comme c'est le cas en cette période...). Aussi, l'exploitation des données de la billetterie ou d'inscription peuvent s'avérer et aider à fidéliser les clients
- 12) Harmoniser les questions avec les autres questionnaires des enquêtes des théâtres concurrents pour permettre les comparaisons
- 13) L'extraction du fichier avec recodage fournie par Mr Ripon tenait compte de l'échantillon global. Or, Q1 a et Q1 b vue comment elles étaient posées, elles n'incluaient pas les non-réponses

V Conclusion

Pour avoir participé à l'enquête du 07/10/2022 pour le spectacle du TGP « 8 heures ne font pas un jour » ces deux questions n'ont eu aucune réticence de réponse de la part des spectateurs.

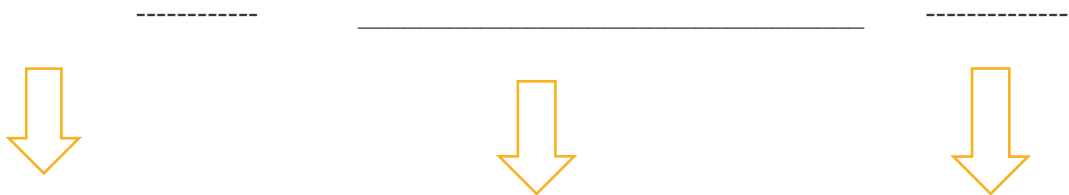
Comme indiqué ci-dessus, elles sont communes à toutes les enquêtes similaires et la réponse reste spontanée donc fiable

Nous remarquons que le TGP est de loin moins méconnu que le théâtre Montfort, malgré sa situation dans le 93.

Certains écarts significatifs peuvent venir des thèmes des spectacles pour lesquels les spectateurs ont été enquêtés.

Les spectateurs pour 79% sont venus pour la qualité et l'originalité des spectacles, et 50% spontanément (par eux-mêmes) ou grâce à un proche (bouche à oreille): ces deux scores sont encourageants pour la direction TGP et pourront servir pour dégager les axes restant à améliorer.

Le segment le plus critique en termes de satisfaction reste celui des visiteurs occasionnels qu'il faudrait fidéliser sans perdre de vue les autres habitués.



Mélissa, Rajae, Daniel et Aziz vous souhaitent une Bonne et Heureuse Année

