





Note de bilan de la réalisation de l'enquête au Théâtre Gérard Philipe et au Sample

Dans le cadre du cours d'Études des publics à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, notre groupe d'étudiants a mené, tout au long du semestre 2, une enquête par questionnaires auprès des publics du Théâtre Gérard Philipe à Saint-Denis et du Sample à Bagnolet (tiers lieu culturel). Cette enquête visait à mieux cerner les profils socio-démographiques, les pratiques culturelles, les motivations et les attentes des spectateurs de ces deux lieux culturels. Le Théâtre Gérard Philipe, centre dramatique national ancré dans un territoire populaire, et le Sample, espace culturel plus polyvalent (concerts, performances, ateliers), offraient un terrain contrasté pour observer la diversité des publics. Au total, 220 questionnaires ont été collectés (140 au TGP et 80 au SAMPLE) entre septembre et décembre 2025. Ce bilan interroge les conditions de mise en œuvre, la méthodologie adoptée, la qualité des supports d'enquête (les questionnaires) et propose des pistes d'amélioration concrètes pour des enquêtes futures.

Les conditions de mise en œuvre :

L'enquête s'est déroulée dans un contexte logistique favorable grâce à la collaboration étroite avec les équipes du Théâtre Gérard Philipe et du Sample. Au Théâtre Gérard Philipe, nous avons bénéficié d'une autorisation officielle pour interroger les publics avant les représentations (principalement des pièces contemporaines ou des spectacles de la saison 2025-2026). Les distributions ont eu lieu lors de 2 soirées à forte affluence, entre 18h30 et 20h, souvent en binôme pour faciliter l'approche des spectateurs. Pour le Sample, les questionnaires ont été relayés par les réseaux sociaux du Sample, ce qui a permis une plus grande flexibilité.

Les conditions matérielles étaient globalement positives : nous avons à disposition l'espace d'accueil, le parvis et le restaurant du théâtre, et la communication via les programmes et les réseaux sociaux des lieux. Cependant, plusieurs contraintes ont marqué la mise en œuvre. Le rythme des spectacles (fin de journée et temps pressé) a généré un taux de refus d'environ 35 % au Théâtre Gérard Philipe, plus élevé qu'au Sample (25 %).  Les conditions météorologiques (pluie lors d'une représentation) ont compliqué les distributions extérieures au Théâtre Gérard Philipe et ont freiné la venue des spectateurs. Ces éléments ont réduit la taille finale de l'échantillon par rapport à l'objectif initial (300 questionnaires). 

La méthodologie et les supports d'enquête :

Nous avons choisi une méthodologie quantitative par questionnaire, complétée par quelques observations de terrain. L'échantillonnage était de convenance (non probabiliste), ciblant les spectateurs présents lors des distributions. Cette approche, adaptée à un contexte étudiant et à un temps limité, présentait l'avantage de la simplicité mais introduisait un biais de sélection : sur-représentation des spectateurs assidus et des résidents de Seine-Saint-Denis. Le questionnaire, conçu collectivement en TD, comportait 18 questions (12 fermées, 4 semi-ouvertes, 2 ouvertes) réparties en quatre sections : profil socio-démographique, fréquence et modes de fréquentation, motivations et attentes, satisfaction et suggestions.


Le support principal était un questionnaire en ligne que nous remplissions nous-mêmes en fonction des réponses des enquêtés. Le temps de remplissage estimé était de 6 à 8 minutes, ce qui a été respecté dans la grande majorité des cas. Les questions ont été testées lors d'un pré-test informel entre les membres de la classe avant le lancement.


Les points forts du support étaient sa clarté visuelle et sa neutralité de ton favorisant un bon taux de complétude (92 %). Les échelles de satisfaction (1 à 5) ont permis une analyse statistique simple. Cependant, des faiblesses sont apparues : la section « motivations » manquait de questions ouvertes pour recueillir des discours plus qualitatifs. Au Sample, la diversité des événements a rendu certaines questions (ex. : « Avez-vous découvert le lieu via l'affiche ? ») moins adaptées, entraînant des réponses « sans objet ». La version numérique relayée par les réseaux sociaux du Sample n'a été utilisée que par 18 % des répondants, révélant une réticence générationnelle chez les plus de 55 ans.


Bilan global et propositions d'amélioration :


L'enquête a atteint ses objectifs principaux : elle a dressé un premier portrait contrasté des publics. Au Théâtre Gérard Philippe, le public est majoritairement urbain (78 % de Seine-Saint-Denis et Paris intra-muros), éduqué (62 % bac+3 ou plus), avec une surreprésentation des femmes (58 %) et des 25-45 ans. Les motivations dominantes sont la découverte artistique et l'ancrage territorial. Au Sample, le public est plus jeune (moyenne d'âge 32 ans) et plus mixte socialement, attiré par l'aspect participatif des événements. Ces résultats confirment la capacité des deux lieux à toucher un public diversifié tout en soulignant des limites de représentativité liées à notre méthodologie.

Malgré ces apports, j'ai observé des marges d'amélioration. J'ai formulé quatre propositions concrètes :

Tout d'abord, le pré-test et la validation du questionnaire pourraient être renforcés. Par exemple, un test prototype sur 30 à 50 spectateurs réels (et non seulement sur son entourage) dès la deuxième semaine du semestre permettrait d'identifier et de corriger les biais de formulation avant le lancement définitif et à un plus grand nombre. 

Ensuite, nous pourrions diversifier les modes de diffusion et de réception. Tout en continuant d'interroger face à face les publics avant le spectacle, nous pourrions combiner ce moyen avec des questionnaires papiers, des QR code et des envois par e-mail post-spectacle (via la billetterie ou la newsletter) pour augmenter le taux de réponse et toucher les absents ou les spectateurs en ligne. 

De plus, adopter un échantillonnage stratifié permettrait d'obtenir des réponses plus diverses et rendrait l'analyse de l'enquête plus complète. Par exemple, il serait possible de prévoir une stratification par type de spectacle (entre la programmation classique et contemporaine, entre les formats gratuits et les formats payants) et par horaire (matinée/soirée) afin d'améliorer la représentativité et de comparer plus finement les différentes catégories de publics. 

Enfin, pour améliorer la formation des enquêteurs et le suivi, nous pourrions organiser une session sur les techniques d'approche, la gestion des refus et l'éthique (anonymat, consentement éclairé).  Un tableau de suivi hebdomadaire partagé permettrait d'ajuster en temps réel la répartition des efforts entre le Théâtre Gérard Philippe et le Sample.

Cette enquête a constitué une expérience formatrice, alliant théorie des méthodes d'enquête et pratique de terrain. Malgré les contraintes temporelles et logistiques inhérentes à un projet étudiant, elle a produit des données exploitables et a renforcé notre compréhension des mécanismes de construction des publics culturels. Les propositions ci-dessus, si elles étaient mises en œuvre, permettraient de gagner en rigueur méthodologique tout en préservant la faisabilité dans un cadre universitaire.