






## Note de bilan - Réalisation des enquêtes au TGP et pour le SAMPLE

Dans le cadre du cours d'Étude des publics et techniques d'enquête, nous avons réalisé au cours du semestre plusieurs enquêtes de terrain auprès des publics du Théâtre Gérard Philippe (TGP) et une enquête quantitative auprès des publics du Sample. L'objectif de ce travail était de découvrir les méthodes d'enquête appliquées au secteur culturel, mais aussi de comprendre les enjeux liés à l'analyse des publics, à la récolte des données et à leur traitement. Cette expérience nous a permis de mettre en pratique les notions abordées en cours concernant les méthodes quantitatives et qualitatives, tout en développant une réflexion critique sur les outils utilisés et les conditions concrètes de réalisation d'une enquête de terrain.

Les enquêtes au TGP ont été menées lors de plusieurs représentations théâtrales, notamment A CONDITION D'AVOIR UNE TABLE DANS UN JARDIN, DES DRAGONS DANS LES HALLS et KADDISH. Le projet SAMPLE portait quant à lui sur l'étude des publics fréquentant ce lieu culturel alternatif situé à Bagnolet. Le travail d'enquête s'est déroulé en plusieurs étapes : préparation des questionnaires, passation sur le terrain, saisie des données, recodage des réponses ouvertes puis analyse des résultats. 

Les conditions de mise en œuvre des enquêtes ont constitué un aspect central de cette expérience. Au TGP, la passation des questionnaires s'est globalement déroulée de manière fluide grâce à des conditions favorables, notamment une bonne météo (hormis lors de la seconde enquête) et un bon timing d'organisation. Les enquêteurs étaient positionnés environ une heure avant le début du spectacle, ce qui permettait d'aborder les spectateurs avant leur entrée en salle. Cependant, certains positionnements se sont révélés moins efficaces, notamment à l'étage du théâtre où le nombre de spectateurs était insuffisant par rapport au nombre d'enquêteurs présents. Cette expérience a montré l'importance de réfléchir à l'occupation de l'espace et à la stratégie de circulation des enquêteurs afin d'optimiser le nombre de réponses obtenues. 

La version numérique du questionnaire a été particulièrement appréciée, aussi bien par les enquêteurs que par les personnes interrogées. Elle permettait une passation plus rapide et plus confortable qu'un support papier traditionnel. Plusieurs idées d'amélioration ont également émergé lors du retour d'expérience, comme le fait d'encourager les réponses en proposant un café ou une boisson aux spectateurs acceptant de participer à l'enquête. 

Malgré ces éléments positifs, certaines difficultés sont apparues lors de la passation des questionnaires. Certaines questions portant sur le lieu de naissance ou la nationalité suscitaient des réticences chez plusieurs répondants, ce qui montre les limites de certaines formulations et la sensibilité de certains sujets dans les enquêtes sociologiques.

De plus, l'absence de consignes précises concernant le traitement des lieux de résidence

ou des métiers pouvait entraîner des différences dans la manière dont les enquêteurs interprétaient ou saisissaient les réponses. Ces difficultés montrent l'importance d'une harmonisation des consignes de passation et du recodage des données afin de garantir une meilleure cohérence méthodologique.

L'enquête menée au TGP reposait principalement sur une méthodologie quantitative à travers un questionnaire fermé. L'échantillon total comptait 321 réponses. Les résultats montrent que le public du TGP est majoritairement fidèle puisque 62 % des personnes interrogées étaient déjà venues auparavant au théâtre. La qualité des spectacles apparaît comme la première raison de fréquentation du lieu (52 %), suivie par l'originalité de la programmation (31 %). Le bouche-à-oreille et les réseaux scolaires ou universitaires jouent également un rôle important dans la découverte du théâtre.


Cependant, les résultats ont également mis en évidence certaines limites du questionnaire. Plusieurs spectateurs se sont interrogés sur le lien entre l'enquête et la lutte contre les inégalités d'accès au théâtre. Certaines personnes se sentaient également peu concernées par les questions liées aux abonnements. Ces remarques montrent que certaines problématiques mériteraient d'être davantage explicitées ou contextualisées auprès des répondants. Il aurait par exemple été intéressant d'ajouter des questions portant sur la perception du TGP, la qualité de l'accueil ou les freins à la fréquentation afin de mieux comprendre les logiques d'abonnement et les rapports au théâtre.


Les questions ouvertes ont également nécessité un important travail de recodage. Des catégories ont dû être créées pour classer les réponses concernant les raisons de non-fréquentation, les motivations de fréquentation, les lieux de résidence ou encore les professions exercées. Par exemple, les réponses liées aux raisons de non-fréquentation du TGP ont été regroupées selon plusieurs catégories : méconnaissance du lieu, éloignement géographique, manque d'intérêt pour la programmation ou fréquentation irrégulière. Ce travail de catégorisation a montré la difficulté de transformer des réponses qualitatives en données exploitables statistiquement.


L'enquête réalisée au SAMPLE reposait également sur une méthodologie quantitative, mais dans un contexte très différent. Le Sample est un lieu hybride composé de plusieurs espaces distincts : showroom, halle, verrière, jardin, salle de spectacle ou encore salle d'exposition. Son fonctionnement repose sur une équipe de 12 salariés et environ 50 bénévoles actifs. Le lieu dispose d'une forte visibilité sur les réseaux sociaux avec environ 40 000 abonnés, même si la lettre d'information est peu suivie. Les enjeux autour de cette enquête étaient également liés à la situation fragile du lieu, confronté à des difficultés de renouvellement de bail et à des tensions avec la ville de Bagnolet dans le cadre de projets immobiliers.

Les résultats de l'enquête SAMPLE montrent un public plus jeune que celui du TGP, avec une moyenne de naissance située autour de 1997. Le public est fortement diplômé puisque 63 % des répondants possèdent un niveau Bac +4 / +5. Les données montrent également une forte sociabilité du lieu : 78 % des personnes interrogées déclarent avoir connu le Sample grâce au bouche-à-oreille. Les répondants définissent principalement le lieu comme « culturel », « festif » et « collectif ».

L'enquête a aussi mis en évidence plusieurs enjeux importants concernant les publics du SAMPLE. Une des problématiques soulevées était de savoir si le lieu touchait réellement des publics diversifiés ou principalement des publics parisiens disposant déjà d'un capital culturel important. La question des « non-publics » apparaissait également centrale. De plus, les résultats montrent un fort attachement au lieu puisque 93 % des répondants déclarent vouloir revenir et qu'une majorité se dit prête à soutenir le lieu en cas de fermeture, financièrement ou bénévolement.

Concernant les supports d'enquête, les questionnaires utilisés présentaient plusieurs qualités. Ils étaient relativement complets, permettaient d'obtenir des données quantitatives exploitables et couvraient de nombreuses dimensions sociologiques : âge, genre, diplôme, profession, habitudes culturelles ou mobilité géographique. Cependant, leur longueur pouvait parfois décourager certains répondants. Certaines formulations étaient également jugées sensibles ou trop fermées. 

Plusieurs améliorations pourraient donc être envisagées. Tout d'abord, il serait utile de simplifier certaines questions et de mieux expliquer leur intérêt afin d'éviter les incompréhensions ou les réticences. Il serait également pertinent d'intégrer davantage de questions ouvertes ou d'entretiens qualitatifs afin de mieux comprendre les expériences vécues par les publics. Les enquêtes qualitatives permettraient notamment de mieux analyser les rapports affectifs au théâtre ou au lieu culturel, les sentiments d'appartenance ou encore les freins à la fréquentation. 

Par ailleurs, les conditions matérielles de passation pourraient être améliorées grâce à l'utilisation plus systématique de questionnaires numériques via QR codes.  Cela permettrait aux publics de répondre plus librement et à leur rythme. Enfin, il pourrait être intéressant d'interroger également des non-publics afin de mieux comprendre les mécanismes d'exclusion culturelle et les obstacles à l'accès aux institutions artistiques.

En conclusion, les enquêtes réalisées au TGP et l'analyse des résultats d'enquête du SAMPLE ont constitué une expérience particulièrement enrichissante sur le plan méthodologique et humain. Elles nous ont permis de comprendre les difficultés concrètes du travail d'enquête, les enjeux liés à la récolte et au traitement des données, mais aussi l'importance des études de publics dans les politiques culturelles. Malgré certaines limites liées aux questionnaires et aux conditions de terrain, cette expérience a permis de développer une réflexion critique sur les méthodes d'enquête et sur les enjeux d'accessibilité culturelle dans des lieux aux fonctionnements et aux publics très différents.