


Note de bilan: Enquêtes de publics TGP et SAMPLE


Durant le semestre, deux enquêtes ont été menées, l'une au Théâtre Gérard Philipe (TGP), l'autre dans le cadre du dispositif SAMPLE. Bien qu'elles poursuivent un objectif commun d'analyse des publics culturels, elles s'inscrivent dans des contextes très différents, avec des méthodes et des conditions de recueil qui influencent directement la nature des résultats obtenus.

Cette double approche permet de croiser deux regards complémentaires, d'un côté, une enquête menée dans un lieu culturel auprès d'un public déjà présent et engagé, de l'autre, un dispositif plus ouvert et exploratoire, visant à interroger des profils plus variés. Cette complémentarité est particulièrement intéressante car elle permet non seulement d'analyser les résultats, mais aussi de comprendre comment ils sont produits.

L'objectif de ce bilan est donc de proposer une lecture critique de ces deux enquêtes, en s'intéressant à leur mise en œuvre, leurs méthodes, leurs apports et leurs limites, avant de proposer quelques pistes d'amélioration.


Conditions de mise en œuvre: L'enquête au TGP

L'enquête réalisée au TGP s'inscrit dans un cadre très structuré. Elle repose sur un important volume de réponses (467 questionnaires selon le résultat à plat de l'enquête), recueillies auprès de spectateurs présents sur place. Ce dispositif présente plusieurs avantages. D'abord, il permet d'accéder directement au public du théâtre, dans un contexte favorable à la participation. Ensuite, il garantit des données quantitatives solides et exploitables. Enfin, le taux de réponse élevé renforce la fiabilité globale du corpus. 

Cependant, cette méthode implique aussi des limites importantes. Elle repose uniquement sur les spectateurs présents, ce qui introduit un biais de sélection évident. Le public interrogé est aussi largement composé de personnes déjà familières du lieu, 61,9 % des répondants étaient déjà venus au TGP. Cela rend plus difficile l'analyse des non-publics, qui restent invisibles dans ce cadre. 

Conditions de mise en œuvre: L'enquête du Sample

À l'inverse, l'enquête SAMPLE s'inscrit dans une démarche plus souple et plus exploratoire. Le terrain est moins institutionnalisé, les conditions de passation varient, et les profils interrogés sont plus diversifiés. Cette ouverture constitue un véritable atout. Elle permet d'élargir la réflexion au-delà des seuls publics captifs d'un lieu culturel et d'accéder à des personnes aux pratiques et aux rapports à la culture plus variés. On peut ainsi mieux comprendre les logiques d'éloignement ou de non-fréquentation.

Mais cette liberté a aussi des contreparties. Les données sont moins homogènes, les conditions de passation moins contrôlées, et l'échantillon parfois plus fragile.  Cela rend les comparaisons plus difficiles et limite la portée statistique des résultats. Ainsi, les deux enquêtes sont complémentaires. Le TGP offre une photographie précise des publics présents, tandis que le SAMPLE permet d'élargir et de nuancer l'analyse.

Méthodologie : Approche quantitative TGP

L'enquête du TGP repose sur un questionnaire fermé, conçu pour produire des données quantitatives exploitables. Ce type d'outil permet de croiser les variables (âge, diplôme, fréquence de sortie, motivations) et

de dégager des tendances claires. Les résultats montrent un public plutôt homogène sur certains points : un niveau d'études élevé, 46,7 % Bac+4 ou Bac+5, une pratique culturelle régulière avec 43,3 % allant au théâtre plus de dix fois par an, et des motivations centrées sur la qualité artistique des spectacles (65 %).

Cette approche est efficace pour dresser un portrait global du public et identifier des tendances fortes. En revanche, elle reste limitée pour comprendre en profondeur les parcours individuels et les représentations, car elle laisse peu de place à l'expression libre.

Méthodologie : Approche plus qualitative Sample

Le SAMPLE permet une approche plus ouverte et plus qualitative. Les réponses recueillies donnent accès à des discours plus libres, à des perceptions, et à des éléments difficiles à capter dans un questionnaire fermé. Cette méthode est particulièrement utile pour comprendre les freins à la fréquentation, les représentations d'un lieu culturel ou encore les rapports subjectifs à la culture. Elle complète donc l'approche du TGP en apportant une lecture plus fine et plus contextualisée.


Cependant, cette richesse s'accompagne de limites : les données sont moins standardisées, plus difficiles à comparer, et l'échantillon est moins représentatif. 

Limites communes


Les deux enquêtes reposent sur des données déclaratives, ce qui implique un risque de biais de désirabilité sociale. Les répondants peuvent adapter leurs réponses à ce qu'ils pensent être attendu.

Par ailleurs, les publics les plus éloignés de la culture restent difficilement accessibles, ce qui limite la représentativité globale. Enfin, les conditions de passation peuvent influencer la qualité des réponses (compréhension, attention, disponibilité).

Les points forts

Les questionnaires présentent néanmoins plusieurs atouts. Leur structure est claire et progressive, ce qui facilite la compréhension et l'exploitation des données. Le recours majoritaire à des questions fermées permet  également un traitement statistique efficace. L'enquête TGP met par exemple en évidence des éléments intéressants, comme le rôle des proches (33 %) et du cadre scolaire (26,1 %) dans la découverte du lieu.

Les limites

Cependant, certaines limites persistent. Le questionnaire du TGP est assez long, ce qui peut entraîner une fatigue des répondants. Certaines questions manquent de clarté ou de précision, ce qui peut nuire à la qualité des réponses. De plus, les freins à la fréquentation sont peu abordés (prix, transport, image du lieu). Enfin, dans le SAMPLE, l'hétérogénéité des outils rend l'exploitation globale plus complexe. 

Enseignements principaux

Les résultats montrent un public TGP globalement engagé mais socialement situé, diplômé, régulier dans ses pratiques culturelles et fortement inséré dans des réseaux sociaux favorisant la fréquentation. La découverte du lieu repose largement sur l'entourage (famille, amis, école), ce qui souligne le rôle essentiel des mécanismes de

socialisation culturelle. Chez les non-publics, plusieurs freins apparaissent, notamment la méconnaissance du lieu et l'éloignement géographique.

Le SAMPLE permet justement d'enrichir cette lecture en intégrant des profils plus variés et en donnant accès aux logiques de non-fréquentation.

Propositions d'amélioration

Plusieurs améliorations peuvent être envisagées. D'abord, il serait pertinent de mieux articuler approches quantitatives et qualitatives, en combinant systématiquement les deux dispositifs. Des entretiens ou focus groups pourraient également enrichir l'analyse. Une enquête spécifique auprès des non-publics serait aussi particulièrement utile. Les questionnaires gagneraient à être simplifiés, avec des formulations plus claires et davantage de questions sur les freins et les attentes des publics. Enfin, diversifier les lieux et les supports de passage (terrain, école, numérique) permettrait de toucher un public plus large.



Conclusion

Les enquêtes TGP et SAMPLE sont complémentaires. Le TGP permet une analyse structurée et quantitative des publics présents, tandis que le SAMPLE ouvre la réflexion vers des profils plus diversifiés et des analyses plus qualitatives. Cependant, les deux dispositifs présentent des limites liées aux biais de sélection, au caractère déclaratif des réponses et à certains choix méthodologiques. L'enjeu principal est donc de mieux articuler ces approches afin de construire une compréhension plus complète des publics et des non-publics culturels.