

LE SAMPLE

Etude d'enquête des publics : La programmation du Sample



✨ Maria Pia Andraos, Anouck Diallo, Joséphine Gimenes, Djana Diabira ✨
✨ Faustine Debernard, Clément Billon, Alice Ripodas ✨

Mission 1 : Présentation de la méthodologie et des résultats globaux (tri à plat)

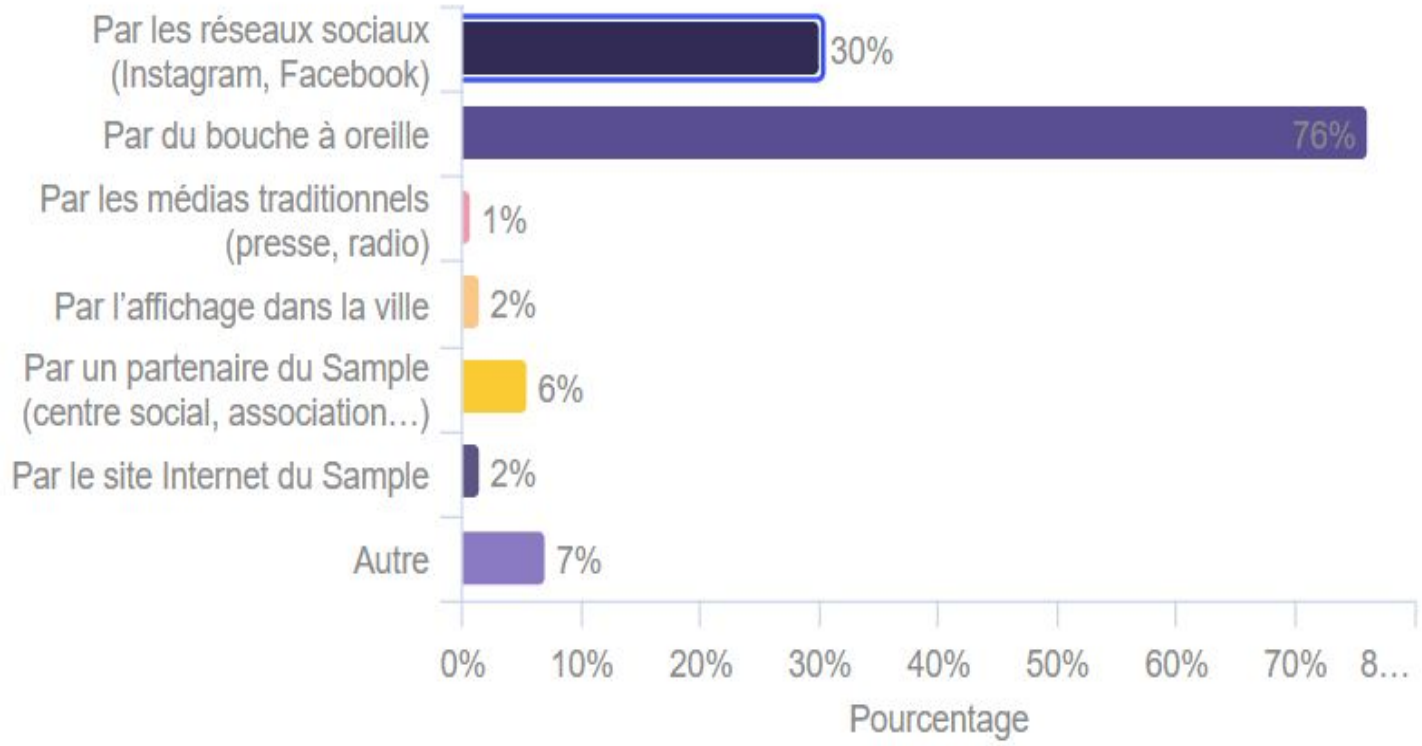
Le projet d'enquête sur les publics du Sample repose sur un questionnaire mixte, composé de 25 questions, dont 15 fermées et 10 ouvertes, diffusé via le compte Instagram du Sample. Le questionnaire a reçu 137 réponses, en fonction des schémas nous avons donc une marge d'erreur entre 3.6 et 8.2, notamment du au montant limité de réponses que nous avons reçu.



La partie du questionnaire que nous avons choisie d'analyser était consacrée à la programmation, qui comprenait 11 questions.

Les résultats mettent en évidence le fait que le public découvre majoritairement le Sample par le bouche-à-oreille et les réseaux sociaux. L'analyse montre également un fort intérêt du public pour la programmation du lieu, notamment les concerts, les soirées et la diversité musicale proposée. Certains axes d'amélioration ressortent toutefois, en particulier concernant les prix, le lieu et les horaires. Par ailleurs, 99 % des répondants expriment leur souhait de revenir. Si le public se montre attaché au lieu, conscient de sa situation fragile (88 %) et plutôt disposé à le soutenir (79 %), cet engagement reste limité dans les faits : seuls 15 % des répondants se sont impliqués bénévolement dans la préservation de l'espace.

Comment as-tu connu le Sample?



La majorité des personnes interrogées indiquent avoir découvert le Sample grâce au bouche-à-oreille (76 %), soit 97 personnes sur les 128 ayant répondu au sondage.

En seconde position, les réseaux sociaux constituent le principal canal de découverte pour 30 % des répondants, ce qui correspond à 38 personnes sur 128.

En troisième position, 9 personnes sur 128 (soit 7 %) déclarent avoir découvert le Sample via la catégorie « autre », sans précision sur le canal utilisé.

Juste derrière, la catégorie « par un partenaire du Sample » représente 6 % des répondants, soit 8 personnes sur 128, avec seulement 1 % d'écart entre les deux.

En cinquième position, deux catégories se partagent le même niveau : « par le site internet du Sample » et « par l'affichage dans la ville », chacune représentant 2 % des réponses, soit 3 personnes sur 128.

Enfin, la dernière catégorie, « par les médias traditionnels », ne concerne que 1 % des répondants, soit une seule personne sur 128 ayant découvert le lieu par ce biais.

Les réponses sont à choix multiples, ce qui veut signifier que certaines personnes ont pu connaître le lieu de plusieurs manières différentes, avec plus de réponses que d'unités de personnes (159 façons de l'avoir connu pour 128 personnes répondantes).

Parmi la programmation du lieu qu'est-ce que tu aimes le plus ?



Nous pouvons d'abord constater que 40% du public du Sample vient principalement pour la programmation du jour, et que 98% d'entre eux affirment avoir plus ou moins passé une bonne soirée.

Parmi ce public, nous pouvons constater que, sur 87 commentaires, plus d'un quart (24%) soulignent leur préférence pour la diversité de la programmation que propose le Sample et l'aspect expérimental. Une part un peu plus faible, mais non moins négligeable (18%), des commentaires indiquent que ce qu'ils préfèrent au Sample sont les concerts et musique live. 9 commentaires évoquent la programmation techno/electro et 6 la programmation punk et hardcore.

Sur 87 commentaires :

- 24 commentaires sur la diversité de la progra et l'aspect expérimental (plus d'un quart)
- 18 commentaires sur la musique live/concerts
- 9 commentaires sur la musique techno/électro
- 6 commentaires sur les soirées extérieures /jardin
- 6 commentaires sur la musique punk/hardcore
- 5 commentaires sur lieu LGBTQIA friendly
- 4 commentaires sur les expos
- 3 commentaires sur les ciné clubs
- 2 commentaires sur le dimanche Hatröss

Qu'est ce qui pourrait être amélioré (dans la programmation, dans le lieu...)?



Les critiques formulées à l'encontre du Sample sont relativement homogènes, contrairement aux motivations qui poussent les visiteurs à s'y rendre (graphique précédent). Il est cependant important de noter que le nombre de commentaires est plus faible : 53 contre 87 à la question précédente.

Les réponses se concentrent principalement autour de six motifs différents. Presque un quart (12 commentaires) portent sur les horaires de fermeture jugés trop courts. Les commentaires suivants se répartissent (5 commentaires pour chacun) entre la qualité son et lumière, les prix trop élevés, le manque de diversité musicale et la communication autour du lieu et des événements.

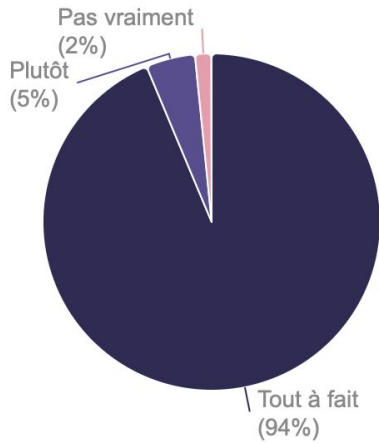
Il serait intéressant de se focaliser plus particulièrement sur les réponses concernant le manque de diversité musicale, qui se placent en contraste par rapport aux commentaires positifs sur ce sujet (voir graphique précédent). De même, malgré son faible impact significatif, la critique concernant l'aménagement intérieur serait intéressant à interroger, au regard du nombre de commentaires positifs relatifs au jardin (voir graphique précédent).

Sur 53 commentaires :

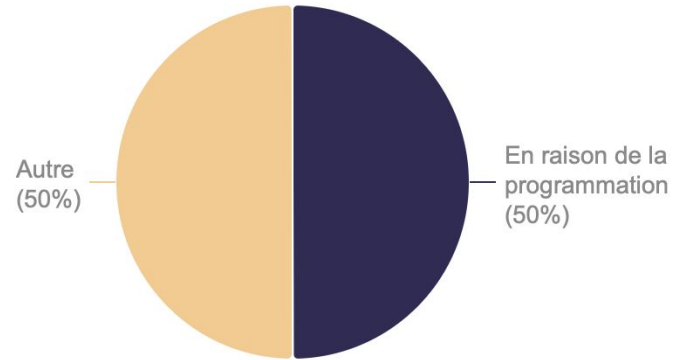
- 12 commentaires sur les horaires de fermeture
- 5 commentaires sur la qualité son/lumière
- 5 commentaires sur le manque de diversité musicale
- 5 commentaires sur le prix
- 5 commentaire sur la communication
- 2 commentaire sur PMR
- 1 commentaire sur l'aménagement intérieur, pas assez cozy

As-tu l'intention de revenir au Sample? Si pas vraiment ou pas du tout, pourquoi?

As-tu l'intention de revenir au Sample?



Si pas vraiment ou pas du tout, pourquoi ?

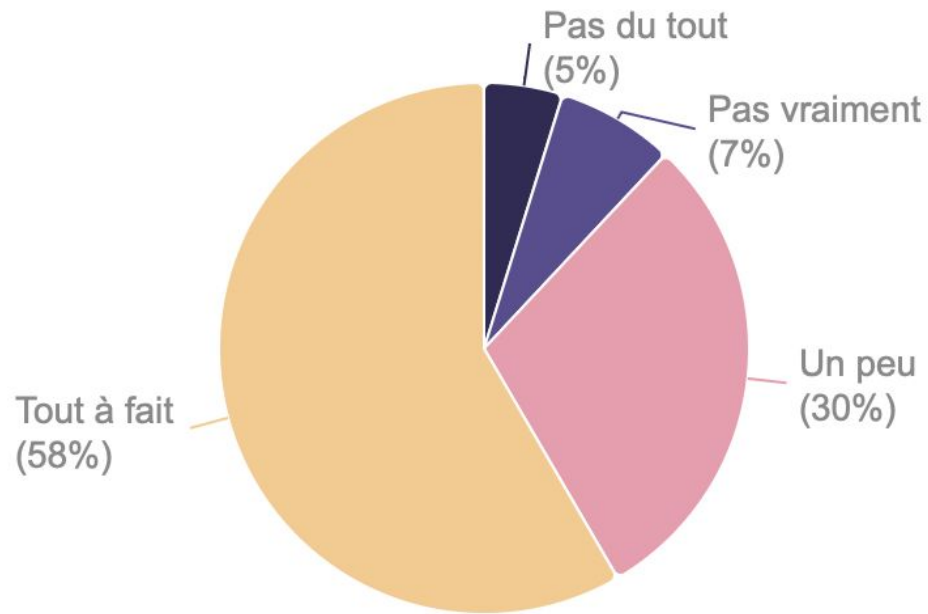


As-tu l'intention de revenir au Sample? Si pas vraiment ou pas du tout, pourquoi?

Sur 128 réponses, 127 avaient répondu à la première question. La majorité ont l'intention d'y revenir au sample avec 94% des votes. 5% des 127 auront tendances d'y revenir. Finalement qu'une minorité des voix qui ne reviendront pas au sample (2%).

Ainsi de ceux qui avait voté pas vraiment ou pas du tout (question conditionnée), les résultats étaient divisés en moitié, avec 50% pour des raison de programmation, et 50% pour d'autres raisons non précisées.

Es-tu informé.e de la situation fragile du sample?



Es-tu informé.e de la situation fragile du sample?

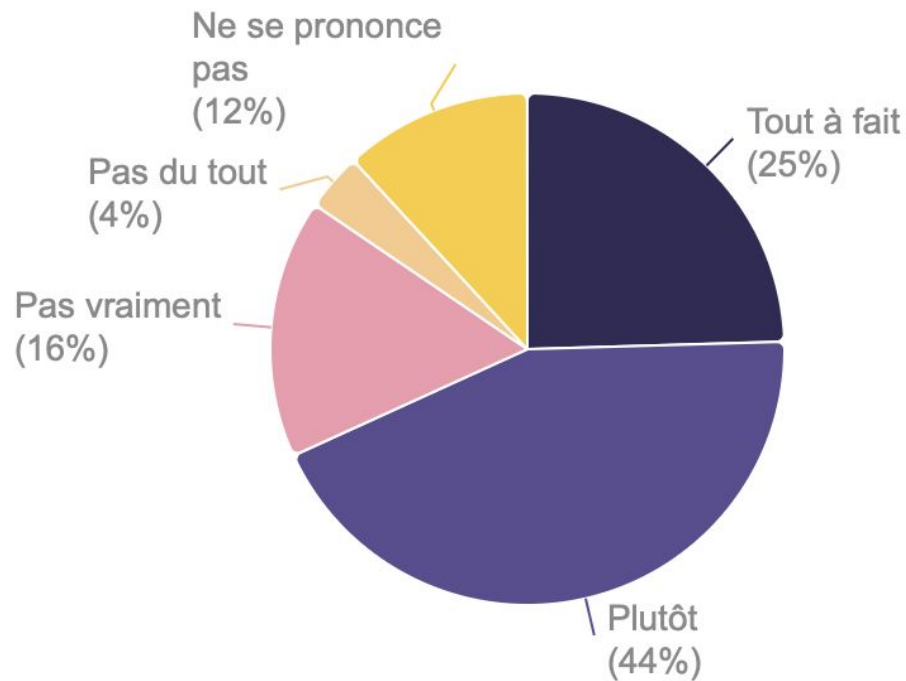
Sur les 128 enquêtés, 125 ont répondu à cette question. 58% des répondants, soit la majorité absolue, déclarent être “tout à fait” informés de cette situation.

30% déclarent ensuite être “un peu” informés, 7% déclarent “pas vraiment”, et enfin 5% déclarent ne pas du tout être informés.

Ce résultat montre un niveau d’information relativement élevé, puisque près de 9 personnes sur 10 se déclarent au moins partiellement informées de la fragilité de la situation du Sample.

Cela peut être le signe d’une forme de transparence de l’équipe du lieu et de son équipe et d’une bonne circulation avec le public, apparemment habitué et fidèle.

Si oui, serais-tu prêt.e à lui venir en aide (financièrement, bénévolement)



Si oui, serais-tu prêt(e) à lui venir en aide (financièrement, bénévolement)

Sur les 128 réponses totales au questionnaire, 110 participants ont donné une réponse, ce qui indique que la majorité des personnes étaient déjà, plus ou moins, informées de la situation fragile du site.

Ainsi de ces 110 enquêtés, 25% (27 personnes) sont prêts à venir en aide du lieu. La majorité relative quant à elle, se situe du côté de “plutôt” avec 44% (48 personnes).

La troisième majorité qui se présente est celle des gens qui ne pensent pas vraiment être prêts à venir en aide avec 16% (18 personnes), et 4% des enquêtés (4 personnes) ne se sentent pas du tout prêts à donner de l'aide.

Finalement avec 12% des réponses qui restent neutres, sans se prononcer et donc 13 personnes.

Si oui, serais-tu prêt.e à t'investir?

Si oui, serais-tu prêt.e à t'investir ?



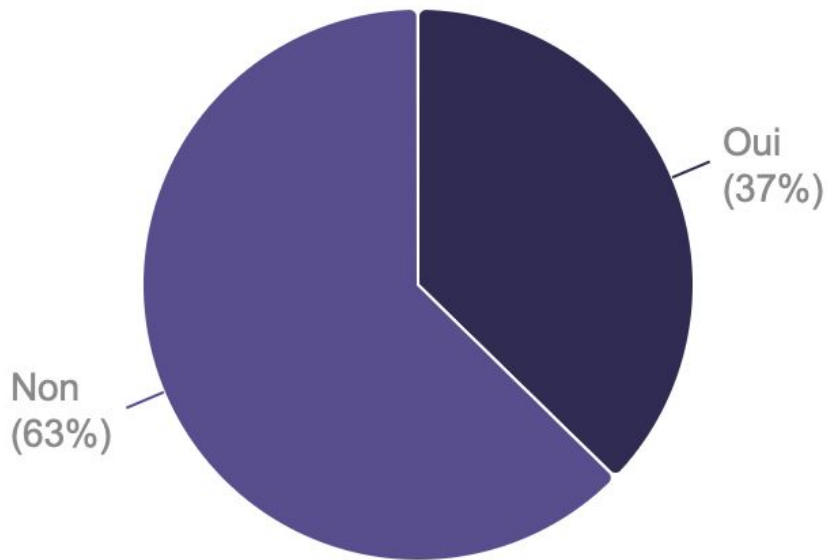
Si oui, serais-tu prêt.e à t'investir?

Aucune réponse n'a été donnée pour cette question. 

Cependant, en relation avec les deux questions précédentes, qui traitent de la reconnaissance de la situation fragile du Sample et de la potentialité de lui venir en aide, sur l'échantillon total du questionnaire de 128 personnes, 110 ont donné une réponse pour la question "si oui, serais-tu prêt.e à lui venir en aide (financièrement, bénévolement)?".

De ces 110 réponses, 75 personnes étaient prêtes à venir en aide, malheureusement aucun ne s'est manifesté du côté investissement.

As-tu connaissance du réseau de bénévoles actifs au Sample ?



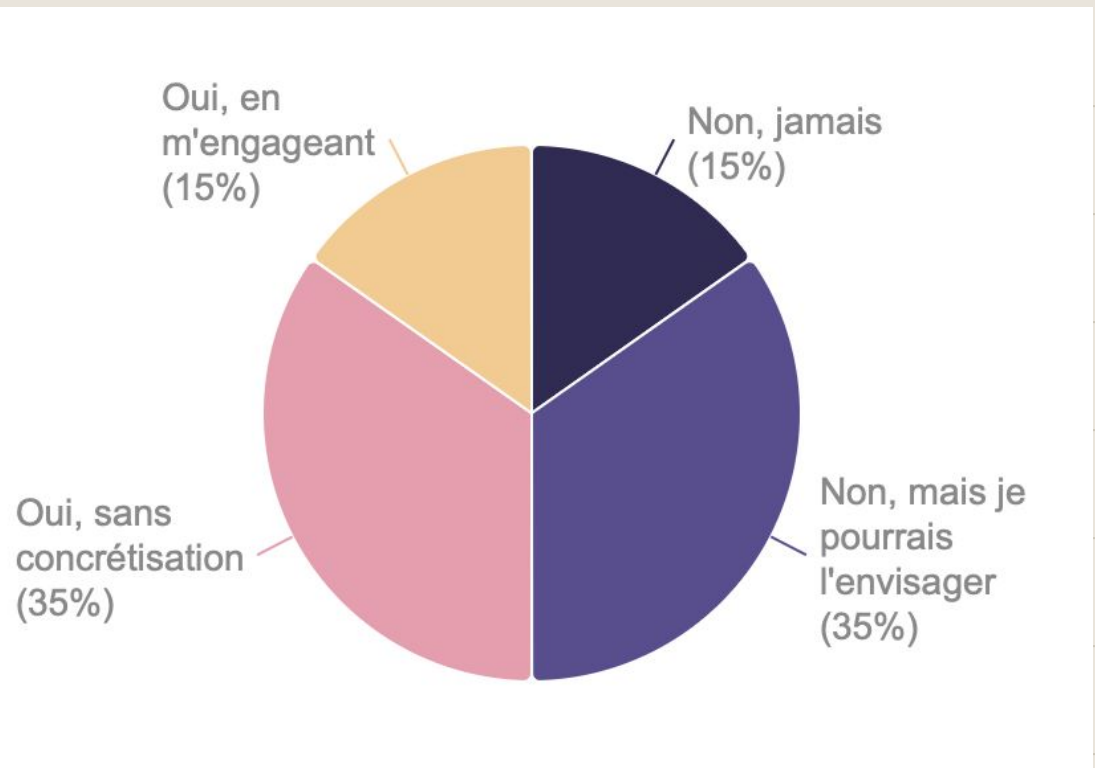
As-tu connaissance du réseau de bénévoles actifs au Sample ?

Sur 128 enquêtés, 126 ont répondu à cette question.

79 personnes ont déclaré ne pas connaître le réseau bénévole du Sample, ce qui représente 63% des répondants. À l'inverse, 47 personnes ont déclaré connaître ce réseau.

Ce résultat montre que le réseau bénévole demeure relativement peu visible, et peut indiquer un problème ou un manque de communication vis-à-vis du public sur l'organisation et le statut du Sample.

Si oui, as-tu déjà, par le passé, envisagé de le rejoindre ?



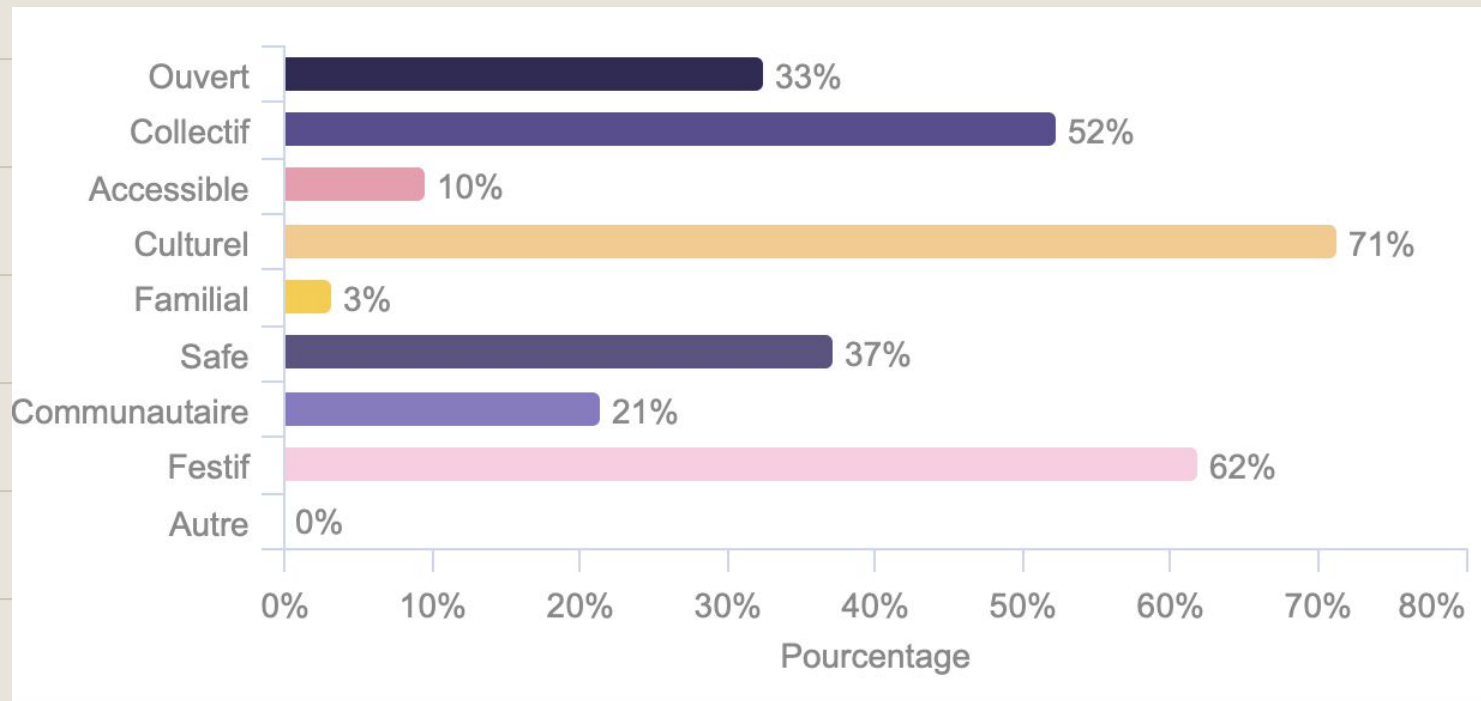
Si oui, as-tu déjà, par le passé, envisagé de le rejoindre ?

Parmi les 47 personnes ayant répondu à la question précédente, 46 ont répondu à celles-ci. 35% des répondants (16 personnes) déclarent “oui, sans concrétisation” et 16 autres personnes ont déclaré “non, mais je pourrais l’envisager”.

Ces deux positions correspondent à des personnes qui ne sont pas encore passées à l’acte mais se disent ouvertes à cette possibilité. Les positions plus tranchées restent minoritaires : 15% déclarent “oui, en m’engageant” traduisant un passage à l’action effectif, tandis que 15% répondent “non, jamais”, traduisant un manque d’intérêt ou une impossibilité à s’engager.

Ce résultat met en évidence un engagement potentiel important mais qui peine à se concrétiser ; cela suggère l’existence de freins concrets à l’engagement.

**Parmi les mots suivants,
lesquels te semblent le mieux
convenir pour définir le lieu ?**



**Parmi les mots suivants,
lesquels te semblent le mieux
convenir pour définir le lieu ?**

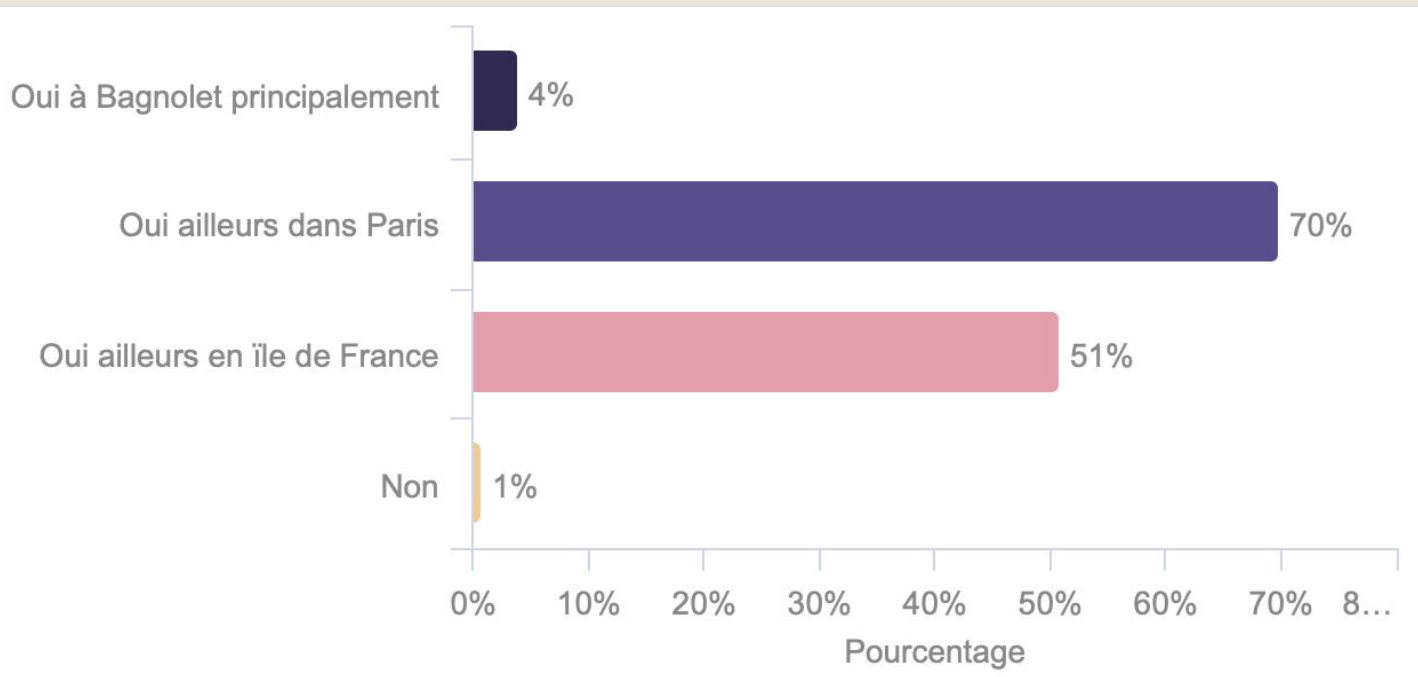
Sur les 128 répondants, 71% des enquêtés ont défini le lieu comme étant “culturel”, pour 62% c’est un lieu “festif”. Enfin, pour 52 % d’entre eux, soit 63 personnes, le lieu est “collectif”. Cela correspond à la volonté du Sample d’être “ une plateforme pour la vie associative locale de Bagnolet et Montreuil ” (selon leur site web).

En revanche, seulement 3% des enquêtés ont défini le lieu comme étant “familial”, ce qui peut traduire un certain manque dans la programmation et la configuration du lieu propre à l’accueil des familles.

Dans la même idée, 10% des enquêtés pensent que le Sample est un lieu accessible. Ce résultat est en lien direct avec la configuration du lieu, difficilement accessible aux personnes à mobilité réduite. Le terme “accessible” renvoie aussi à la notoriété du lieu dans son territoire, en tant que tiers lieu culturel beaucoup fréquentés par les parisiens et qui propose une programmation alternative.

Ce résultat indique donc que le lieu est encore assez peu accessible et fréquenté par les Bagnoletais et les communautés voisines, ou plus généralement aux publics non initiés à la programmation du Sample.

Fréquentes-tu d'autres lieux culturels ?



Fréquentes-tu d'autres lieux culturels ?

Ce graphique totalise 167 réponses, les participants ayant eu la possibilité de sélectionner plusieurs options, ce qui explique un nombre de réponses supérieur à celui des personnes interrogées. Une large majorité d'entre elles (70 %) déclare fréquenter d'autres lieux culturels ailleurs dans Paris. La moitié (51%) des réponses une fréquentation de lieux culturels ailleurs en Île-de-France. Ainsi, pratiquement toutes les personnes interrogées fréquentent au moins un autre lieu culturel. Seul 1% déclare ne fréquenter que le Sample. Toutefois, très peu de personnes déclarent fréquenter d'autres lieux à Bagnolet (4%).



Ces pourcentages correspondent au diagnostic interne effectué par les membres du Sample. De celui-ci, ils/elles en ont déduit que les parisiens et parisiennes fréquentent davantage le lieu pour sa programmation que les bagnoltais.es. Ce résultat est significatif du profil des publics du Sample, majoritairement parisiens. Le lieu est donc relativement peu ancré à Bagnolet et peu fréquenté par les Bagnoletais. Ce résultat peut aussi traduire la légitimité symbolique de Paris comme capitale culturelle, où l'offre culturelle se concentre.

Comparaison avec l'enquête du TGP de 2022 des M1 DPEC :

Nous pouvons d'abord constater que la découverte du lieu s'est faite soit par un proche (34%), soit par soi même (24%) ou soit dans le cadre scolaire (22%). En comparaison avec le Sample nous pouvons constater que le bouche à oreille est beaucoup plus présent dans le cadre du Sample, puisque ce dernier monte à 76%. Egalement, nous pouvons constater que le Sample a en comparaison une présence sur les réseaux sociaux lui permettant d'attirer 30% de son public en comparaison au TGP qui ne se fait connaître uniquement par 4% de son public par son site internet.

Ensuite, concernant la programmation, nous pouvons voir que la qualité des spectacles est également la principale raison de la fréquentation du TGP (79%), puis avec 8% arrive en deuxième place la proximité du lieu. Cela fait donc directement référence au Sample dont 40% du public vient principalement pour la programmation, avec 98% estimant avoir passé une bonne soirée.

Mission 3 : élaborer une prolongation de l'enquête sur les publics du SAMPLE selon une approche qualitative (méthodologie et support)

Afin de prolonger l'enquête quantitative sur les publics du Sample selon une approche qualitative, nous aimerions réaliser 15 entretiens semi-directifs d'une durée moyenne de 45 minutes. Ces entretiens, menés en face-à-face au sein du tiers-lieu ou à proximité immédiate, seraient réalisés auprès d'un échantillon diversifié (âge, fréquence de visite, profil socio-professionnel et culturel). Nous souhaiterions mobiliser un guide d'entretien structuré en deux grandes parties : une première abordant les motivations générales de fréquentation des tiers-lieux culturels (première visite, facteurs d'attraction, habitudes de sortie, formats préférés, budget, sociabilité et rapport à la découverte), et une seconde centrée spécifiquement sur l'expérience au Sample (fréquentation en semaine/week-end, rôle de la programmation versus les prix, sentiment d'inclusion, état d'esprit recherché). Les questions seraient organisées dans un ordre logique favorisant la mise en récit et la mise au jour progressive des facteurs déterminants de la présence des publics. Les entretiens seraient intégralement enregistrés (avec consentement), retranscrits et analysés selon une approche thématique afin d'identifier les leviers de satisfaction, d'adhésion et d'amélioration de l'expérience au Sample.



Mission 3 : approche qualitative



Nous avons établi un guide d'entretien afin d'analyser les motivations des publics du Sample. Ce guide permet d'évaluer sa programmation en fonction des différents publics. Nous avons organisé les questions ci-dessous dans un ordre logique afin de faire ressortir les différents facteurs de la présence des enquêtés :

- Quand êtes-vous allés dans un tiers lieux pour la première fois et par quel biais ?
- Qu'est-ce qui motive à fréquenter des tiers lieux comme le Sample :
 - Sa programmation
 - Notoriété
 - Prix
 - Localisation
- Préférez vous vous rendre dans des tiers lieux habituels connus dans Paris ou en découvrir de nouveaux ?
- Dans quel cadre allez-vous dans les tiers lieux culturels avec des amis, dans le cadre universitaire etc ?
- En général, vous rendez-vous dans des tiers lieux plutôt l'après midi ou plutôt en soirée ?
- Quel est votre format de programmation préféré (dj set, concert, exposition, ateliers, ciné club) ?
- Combien seriez-vous prêt à dépenser pour un format de programmation ?
- Avez-vous des facilités à faire de nouvelles rencontre et aller vers les autres ou restez vous avec vos amis ?

Mission 3 : approche qualitative

- Aimez vous, vous laisser surprendre par une programmation ou allez vous voir une programmation car vous savez qu'elle a bien été reçu ?
- Lisez vous des informations sur la programmation, les artistes avant de venir dans un tiers lieux ou vous laissez vous surprendre ?
- Considérez vous une sortie dans un tiers lieu comme un simple divertissement ou autrement ?

A PROPOS DU SAMPLE :

- Allez-vous plutôt au Sample en semaine ou durant le Week End ?
- Est-ce la programmation ou les prix qui vous attire au Sample ?
- Vous sentez-vous à votre place, inclus ou différent du public qui fréquente le Sample ?
- Qu'est ce qui vous ferait vous sentir plus à votre place : un effort du sample ou de votre part ?
- Comment décririez-vous votre état d'esprit avant de venir au Sample ? Vous souhaitez :
 - vous détendre ?
 - enrichir intellectuellement ?
 - autre ?

Merci !

**Enquête et analyses réalisées par les étudiants de L3 Métiers
des arts et de la culture de l'université Paris I
Panthéon-Sorbonne, dans le cadre d'un cours d'enquête des
publics assuré par M. Romuald Rippon**

✨ Maria Pia Andraos, Anouck Diallo, Joséphine Gimenes, Djana Diabira ✨
✨ Faustine Debernard, Clément Billon, Alice Ripodas ✨