

Travaux d'études et d'observation des structures membres de la Plate-forme interrégionale

Culture vivante. Étude des publics du spectacle vivant dans 21 structures culturelles du Limousin

Résumé :

Soucieuses de disposer d'éléments fiables sur la fréquentation des structures permanentes qu'elles subventionnent pour la diffusion du spectacle vivant en Limousin, la DRAC et la Région ont demandé à l'ORACLIM de construire et de mettre en œuvre un outil de mesure et d'analyse des caractéristiques des spectateurs de 21 d'entre elles.

Titre : Culture vivante. Etude des publics du spectacle vivant dans 21 structures culturelles du Limousin

Auteur(s) : Valérie Aiello, Marie-Christine Gady, Margot Hammadi, Stéphanie Kellner

Yvon Lamy, Yves Menut, Jean-Claude Robert

Période d'investigation : octobre 2011 – mars 2012

Date de restitution : septembre 2012

Commanditaires : DRAC Limousin et Région Limousin

Lien : <http://www.oraclim.fr>

ORACLIM

05 55 10 90 28

contact@oraclim.fr

Objectifs

La démarche les objectifs

Cette enquête correspond à la seconde phase de « l'Etude sur la connaissance des publics du spectacle vivant en Limousin », engagée au second semestre 2010 par l'ORACLIM, à la demande de la DRAC et de la Région Limousin. La première phase a permis le recensement exhaustif des différents dispositifs de connaissances des publics mis en place par chacune des 21 principales structures permanentes du spectacle vivant subventionnées par l'Etat et/ou la Région Limousin. Ces dernières en avaient arrêté la liste.

Selon la lettre de commande de la seconde phase, les commanditaires souhaitaient disposer d'éléments que l'on peut sérier ainsi :

- Caractéristiques sociologiques des publics : âge, sexe, CSP, domiciliation...
- Repérage de typologies de fréquentation dominantes, dont principalement :
 - o circulation géographique des publics,
 - o circulation des publics entre lieux culturels,
 - o circulation des publics entre saison et festivals,
 - o liens entre pratique de spectateur et pratique artistique personnelle,
 - o ressorts de la fréquentation selon l'offre,
 - o ressorts de la fidélisation du public,
 - o ressorts de la fréquentation dans les domaines de la création contemporaine,
- Repérage de l'impact des politiques tarifaires et de l'impact des opérations de médiation sur les pratiques de fréquentation des publics.

Méthodologie

Enquête quantitative

Avec le concours des responsables des structures concernées, entre octobre 2011 et fin mars 2012, l'équipe de l'ORACLIM a conduit l'enquête auprès des personnes âgées de 15 ans et plus, qui, comme spectateurs, ont fréquenté leur programmation. S'il le souhaitait, le public présent, a pu prendre part à l'enquête, dans chaque structure, et renseigner le questionnaire (questions semi-ouvertes) à l'occasion de divers spectacles de la « saison » ou de diverses manifestations festives. Il l'a fait en face à face avec les six enquêteurs de l'ORACLIM, ou encore de façon autonome sur papier, en déposant les questionnaires dans les urnes placées à cet effet dans les structures, ou par internet. Quelques-uns ont utilisés la Poste pour envoyer leurs réponses. La mise en ligne et l'exploitation du questionnaire ont été réalisées avec le logiciel Modalisa (Kynos).

Enquête qualitative

Une vingtaine d'entretiens qualitatifs approfondis auprès d'un panel représentatif de répondants et une recherche bibliographique sur le sujet, ont complété ce dispositif de recherche.

Moyens humains, financiers et logistiques

Cette enquête a représenté le principal chantier d'observation de l'ORACLIM en 2011-2012 et mobilisé environ 1,5 ETP annuels répartis sur les 4 salariés permanents, auxquels se sont ajoutés deux collaborateurs en CDD à temps partiel, pour la recherche documentaire (en 2011) et pour l'administration du questionnaire (en 2012), ainsi qu'un investissement bénévole conséquent du président de l'ORACLIM.

L'Etat a apporté un financement spécifique de 25.000€, qui ont été répartis sur les deux phases de l'étude.

Les principaux résultats

Qui sont les répondants ?

1100 personnes ont répondu à l'enquête.

En comparant la population des répondants domiciliés en Limousin avec les données Insee sur la population limousine (RP 2008) : on observe, sur l'ensemble des spectateurs des 21 structures :

- une sur-représentation des femmes (65 % dans l'enquête, contre 52,3 % dans la population),
- une représentation de chaque tranche d'âge relativement conforme à la composition de la population régionale,
- une forte sur-représentation des niveaux d'étude supérieurs à Bac+2 (59,3 % contre, 10,3 %, avec un poids très important des niveaux supérieurs à Bac+3),
- une forte sous-représentation des diplômés inférieurs au Bac (11,2 % contre 64,6 %),
- une légère sur-représentation des répondants vivant en couple (64,2 % contre 60,5 %),
- une sur-représentation des actifs ayant un emploi (58,6 % contre 47,3 %),
- une forte sur-représentation des « cadres et professions intellectuelles supérieures » (43,5 % contre 10,6 %) et des « professions intermédiaires » (37,1 % contre 23,5 %),
- une forte sous-représentation des « employés » (12,4 % contre 29,7 %) et des « ouvriers » (2,9 % contre 24,2 %).

Quelle est leur fréquentation des structures de l'enquête ?

La fréquentation moyenne par répondant est de 3,4 structures et de 8 spectacles.

Les fréquentations se situent principalement dans la proximité géographique de résidence des répondants et croissent avec le nombre de structures concernées.

L'intensité de fréquentation des spectacles et la mobilité géographique sont fortement liées à l'âge, au niveau de diplôme, à la situation professionnelle du répondant. Elles sont plus importantes chez les répondants qui ont ou ont eu une pratique artistique.

Propositions

Un tableau de bord

Chaque structure a reçu un tableau de bord comprenant une série de 16 indicateurs d'analyse et une carte de fréquentation, produites à partir des réponses fournies par son public. Ces éléments peuvent lui permettre d'apprécier les écarts entre la typologie de son public et celle de la population de sa zone de rayonnement et ajuster ses orientations stratégiques.

Les retombées

La restitution

Après une première restitution aux commanditaires fin 2012, la restitution a fait l'objet d'une publication (synthèse de 4 pages) et d'une restitution aux structures concernées début 2013.

Les prolongements

Les structures pourront s'appuyer sur les résultats de l'étude pour éventuellement définir des stratégies (de communication, de médiation, de programmation...) afin de faire évoluer la composition de leur public, selon les indications de leurs financeurs. Afin de vérifier l'impact de ces stratégies, à la demande des commanditaires, un outil commun a été produit, afin de permettre aux structures de renouveler la démarche chaque année, de façon simplifiée mais cohérente, avec un accompagnement de l'observatoire. Il reste à vérifier quelle sera sa mise en œuvre effective.

Intérêts/Limites

Les limites

Comme toute enquête, il s'agit de données déclaratives.

Les intérêts

L'enquête confirme que la typologie du public de la culture ne reflète pas celle de la population. Elle souligne combien il serait vain de faire peser sur les seules structures de diffusion du spectacle la responsabilité de la démocratisation de l'offre culturelle qu'elles proposent. Les facteurs qui contribuent à former le goût et à susciter l'intérêt du public se situent dans d'autres sphères, la famille, l'école, les relations sociales..., sur lesquelles isolément, les structures culturelles ne peuvent avoir de prise.

Cette réalité de la configuration du public peut être appréciée selon un tout autre point de vue, en miroir : la composition du public révèle le rôle particulièrement attractif de l'offre émanant des principales structures du territoire vis-à-vis des élites (cadres, professions intellectuelles supérieures, diplômés BAC +3 et plus), qui constituent la moitié de leurs spectateurs. Ainsi, ces structures contribuent-elles à rendre ce territoire attractif, à valoriser son « image de marque », axe fort de la politique régionale.

A voir

Synthèse sur culture-en-limousin.fr, rubrique ORACLIM