

# OPPIC

Observatoire des **P**ublics, des **P**rofessionnels et des **I**nstitutions de la **C**ulture

Association pour la valorisation de la recherche en sociologie des arts et de la culture

## *Les publics du Spectacle vivant en Lozère*

### **RAPPORT d'ETUDE**

Aurélien Djakouane

Emmanuel Négrier

Novembre 2011

# Sommaire

---

<b>Présentation .....</b>	<b>3</b>
<b>1. L'identité des publics d'ADDA Scènes Croisées.....</b>	<b>5</b>
Une majorité de femmes .....	5
Un public jeune quel que soit le spectacle.....	7
Un public d'actifs .....	9
61% de diplômés du supérieur... seulement !.....	10
Des revenus plutôt moyens .....	11
Un public de cadres... et d'employés !.....	12
Un public local et départemental .....	15
<b>2. Les modalités de la fréquentation .....</b>	<b>21</b>
25% de nouveaux venus en 2011 .....	21
Une ancienneté relative.....	25
3 spectacles par saison en moyenne.....	27
L'identification d'ADDA .....	29
L'information par les sociabilités.....	31
Le rapport à la programmation : d'abord la musique et le théâtre .....	32
Une sortie entre amis et en famille.....	33
56% viennent en voiture .....	34
Lieux fréquentés et pratique d'abonnement.....	36
Choisir un spectacle .....	38
La connaissance des artistes .....	40
Satisfactions et réactions à de nouvelles propositions.....	42
<b>3. Pratiques culturelles, pratiques artistiques, premières fois .....</b>	<b>45</b>
Les pratiques culturelles.....	45
Les pratiques artistiques des spectateurs.....	48
Les premières fois.....	49
<b>4. L'expression des goûts musicaux et de genre de spectacle .....</b>	<b>53</b>
Les goûts musicaux .....	53
Les goûts en matière de spectacle vivant .....	56
<b>5. Les profils gustatifs des publics .....</b>	<b>59</b>
Les profils de goûts musicaux.....	59
Les profils de goûts en matière de spectacle vivant .....	68
<b>Conclusion.....</b>	<b>76</b>
<b>Références bibliographiques.....</b>	<b>78</b>
<b>Annexe.....</b>	<b>79</b>

## Présentation

Ce rapport présente les résultats de l'enquête que nous avons menée sur les publics d'ADDA-Scènes Croisées de Lozère sur la saison 2010-2011, entre le mois de janvier et le mois de juin 2011. Cette enquête se compose d'une partie quantitative (1 500 questionnaires) et d'une partie qualitative (20 entretiens).

La partie quantitative s'est traduite par la distribution de plus de 2 000 questionnaires auprès des publics des différents spectacles, et la saisie et le traitement de plus de 1 500 questionnaires, comme en attestent les tableaux récapitulatifs page 6 et suivantes. Parmi ces questionnaires, 1 025 ont été recueillis au cours des spectacles programmés par ADDA sur l'ensemble des scènes croisées (Mende, Florac, Marvejols liste des villes), et 538 au cours de spectacles programmés uniquement par les partenaires d'ADDA (le théâtre de Mende, La Genette Verte à Florac, le TMT à Marvejols et le Théâtre de l'Arentelle à St Flour-de-Mercoire). Nous distinguerons ainsi l'« enquête ADDA » de l'« enquête partenaires ». Ce double échantillon nous permettra d'apprécier les éventuelles différences qui existent entre les publics d'ADDA et ceux de ses partenaires lorsqu'ils programment seuls. Au total, le questionnaire a été distribué à l'occasion de 45 spectacles (dont 14 pour les partenaires sans ADDA). Comme l'indique le tableau suivant, sur les deux enquêtes confondues, le nombre total de questionnaires recueillis et traités correspond sur la période étudiée à 27% du nombre total de spectateurs. Mais pour être tout à fait juste, il convient de prendre en considération le fait que les spectateurs assistent en moyenne à environ 3 spectacles par saison et qu'ils ne remplissaient le questionnaire qu'une fois. En conséquence, le taux de représentativité de l'enquête atteint 80% du nombre réel de spectateurs d'ADDA et - pour les spectacles enquêtés chez eux - de ses partenaires. Les constats que nous allons présenter dans ce rapport s'appuient donc sur une base exceptionnellement solide au plan quantitatif.

**Tableau 1. Représentativité totale de l'enquête**

	SPECTATEURS	QUESTIONNAIRES	REPRESENTATIVITE
Enquête ADDA	3695	1025	28%
Enquête PARTENAIRES	1933	483	25%
<b>TOTAL</b>	<b>5628</b>	<b>1508</b>	<b>27%</b>

La partie qualitative s'est traduite par une série de 20 entretiens téléphoniques avec des spectateurs réguliers ou occasionnels d'ADDA Scènes Croisées et de ses partenaires. Ces entretiens permettront d'illustrer ou de compléter les statistiques qui constituent l'essentiel de l'étude. Ils permettront également de pointer certaines problématiques que le questionnaire n'a pu mettre en évidence.

Dans ce rapport, nous nous attachons prioritairement aux publics de la programmation d'ADDA. En général, nous croisons les données obtenues avec le genre de spectacle programmé (théâtre, musique, danse, conte, humour...), dont l'impact s'avère décisif sur les résultats d'enquête (cf. Annexe). L'hypothèse est ici que, dans une certaine mesure, le public d'ADDA se segmente sociologiquement en fonction de ces différents genres, de sorte que le public du théâtre est en partie différent de celui des musiques classiques,

actuelles ou contemporaines, eux-mêmes se distinguant entre eux et vis-à-vis du public de la danse. Pour vérifier cette hypothèse, nous avons d'abord comparé les caractéristiques des publics du théâtre, de la musique classique, des musiques actuelles, de la musique contemporaine, du cirque et de la danse. Les résultats obtenus auprès des publics du théâtre Jeune Public (15 questionnaires) ne sont pas assez significatifs pour que l'on puisse, sans risque, en tirer beaucoup d'enseignements. Ensuite, nous avons croisés les résultats obtenus avec deux autres variables : le lieu de programmation, et le renouvellement. Puisque nous avons, de façon sélective, également enquêté auprès des partenaires d'ADDA à l'occasion de spectacles qu'ils programmaient seuls, l'observation du lieu de programmation nous a permis d'effectuer, lorsque cela s'avère pertinent, des comparaisons afin de savoir ce qui distingue le public d'ADDA de celui de ses partenaires. Enfin, la variable du renouvellement nous a permis de voir dans quelle mesure le profil des spectateurs venant pour la première fois, témoignait d'évolutions significatives des publics du spectacle vivant en Lozère. L'ultime développement de ce rapport concerne les profils de spectateurs. On sait en effet que les publics se distinguent tout autant qu'ils se rassemblent, à l'occasion des différentes offres. Pour saisir ce double mécanisme, il est intéressant de procéder à une analyse, qui fait ressortir à la fois cette diversité et les regroupements qui font que le public du spectacle vivant en Lozère n'est ni une masse indistincte des mêmes, ni un agrégat d'individus singuliers. Ces profils nous permettent donc de revenir autrement sur les leçons tirées de cette enquête, et de susciter les discussions qui s'imposent.

## 1. L'identité des publics d'ADDA Scènes Croisées

Commençons par ce qu'il est convenu d'appeler le « talon sociologique » et qui vise à mieux connaître les caractéristiques sociologiques des publics d'ADDA en termes d'âge, de sexe, de professions et catégories sociales (PCS), de niveau scolaire et de situation sociale.

### Une majorité de femmes

Avec 62,4% de femmes, autant dire que le spectateur d'ADDA est le plus souvent... une spectatrice. Comparativement à d'autres enquêtes que nous avons menées auprès d'institutions implantées sur des territoires comparables et proposant une programmation similaire, ce taux de féminisation n'apparaît pas comme une particularité des publics d'ADDA. A titre d'exemple, l'étude que nous avons menée en 2004 auprès des publics de la Scène Nationale de Cavaillon rassemble 67% de femmes (Djakouane, 2004). Mais cette tendance n'est pas non plus révélatrice d'un contexte territorial singulier, et notamment rural, puisque les femmes sont présentes de façon équivalente (62% en moyenne) parmi les publics des spectacles (danse, lyrique, symphonique) programmés par l'Opéra et l'Orchestre National de Montpellier (Négrier, Djakouane, 2011).

Comme le rappelle Olivier Donnat, cette féminisation des publics de la culture est une tendance sociologique que l'on observe à l'échelle nationale et qui perdure depuis près de quarante ans (Donnat, 2005). Les publics de la culture apparaissent ainsi globalement plus féminins que la population française (52% de femmes en 2009).

C'est donc tout naturellement que l'on retrouve cette tendance dans l'étude des festivals de musique (60% de femmes) ou de danse (71%) (Négrier, Djakouane, Jourda, 2010). Mais ces résultats nous permettent de préciser que le taux de féminisation des publics est très variable selon les types de spectacle offerts. Nous le constatons à Cavaillon où les femmes étaient surtout présentes pour la danse (73%) et le théâtre (65%), tandis que les hommes étaient presque majoritaires lors des concerts (44%). Nous le constatons aussi à Montpellier où les femmes étaient en nombre pour la musique symphonique et la danse (64%) tandis que les hommes étaient davantage présents à l'opéra (41%). Le public d'ADDA ne fait pas exception à cette appétence sexuée du spectacle vivant. Ici comme ailleurs, le genre de spectacle programmé influence la proportion d'hommes et de femmes.

**Tableau 2. Répartition Hommes/Femmes suivant le genre de spectacle (en %)**

SEXE	Moyenne	Cirque	Danse	Théâtre	M. Classique	M. Actuelle	M. Contemporaine
Hommes	38	22	28	37	40	47	57
Femmes	62	78	72	63	60	53	43
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Les répartitions observées dans le Tableau 2 sont assez attendues : les hommes sont proportionnellement davantage attirés par la musique, et les femmes par la danse et le cirque. Le théâtre venant ici comme un genre médian ou neutre sur cette question.

Si l'on fait référence à ce que nous savons de l'impact de la programmation sur le sexe des publics, on remarque qu'hommes et femmes font jeu égal en musiques actuelles. C'est un constat que nous avons déjà établi à l'occasion de notre enquête sur les publics des festivals, ainsi que sur les nouvelles tendances du public des Eurockéennes de Belfort (Négrier, Djakouane, Jourda, 2010 ; Négrier, Djakouane, Collin, 2011). L'importance des hommes dans les concerts de musique contemporaine est également sans surprise, si l'on se réfère aux travaux qui émergent aujourd'hui, que ce soit sur le public de l'Ensemble Intercontemporain, à Paris (Dorin, 2011), ou sur celui du festival Musica, à Strasbourg (Goalard 2010). C'est en revanche l'inverse – une féminisation accentuée – qui concerne la danse, comme nous l'avons déjà indiqué, mais aussi la musique classique et le théâtre qui sont, eux, dans la moyenne observée. La féminisation du public du cirque doit plutôt, elle, au caractère maternel de l'accompagnement d'une partie significative de jeune public. Nous sommes ici en présence d'un public qui se distingue de la même façon que ce que nous montrent toutes les enquêtes réalisées jusqu'alors. Les données lozériennes n'ont, à ce titre, rien d'exceptionnel.

À ce sujet, il est donc difficile de parler de variations liées au renouvellement ou à la distinction ADDA/partenaires. Les nouveaux spectateurs sont un peu plus masculins que les anciens, mais sans doute est-ce davantage lié à l'importance des nouveaux spectateurs (cf. supra) dans les esthétiques les moins féminisées (musiques actuelles et contemporaines) qu'à une tendance à la masculinisation du public du spectacle vivant en Lozère. De même, on ne note pas de différence significative entre le public d'ADDA et celui de ses partenaires à ce sujet.

Enfin, cette féminisation plus générale des publics du spectacle vivant nous donne l'occasion de pointer l'investissement plus soutenu des femmes en matière de culture à l'échelle domestique. Au sein du couple, ce sont souvent elles qui choisissent les spectacles, réservent les places et emmènent leur mari ou toute leur famille.

*« Mon mari me suit, mais c'est moi qui m'occupe de tout. Je choisis les spectacles en fonction de ce que je pense qu'il va aimer, et je fais les réservations. Si rien ne va l'intéresser, j'y vais avec mes copines... » (Anne, 51 ans, enseignante)<sup>1</sup>*

En outre, il faut également rappeler les biais inhérent à toute enquête sur les publics. Malgré l'insistance des enquêteurs à faire remplir un questionnaire par personne, ce sont bien souvent les femmes qui, dans un couple, remplissent le questionnaire. Les hommes se cachant bien volontiers derrière le fait que c'est leur femme qui s'occupe de tout. Mais l'importance des sorties en couple (40%) rappelle ainsi que, bien souvent, derrière une femme se cache un homme !

---

<sup>1</sup> Pour des raisons de confidentialité, les prénoms des personnes interviewées ont été changés.

## Un public jeune quelque soit le spectacle

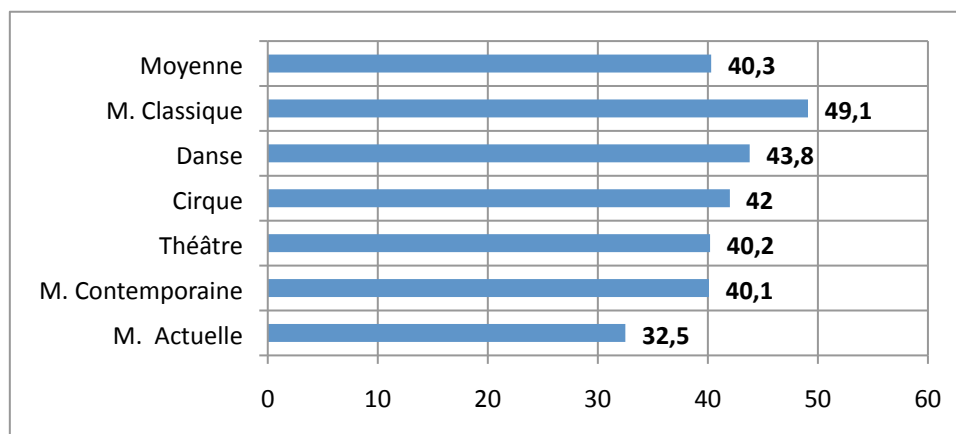
Sans conteste, avec une moyenne de 40 ans, le public d'ADDA est un public jeune. Plus jeune, quoiqu'encore assez proche, du public de Cavaillon (45 ans) dont la situation est comparable, et bien plus jeune que le public de l'Opéra de Montpellier (56 ans). Ce résultat tranche avec le stéréotype d'un public de la culture relativement âgé, et a fortiori dans un département rural comme la Lozère. C'est une image qui colle avec une région enclavée, peu dotée d'infrastructures universitaires, et dont le renouvellement démographique, pourtant bien réel, est cependant très limité si on le compare à celui qui touche les départements côtiers (Aude, Gard, Hérault ou Pyrénées-Orientales). Cette image est tout simplement fausse.

*« Beaucoup de préjugés circulent sur la Lozère, c'est un pays de vieux, y a rien à faire... pourtant la culture représente un vrai atout pour notre département, on n'a pas à se plaindre [...]. En plus, quand je vais voir un spectacle, et que ce soit à Mende ou à Marvejols, si j'y vais pas avec des copains, je les retrouve... C'est des gens de mon âge, des quadra quoi ! » (Olivier, 42 ans, chargé de développement territorial)*

Si cette moyenne d'âge est inférieure à l'ensemble des publics des festivals que nous avons étudiés (51 ans), nous sommes ici plus proches de publics de festivals plutôt orientés vers la jeunesse, comme Détours du Monde, en Lozère, ou les Tranes Cévenoles, dans le Gard, dont les moyennes d'âge étaient respectivement de 36 ans, et de 32 ans, en 2008.

Naturellement, ces chiffres incitent à penser qu'au-delà de l'homogénéité prétendue des publics de la culture et du spectacle vivant en particulier, la variable de l'âge varie de façon considérable selon les genres de spectacle programmés. C'est en tous cas ce que nous avons constaté en 2008 à propos des festivals (Négrier, Djakouane, Jourda, 2010), et en 2004 à Cavaillon (Djakouane, 2004). Dans ce dernier cas, le théâtre et la danse attiraient les plus âgés, avec respectivement 48 ans et 46 ans en moyenne, et la musique et les spectacles atypiques (clown, cirque, théâtre de rue, hybride...) les plus jeunes, avec respectivement 40 ans et 38 ans en moyenne.

**Graphique 1. L'âge moyen des publics d'ADDA suivant les spectacles**



De fait, la faible amplitude des différences d'âge que nous constatons entre publics est une relative surprise. Certes, le public des musiques actuelles est notablement plus jeune que les autres (32,5 ans), et celui de la musique classique est significativement plus âgé (49,1 ans). Mais les écarts restent limités, et le public du théâtre, que beaucoup de commentateurs voient vieillir et décliner de façon prétendument irrésistible, se révèle ici typique de la moyenne. On peut affiner ce résultat par l'examen des classes d'âge.

**Tableau 3. Les classes d'âge des publics d'ADDA**

Classes d'âge	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelle	Danse	Cirque
< à 25 ans	24	28	11	46	10	11
25-39 ans	27	21	17	24	32	46
40-54 ans	27	27	27	19	35	23
> à 54 ans	22	24	45	11	23	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Il y a donc dans le public d'ADDA une part de jeunesse tout à fait considérable, qui tranche avec les idées reçues à propos des publics de la culture en milieu rural, d'une part, et avec les résultats d'enquêtes comparables dans d'autres contextes temporels ou territoriaux, d'autre part.

Enfin, on peut constater que le renouvellement des publics accentue cette tendance. En effet, les 24% de nouveaux spectateurs sont sensiblement plus jeunes (36,5 ans en moyenne) que les habitués (41,5 ans en moyenne). Ainsi donc, non seulement le public d'ADDA est-il plus jeune qu'ailleurs, mais encore est-il en cours de rajeunissement. Si l'on compare ce résultat avec les publics des partenaires, dans le cours de leur propre programmation, on peut constater deux choses. La première est que l'âge du public des partenaires est plus élevé : 47 ans en moyenne. Un tel résultat est logique dans la mesure où le public des partenaires comporte un plus grand nombre d'habitués et un renouvellement plus faible (20%). Mais on constate un même phénomène de rajeunissement. Chez les partenaires, les nouveaux spectateurs ont en moyenne 44,5 ans, contre 48 ans pour les habitués.

Cet ensemble d'informations nous livre un certain nombre de leçons utiles quant au débat sur les publics du spectacle vivant. Alors qu'il est, pour certains, de bon ton de stigmatiser un public qui serait à la fois âgé et en voie de vieillissement, nous constatons au contraire un âge moyen très proche de la moyenne nationale (l'âge moyen des français en 2010 a dépassé 40 ans), et un rajeunissement lié au renouvellement. L'idée reçue tombe donc deux fois.



## Un public d'actifs

La **situation sociale** des publics fait la part belle aux actifs (57%), en toute logique compte tenu de la distribution du public en fonction des classes d'âge. Cependant, cette distribution varie au gré de la programmation.

**Tableau 4. La situation sociale des publics d'ADDA**

Situation sociale	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelles	M. Contemp.	Danse
Actif	57	51	55	47	55	71
Étudiant	18	21	4	37	16	7
Retraité	15	19	33	6	7	14
Élève	5	6	6	4	11	4
Demandeur d'emploi	3	2	1	3	4	2
Inactif	2	1	1	3	7	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Au-delà du nombre important d'actifs qui compose les publics d'ADDA, ce qui frappe dans ces résultats c'est l'importance du nombre d'étudiants (18%) et de scolaires (5%), soit près d'un spectateur sur quatre, dans un département où l'offre d'études supérieures est pourtant plus limitée que dans les univers urbains de la plaine languedocienne.

Pour donner un point de repère comparatif, ces deux catégories confondues ne représentaient, dans notre panel de publics des festivals, que 9%. Inversement, le faible nombre de retraités (15%) contraste avec sa part dans l'autre enquête (32%). La situation observée à Cavailon qui apparaît plus proche d'ADDA en terme de contexte géographique, offre un contraste moins important pour les retraités (13%) mais assez significatif pour les étudiants (9%), alors même que le département du Vaucluse possède une université, et que Cavailon se situe à 40 km d'Aix-en-Provence ou de Marseille. Les publics d'ADDA possèdent donc un contingent d'étudiants bien supérieur à ce que l'on peut observer ailleurs, et qui mérite d'être souligné.

Une des premières hypothèses explicative réside dans le fait que certains pans de la programmation jouent un rôle certain dans le fait d'attirer les étudiants. On constate en effet que la part des retraités est bien plus importante dans les concerts de musique classique, où elle atteint le tiers du public, que dans celui des musiques actuelles (6%) ou encore de la danse et du théâtre (autour de 15%). C'est le constat exactement inverse que l'on fait à propos des étudiants et des scolaires. Mais ce qui reste frappant demeure le caractère relativement minoritaire des catégories de spectateurs âgés, y compris dans les spectacles où ils sont mieux représentés : les 34% en musique classique peuvent être comparés à leur niveau de présence dans les concerts de musique classique des festivals qui nous avons étudiés où ils y représentent... plus de 47% !

Si l'on regarde ces mêmes résultats suivant les lieux de l'enquête, on constate que ce sont les retraités et les scolaires et étudiants qui font essentiellement la différence entre les publics d'ADDA et ceux des partenaires. Chez ces derniers, le nombre d'actifs et de

retraités est plus important : respectivement 64% et 26%, contre 57% et 15% pour les publics d'ADDA. Et c'est le taux d'étudiants et de lycéens qui chute : 6% contre 23%. Mais là encore, cet écart semble largement tributaire de la programmation, notamment musicale. En toute logique, la part des retraités baisse, y compris chez les partenaires, au sein des nouveaux spectateurs. Leur part passe de 25,5% à 21% (et 9,5% chez les nouveaux publics d'ADDA).

### 61% de diplômés du supérieur... seulement !

Même si les diplômés de l'enseignement supérieur restent largement majoritaires au sein des publics d'ADDA, leur proportion apparaît nettement inférieure à ceux que l'on sait par ailleurs des publics de la culture où le niveau de diplôme demeure une variable essentielle dans l'explication des pratiques culturelles. A titre de comparaison, les diplômés du supérieur comptaient pour 72% des publics à la Scène Nationale de Cavallon en 2004, et (ce même chiffre) pour les publics des festivals de 2008.

**Tableau 5. Le niveau d'étude des publics d'ADDA**

Niveau d'étude	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelles	M. Contemp.	Danse	Cirque
Primaire et secondaire	17	17	17	20	14	15	21
Baccalauréat	22	24	21	29	17	17	11
Bac + 2	18	15	24	20	19	20	11
Bac + 3 et plus	43	44	38	31	50	48	57
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Si le diplôme reste une variable essentielle dans l'analyse sociologique des publics, c'est qu'elle reste constante quelle que soit la pratique culturelle étudiée. A son échelle, l'analyse des publics d'ADDA traduit ce phénomène, y compris à travers les différents genres de spectacles programmés où la répartition des différents diplômes reste à peu près conforme à la moyenne. C'est une des rares variables où le genre de spectacle reste quasiment sans effet. Comme on peut le voir, la principale inflexion porte sur les musiques actuelles où les spectateurs dont le niveau d'étude est supérieur ou égal à bac + 3 (31%) est inférieur aux autres genres de spectacle. Si les publics des musiques actuelles restent globalement plus populaires que les autres genres de musique, ils restent aussi plus jeunes. La forte présence ici d'étudiant ou d'élèves témoigne d'un public qui n'a pas encore atteint un niveau d'étude supérieur. On le voit bien avec le nombre de bachelier (29%) nettement plus fort ici que partout ailleurs.

C'est un autre phénomène générationnel qui explique le taux inférieur à la moyenne de spectateurs ayant un niveau d'étude supérieur ou égal à bac + 3 parmi les publics de musique classique (38%). Souvent décrit comme le parangon des pratiques savantes, la musique classique rassemblerait un public lettré et issu des classes supérieures. Si nous verrons tout à l'heure qu'il n'en rien à propos des classes sociales, nous le voyons déjà ici à propos du diplôme. Bien que compensé par les Bac + 2, ce phénomène s'explique aussi par la variable de l'âge. La musique classique rassemble un public globalement plus âgé, issu de générations qui n'ont pas bénéficié pleinement de la massification scolaire et pour lesquelles un diplôme universitaire était un atout professionnel considérable.

L'examen comparatif des publics d'ADDA et des partenaires, et de l'incidence du renouvellement nous apporte plusieurs informations. D'une part, il n'y a pas une différence significative entre le publics des deux programmations, même si celui des partenaires dispose d'un capital scolaire légèrement supérieur : les bacs + 3 et plus y représentent 49% contre 43% pour le public d'ADDA. Mais, et surtout, on peut voir que le nouveau public, bien que plus jeune ainsi qu'on l'a vu, est plus diplômé que l'ancien, et ce aussi bien chez ADDA que chez les partenaires. Cela pourrait sembler indiquer que le renouvellement social et générationnel ne rime pas nécessairement avec un accès socialement plus large à des spectateurs moins favorisés. Mais il faut aussi tenir compte du fait que le niveau de diplôme, dans la société française, a considérablement augmenté au cours des trente dernières années, et qu'un public plus jeune, sans être socialement membre de l'élite, peut disposer d'un capital scolaire plus élevé que celui d'un public plus habitué, âgé, et qui n'a donc pas connu cette hausse du niveau scolaire.

### Des revenus plutôt moyens

Quant aux **revenus**, nous avons demandé aux spectateurs de nous indiquer dans quelle fourchette se situaient ceux de leur foyer. Les résultats montrent que si, comme nous le verrons tout à l'heure, l'importance des classes supérieures reste notable parmi les publics d'ADDA et de la culture en général, il ne s'agit pas des fractions les plus fortunées. Il y a quasiment autant de foyers qui gagnent plus de 2 000 € nets par mois (54%) que de foyers qui gagnent moins de 2 000 € nets par mois (46%). Sachant que les foyers comptent la plupart du temps deux travailleurs, les revenus des publics d'ADDA ne sont pas représentatifs des populations aisées. C'est un nouveau présupposé à l'encontre des publics de la culture, et d'une offre publique profitant toujours aux mêmes, qui vole en éclat. A titre de comparaison, les publics de Cavaillon en 2004 proposaient une répartition similaire : 49% gagnaient moins de 2 000 € par mois, et 51% au-delà.

**Tableau 6. Les revenus nets mensuels des publics d'ADDA**

Revenus du foyer	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelles	Danse
Moins de 1 000 €	14	16	3	17	11
De 1 000 € à 1 999 €	33	30	29	43	32
De 2 000 € à 4 999 €	46	47	51	35	53
Plus de 4 999 €	7	7	17	5	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Domine donc un niveau moyen de revenus, qui n'est en retrait que pour les musiques actuelles, tout en se situant à plus du tiers des spectateurs. Pour celles-ci, c'est la catégorie immédiatement inférieure qui domine. Sur l'ensemble du public, ce sont près de 80% des foyers qui ont un revenu entre 1 000 € et 5 000 € nets par mois. Rappelons que le revenu moyen des foyers lozériens se situe à 1 992 € mensuels (contre 2 210 € dans l'Hérault, par exemple). Naturellement, on peut considérer que la fourchette (2 000 € à 5 000 €) était trop espacée. C'est sans doute vrai. Mais à titre de comparaison, on peut indiquer que cette structure des revenus est assez comparable à celle que nous avons constatée pour les publics des festivals.

En ce qui concerne la répartition suivant les genres de spectacle, on constate trois choses. Tout d'abord, les revenus des publics de la musique classique (de loin les plus élevés ici) correspondent presque à la décimale près à ceux que nous avons constatés dans l'enquête sur les publics des festivals. Il s'agit ici d'une population mêlant actifs et retraités les uns comme les autres étant plus diplômés que la moyenne. Ce dernier critère jouant pour ces générations plus âgées un rôle déterminant dans l'accès à un revenu élevé. Ce qui n'est pas le cas pour la génération suivante. C'est ce qu'on voit ensuite, avec les revenus des publics des musiques actuelles qui rassemblent un public plus jeune au revenus nettement inférieurs à la moyenne : 60% gagnent moins de 2 000 € nets par mois. Enfin, la danse se démarque et accentue les hauts revenus pour un total de 57% de foyers ayant plus de 2 000 € nets de revenus mensuels. On a donc bien affaire ici à deux publics sociologiquement assez distincts.

Comme pour beaucoup de constats ici, nous devons donc considérer que le public lozérien se situe, en moyenne, un cran en-dessous en termes de revenus, mais que son appréciation détaillée, en fonction de la programmation, nous montre des convergences très nettes entre types de spectacles. Le revenu moyen d'un spectateur de musique classique est très comparable en Lozère et ailleurs, et il est plus élevé que celui d'un spectateur de musiques actuelles, dont le niveau est proche de celui d'autres publics de musiques actuelles. L'effet propre du « territoire » est donc relatif. Sur ce point, on ne repère aucune tendance nette liée au programmateur (ADDA ou partenaires). Et si les revenus des nouveaux spectateurs sont un peu moins élevés en moyenne, c'est de si peu qu'il ne s'agit pas d'un véritable impact.

### Un public de cadres... et d'employés !

Les **professions et catégories sociales** (PCS) éclairent autrement l'hypothèse de la diversité sociologique du public. Elles confirment certains des constats que nous avons déjà imaginés, en nous intéressant aux diplômés par exemple. La répartition globale des PCS en 11 catégories nous montre une distribution assez spécifique. Certaines données de ce tableau semblent évidentes. La part des agriculteurs, en Lozère, est trois fois plus importante que la proportion que nous constatons pour les publics des festivals ou pour ceux de Cavaillon. Rappelons toutefois que les agriculteurs représentaient encore 5,4% de la population totale en Lozère en 2008, et seulement 1% de la population totale en France.

**Tableau 7. Comparaison des PCS des publics d'ADDA et d'autres enquêtes**

Profession et Catégories Sociales (PCS)	ADDA 2011	Festivals 2008	Cavaillon 2004
Cadres, professeurs, scientifiques, ingénieurs, libéraux	27	51	45
Employés	21	10	10
Professions intermédiaires (santé, travail social, fonction publique)	15	9	17
Professeurs des écoles, instituteurs ou assimilés	11	7	5
Artisans, chefs d'entreprise, commerçants	6	6	5
Professions des arts, du spectacle, de l'information	6	7	10
Techniciens, contremaîtres, agents de maîtrise	5	4	2
Agriculteurs	3	1	1
Professions administratives et commerciales d'entreprise	3	3	4
Ouvriers, chauffeurs routiers et conducteurs de taxi	2	1	1
Policiers, militaires, clergé, religieux	1	1	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Tout en restant à un niveau très marginal, les ouvriers sont deux fois plus nombreux dans le public d'ADDA (2%) que dans celui des festivals ou de Cavaillon (1% dans les deux cas). Les professeurs des écoles sont également plus nombreux présents dans ce public que dans celui des festivals en 2008 (7%) ou celui de Cavaillon en 2004 (5%). Mais c'est surtout le cas des employés qui attire notre attention. Avec 21%, ils sont la deuxième catégorie socioprofessionnelle du public. Ils sont deux fois plus nombreux qu'à Cavaillon ou qu'aux festivals. Cette surreprésentation des employés constitue donc une caractéristique spécifique des publics d'ADDA qui rompt avec les données habituellement produites sur les publics de la culture. Ceci a pour corolaire une moindre représentation d'autres catégories, à commencer par les cadres et professions intellectuelles supérieures, libéraux et ingénieurs – qui habituellement dominent sans partage les publics (cf. Tableau 7) et dont les 27% ne constituent plus une fracture face aux employés – et les professions du spectacle et de l'information, dans une moindre mesure.

Cela nous donne une image plus populaire du public qui mérite d'être précisée et comparée en interne, suivant les genres de spectacle. En effet, si on regroupe à présent les 11 catégories précédentes en classes sociales plus large, on note une légère domination des classes moyennes (41%), la présence relativement importante des classes populaires (26%)<sup>2</sup> pour un tiers de classes supérieures (33%). Cette proportion se décline de façon spécifique en fonction des types de spectacle.

---

<sup>2</sup> Comme pour nos enquêtes précédentes, portant sur les publics des festivals, le public des Eurockéennes ou celui de l'Orchestre de Montpellier, nous avons décidé de placer les « employés » au sein des classes populaires. Ce choix, qui peut se justifier par l'évolution globale de la place des employés dans la société, nous était nécessaire pour observer certaines évolutions de la structure socioprofessionnelle des publics des festivals, et pour discuter de la possibilité d'une forme d'élargissement ou de diversification sociale des publics, constatée par l'observation (Négrier, Djakouane et Jourda 2010 : 71-72)

**Tableau 8. Les publics d'ADDA en classes sociales**

Classe sociale	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelles	Danse
Supérieure	33	39	34	22	35
Moyenne	41	42	49	38	39
Populaire	26	19	17	40	26
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sans réelle surprise, le théâtre et la danse sont moins populaires que les musiques actuelles. Mais il n'y a que dans ce genre de spectacle que la part des classes supérieures descend en-dessous de la moyenne. Doit-on pour autant en conclure qu'il y a une particularité sociologique propre aux publics de ce type d'offre, nettement plus populaire que les autres, comme pourraient le laisser croire les 40% des spectateurs issus des classes populaires ? Rien n'est moins sûr. A titre de comparaison, la part des classes populaires parmi le public des festivals de musiques actuelles tels que Chapiteuf, les Transes Cévenoles ou Détours du Monde, en 2008, n'était que de 25% !

On peut donc se ranger derrière l'idée d'une moyennisation plus globale des publics d'ADDA favorisé par un bassin de population. La part des classes moyennes (professeurs d'école, professions intermédiaires, techniciens, artisans...) est partout supérieure au tiers du public. Enfin, ces constats peuvent être complétés par une dimension que nous avons souhaité mieux connaître, et qui est celle de l'ascendance sociale des spectateurs, au-delà de la catégorie actuellement occupée.

**Tableau 9. L'ascendance sociale des publics d'ADDA**

PCS DU PERE				
PCS DU SPECTATEUR	Supérieure	Moyenne	Populaire	Total
Supérieure	36%	36%	27%	100%
Moyenne	22%	52%	26%	100%
Populaire	19%	37%	44%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>27%</b>	<b>43%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>
PCS DE LA MERE				
PCS DU SPECTATEUR	Supérieure	Moyenne	Populaire	Total
Supérieure	36%	32%	32%	100%
Moyenne	11%	62%	27%	100%
Populaire	12%	33%	55%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>20%</b>	<b>44%</b>	<b>36%</b>	<b>100%</b>

**Tableau 10. La reproduction sociale des publics d'ADDA**

PCS DU PERE				
PCS DU SPECTATEUR	Supérieure	Moyenne	Populaire	Moyenne
Supérieure	54%	34%	36%	<b>40%</b>
Moyenne	32%	48%	34%	<b>39%</b>
Populaire	14%	18%	30%	<b>21%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
PCS DE LA MERE				
PCS DU SPECTATEUR	Supérieure	Moyenne	Populaire	Moyenne
Supérieure	66%	26%	34%	<b>37%</b>

Moyenne	21%	56%	31%	<b>40%</b>
Populaire	13%	17%	36%	<b>23%</b>
<b>Total</b>	100%	100%	100%	<b>100%</b>

L'analyse diachronique, même synthétisée ci-dessus, nous fournit une bonne image de l'identité familiale et sociale des publics actuels d'ADDA. D'un côté se confirme une certaine reproduction sociale, mais assez modérée puisque sur 100 spectateurs des classes supérieures, 36 ont un père issu des classes supérieures, et autant des classes moyennes, tandis que sur 100 spectateurs des classes populaires, 44 ont un père issu des classes populaires et 37 des classes moyennes. Un quart des spectateurs des classes moyennes et des classes supérieures ont un père issu des classes populaires. Compte tenu des inégalités hommes/femmes et de la plus longue émancipation professionnelle de ces dernières, celles-ci accentuent les tendances à la reproduction, notamment pour les classes moyennes et populaires. La proportion des mères des classes populaires est toutefois supérieure parmi les classes supérieures (32%) que parmi les classes moyennes. Si la reproduction de la société est une donnée incontournable, on peut toutefois constater avec les tableaux croisés inversés (Tableau 10) une certaine moyennisation de la société, voir une mobilité sociale ascendante qui profite aux classes populaires. 34% des pères des classes moyennes ont des enfants qui accèdent aux classes supérieures et 18% aux classes populaires. 34% des pères des classes populaires ont des enfants qui accèdent aux classes moyennes, et 36% aux classes supérieures ! Les classes populaires sont les catégories sociales qui se reproduisent le moins fortement : 30% des pères des classes populaires ont des enfants des classes populaires ; 48% des pères des classes moyennes ont des enfants des classes moyennes ; 54% des pères des classes supérieures ont des enfants des classes supérieures. Les classes supérieures se reproduisent plus fortement ; les classes populaires profitent le plus de l'ascenseur social.

Nous pouvons remarquer que les publics appartenant à la classe supérieure sont nombreux à être issus par leurs parents des classes moyennes ou populaires. L'origine paternelle est plus marquée du côté des classes moyennes, tandis que l'origine maternelle est plus souvent populaire. C'est là une manière de relativiser les lois d'airain de la reproduction d'un même public de la culture qui passerait sous silence deux phénomènes : d'une part les effets de la démocratisation culturelle, quelque relatifs que soient ses succès, et d'autre part l'impact de l'aménagement culturel du territoire, dont ADDA est l'un des instruments. On peut voir que ces effets se mesurent aussi à l'aune du renouvellement des publics. En effet, si le quart des spectateurs appartient aux classes populaires, ils sont plus de 30% chez les nouveaux. C'est aussi bien le cas pour les publics d'ADDA que pour ceux des partenaires. On se gardera cependant de considérer ce phénomène comme massif, car en effet les proportions essentielles de publics, et la surreprésentation corrélative des classes supérieures, restent vraies pour les nouveaux publics, même si c'est à un moindre degré.

### Un public local qui a longtemps vécu ailleurs

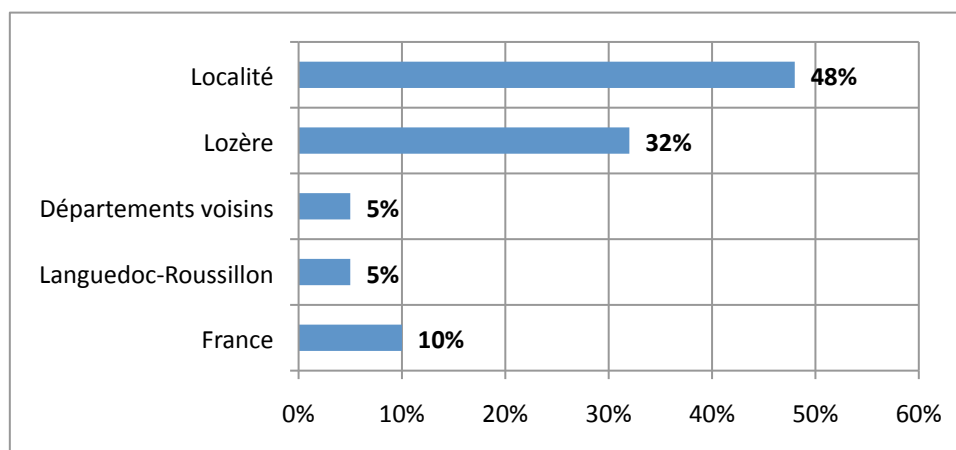
La provenance géographique des publics fait partie des classiques des études de publics. Elle est sans doute encore plus importante s'agissant d'événements ponctuels comme les festivals, pour la raison que cette provenance alimente aussi un discours sur les retombées, notamment touristiques, qu'ils engendrent (Négrier, Vidal 2009). Mais

l'intérêt de cette question pour notre enquête en Lozère n'est pas mince non plus, puisqu'ADDA programme au sein d'une diversité de lieux à l'échelle départementale. Cela rend l'analyse relativement complexe, puisqu'il nous faut jongler sur des « proximités » à géométrie variable. Nous avons ainsi choisi de traiter le public local selon une vision élargie, puisque les réponses qui nous ont été apportées alternent le « nom de la commune » et le « code postal ». Or ce dernier peut renvoyer à plusieurs communes, et pas seulement celle où le spectacle s'est déroulé. Néanmoins, nous pouvons tirer de très intéressantes leçons de cette analyse, où nous prenons en considération les spectacles programmés par ADDA, en comparaison avec ce que nous constatons pour les lieux partenaires. Nous centrons nos constats sur les lieux suivants :

**Tableau 11. La distribution territoriale des données géographiques**

Lieux	Nombre de questionnaires traités	Dont lieux partenaires
Marvejols	222	30
Mende	339	111
Florac	335	244
Saint-Flour	85	38
Chanac	119	0
Langogne	99	0
Saint-Chély d'Apcher	58	0
La Canourgue	49	11
Le Pont-de-Montvert	11	0
<b>Total</b>	<b>1 317</b>	<b>434</b>

**Graphique 2. L'origine géographique des publics d'ADDA**



Sur les 1 317 questionnaires contenant une information précise à propos de la provenance géographique des spectateurs, 1 055 réponses désignent soit la localité même où s'est déroulé le spectacle, soit une ville du département. Autrement dit, 80% des publics d'ADDA habitent en Lozère. Concernant les 20% restants, 5% proviennent des quatre autres départements de la région Languedoc-Roussillon (essentiellement le Gard et l'Hérault), et 5% proviennent des départements limitrophes des régions Midi-Pyrénées (Aveyron), Rhône-Alpes (Ardèche) et Auvergne (Haute-Loire, Puy-de-Dôme, Cantal) en fonction des lieux de spectacle. Pour d'évidentes raisons de proximité géographique, les aveyronnais sont ainsi plus nombreux à fréquenter les spectacles de Marvejols, et ceux de Haute-Loire ou d'Ardèche se rapprochent davantage de Langogne.



10% proviennent donc de régions non limitrophes au département de la Lozère, ce qui n'est pas rien, s'agissant d'une programmation de saison.

Les origines des publics font apparaître des variations sur ces provenances en fonction des lieux. Bien sûr, pour atteindre un compte exact, nous devons intégrer le résultat du Pont-de-Montvert, bien que la collecte y ait été maigre, avec 11 questionnaires traités. Nous traitons ici les publics des lieux en mixant les spectacles programmés par ADDA et par les lieux eux-mêmes.

**Tableau 12. L'origine géographique des publics d'ADDA suivant les lieux de spectacle**

Lieu	Local	Département	Région	France	Total
Mende	50	37	4	9	100
Langogne	50	20	6	24	100
Saint-Chély d'Apcher	48	26	9	17	100
La Canourgue	43	39	0	18	100
Marvejols	38	44	5	13	100
Saint-Flour*	32	15	6	47	100
Florac	30	55	5	10	100
Le Pont de Montvert	27	64	9	0	100
Chanac	19	59	7	15	100
<b>Ensemble</b>	<b>48</b>	<b>32</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

\* Les spectateurs habitant Saint-Flour n'ont pu être distingués systématiquement de ceux de Langogne, dont le code postal est le même. Le public « local » de Saint-Flour est donc composé de l'ensemble des communes qui lui sont limitrophes, dont Langogne.

On peut remarquer plusieurs choses dans ce tableau. La première est, sans surprise, la domination généralisée du public local et départemental, ce pour quoi la vocation d'ADDA Scènes Croisées est particulièrement désignée. D'une manière générale, l'importance de ce public local est fonction de la taille de la commune. Les plus petites (Chanac, Saint-Flour, Florac) ont un taux de public local plus faible, alors que celles qui dépassent 3 000 habitants, comme Langogne, Saint-Chély ou Mende, ont un taux de public local qui avoisine les 50%. Un cas particulier doit être fait de Marvejols, qui se situe légèrement en dessous de ce seuil, alors que la ville compte plus de 5 000 âmes, ce qui est beaucoup en Lozère.

Ces variations affectent bien sûr l'importance du public départemental, auquel on a préalablement ôté le public local. Dans la plupart des cas, le cumul des deux chiffres atteint, voire dépasse les 80%. Dans ce public départemental non local, ce sont toujours les habitants des villes principales (Mende, Marvejols, Langogne, Saint-Chély d'Apcher) qui apparaissent, comme si la mobilité était plus le fait de ces espaces « urbains »<sup>3</sup> que celui des autres. Deux exceptions cependant, à cette règle : Langogne et Saint-Flour. Et l'on peut voir à leur sujet que ce ne sont pas les autres départements languedociens qui compensent cette modestie relative du public lozérien, mais bien les départements limitrophes d'autres régions, pour lesquels ADDA-Scènes Croisées et ses partenaires

<sup>3</sup> En tous cas des adeptes du spectacle dans ces espaces urbains, car leur part est importante comparativement au public des lieux, et non par rapport à la population entière de leur commune.

exercer une réelle attractivité culturelle. On remarque en effet que les publics des départements languedociens occupent une place très régulière, autour de 6%, en dehors de la Canourgue, où son absence est aussi liée à la modicité de la collecte de questionnaires (49).

Ensuite, et sans surprise, la programmation d'ADDA Scènes croisées, pas plus que celle des lieux partenaires, n'accueille de public étranger. Nous n'avons pas intégré les 4 questionnaires qui ont pu être, de façon hasardeuse, le fait de spectateurs d'autres pays, qui ne représentent rien au plan quantitatif.

Insistons à ce sujet sur un fait : lorsque les publics proviennent d'autres communes que la localité où se déroule le spectacle, la distance en temps et kilomètres peut s'avérer parfois très importante. Nous y reviendrons. Nous n'insisterons pas, en revanche, sur la distinction que l'on pouvait imaginer entre le public d'ADDA et celui des lieux partenaires. On pouvait faire l'hypothèse que le premier, par son moindre ancrage local, par l'absence d'outils de fidélisation comme l'abonnement rapporté au lieu, aurait en proportion moins de spectateurs originaires de la localité. C'est exactement l'inverse qui se produit : quand ADDA programme, la part du public local est plus importante qu'elle ne l'est dans le cas d'une programmation par les lieux eux-mêmes. Certes les écarts ne sont pas très spectaculaires, mais le fait est qu'ils apportent un démenti clair et net à ceux qui penchaient pour un résultat opposé.

Une autre manière de rendre compte du rayonnement géographique réel (et potentiel) des spectacles programmés par ADDA et ses partenaires, c'est de comptabiliser le nombre de communes lozériennes représentées au moins une fois dans les programmations. Sur l'ensemble des 9 lieux recensés plus haut, on compte 77 communes représentées, soit 42% des 185 communes de Lozère. La carte ci-après donne une représentation à cette forme de rayonnement géographique, en montrant d'où sont originaires les spectateurs lozériens. On repère le poids des lieux de programmation, mais plus généralement un effet de halo qui est loin de se limiter à leur immédiate périphérie.

Enfin, à cette mobilité interne dans l'accès au spectacle dans un département rural, s'ajoute la question plus générale de la mobilité géographique des spectateurs. Nous avons souhaité savoir si les publics ainsi distribués au gré des territoires communaux habitaient le département de façon continue depuis longtemps, ou bien s'ils avaient séjourné, sur des périodes plus ou moins longues, en dehors de la Lozère. Le résultat est clair : 66% des spectateurs d'ADDA, et 72% de ceux des lieux partenaires ont vécu longtemps dans un autre département. Afin de préciser un peu cette période, on doit indiquer que la longueur de cette période à l'extérieur va de 1 à 60 ans, mais qu'elle est en moyenne de 17,5 ans pour les publics d'ADDA et de 19,5 ans pour ceux des lieux partenaires. Ces durées moyennes signifient qu'une part non négligeable de ces publics s'est installée après un premier parcours professionnel, ou la totalité de leur carrière accomplie ailleurs. Il est possible qu'il s'agisse, pour certains d'entre eux, d'un retour en Lozère au moment de la retraite. Mais la moyenne d'âge du public, assez basse, incite à penser qu'il s'agit aussi, et peut-être surtout, d'actifs qui ont fait de la Lozère le territoire de leur activité, et que la participation aux spectacles fait partie des nouvelles pratiques de territoires ruraux en recomposition, bien loin de l'image d'un public formé de natifs, de populations traditionnelles et enracinées. C'est cette dernière hypothèse qu'accréditent les entretiens. Nombre de témoignages évoquent ainsi des parcours qui

aboutissent en Lozère mais qui trouvent souvent leur origine dans un autre département. Et, c'est ce qu'évoquent aussi les spectateurs les plus âgés que nous ayons rencontré que les plus jeunes.

*« Nous sommes venus nous installés avec ma femmes dans les années 1970, en 1976 pour être précis. Nous sommes originaires de Lorraine pour moi et de Franche-Comté pour ma femme. Comme nous étions professeurs, nous avons fait une demande de mutation que nous avons eue tout de suite. C'est vraiment un choix de venir vivre ici... Le théâtre, les sorties culturelles, par nos métiers, on avait l'occasion... mais ça été aussi l'opportunité de rencontrer des gens au début. La Lozère, c'est pas bien grand, on retrouve vite les gens... Maintenant, ici à Marvejols, c'est un peu comme chez nous.... Et, puis on voit des auteurs, des artistes contemporains, c'est ça qui nous plait... de toujours avoir quelque chose à découvrir, même à 80 ans ! »* (Pierre et Marie, 80 ans et 72 ans, professeurs retraités)

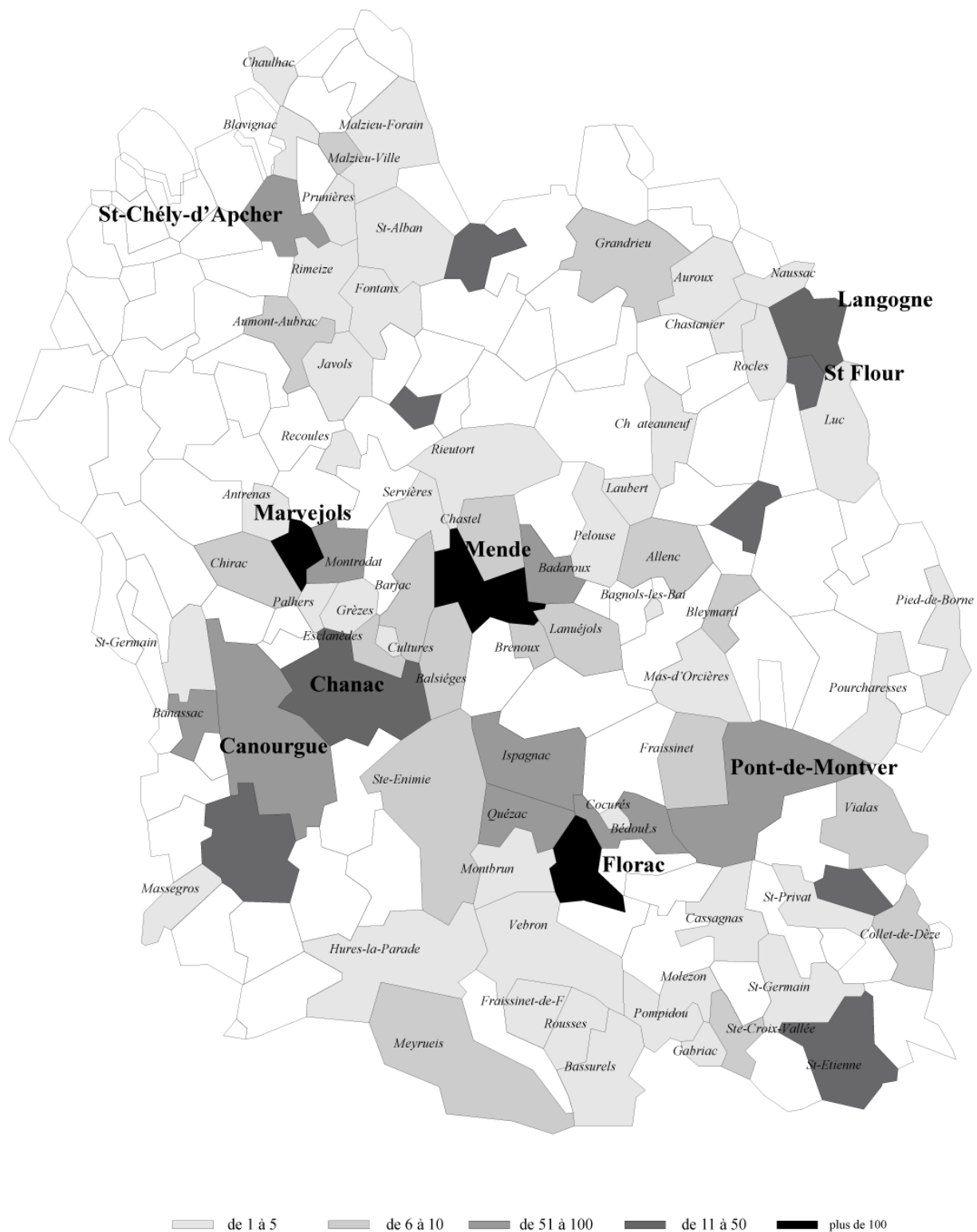
*« Moi, je suis arrivé le 1 septembre 2007 en Lozère, avant j'étais dans la région stéphanoise. En fait, c'est mon premier job que j'ai eu ici. J'ai pas hésité, je voulais me rapprocher du sud, ici on est à deux de Montpellier !... La culture en Lozère, y a ce qui faut, dans mon travail on insiste d'ailleurs beaucoup sur cet aspect pour présenter la région, et ses atouts pour les nouveaux arrivants comme moi ! »* (Philippe, 26 ans, chef de projet)

*« Avec mon mari, on est originaire de Normandie. On est prof tous les deux... On avait envie de changer d'air... Et ça Huit ans qu'on est là ! »* (Florence, 44 ans, professeur des écoles)

*« Moi, je suis originaire de la région mais j'ai vécu pendant 30 ans à Paris... Je suis en contact avec pas mal de monde de part mon travail dans le tourisme mais j'avoue que les sorties culturelles, c'est aussi l'occasion de me faire des amis quand je suis revenu... »* (Michel, 58 ans, employé)

A l'image de la région tout entière qui connaît un des seuils migratoires les plus importants, la part des natifs dans la population lozérienne tend à se réduire au profit d'individus issus d'autres régions, même si, il y a incontestablement un mouvement de retour à l'origine. Sans doute ADDA-Scènes Croisées bénéficie-t-elle de ce renouvellement démographique, tout en y contribuant à sa manière, si l'on admet que la présence d'une offre artistique professionnelle sur le territoire contribue à attirer une population nouvelle, qu'elle ait des racines lozériennes à réactiver, ou qu'elle fasse de ce département l'espace d'un nouveau projet de vie.

**Carte 1. La répartition des publics d'ADDA Scènes croisées et partenaires en 2011**



## 2. Les modalités de la fréquentation

Nous allons désormais observer des variables plus « dynamiques », liées aux modalités de fréquentation de l'offre de spectacles programmées par ADDA. Nous aborderons successivement la question du renouvellement que nous avons déjà entraperçue au cours des pages précédentes, et les questions corollaires de l'ancienneté et de l'intensité de la fréquentation. Nous évoquerons ensuite des aspects plus pratiques liés à la perception d'ADDA, aux modalités d'accès à l'information ou de la venue au spectacle. Nous terminerons enfin par les motivations des spectateurs.

### 25% de nouveaux venus en 2011

Comme nous l'avons déjà suggéré dans les pages précédentes, en l'espace de 6 mois d'enquête, nous sommes parvenus à identifier un certain nombre de spectateurs qui assistaient pour la première fois en 2010/2011 à un spectacle programmé par ADDA. Ces nouveaux venus comptent pour 25% des publics d'ADDA. Comparativement à d'autres enquêtes, il s'agit d'un taux élevé de renouvellement pour un public « de salle ». Il se rapproche, en les dépassant, des 23% des publics de la Scène Nationale de Cavaillon en 2004 (Djakouane, 2005) et des 21% des publics de l'Opéra de Montpellier en 2011 (Djakouane, Négrier, 2011), mais compte pour plus du double du renouvellement des publics de la Comédie-Française en 1997 (Beaudoin, Maresca, Guy, 1997). Il est en revanche nettement inférieur au 39% des festivals de 2008 (Négrier, Djakouane, Jourda, 2010), même si le renouvellement du public d'une manifestation ponctuelle ne peut être comparé terme à terme à celui d'une programmation étalée sur une saison.

Ce résultat est donc particulièrement intéressant à souligner dans le contexte lozérien car il fait montre d'une réelle capacité d'ADDA à renouveler un quart de son public chaque année. Ce bon résultat n'est pas le signe d'un public volatil, et ne présage en rien de la fidélité des publics. En effet, 75% des spectateurs avaient déjà assisté, au cours des saisons précédentes, à un spectacle dans la salle où nous les avons interrogés. Nous verrons tout à l'heure comment l'ancienneté se structure dans le temps. Et, nous aurons l'occasion d'insister sur ces chiffres s'agissant d'un département rural, aux jauges souvent assez limitées, et enfin d'un programmateur qui est désormais bien implanté en Lozère, depuis plusieurs années. Un nouveau spectateur sur quatre est, à ce titre, un indice de renouvellement assez significatif.

**Tableau 13. Le renouvellement en fonction des genres de spectacle**

Genre de spectacle	Déjà venus	Nouveaux venus	Total
Cirque	18%	82%	100%
Musique Contemporaine	55%	45%	100%
Musique Actuelle	71%	29%	100%
Théâtre et Conte	78%	22%	100%
Danse	85%	15%	100%
Musique Classique	80%	20%	100%
Théâtre Jeune Public	91%	9%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>100%</b>

On note que le taux de renouvellement du public varie en fonction du type de programmation. Ceux qui engendrent le plus de renouvellement sont le cirque et la musique contemporaine, et, dans une moindre mesure, les musiques actuelles. Les données sont toutefois à prendre avec précaution compte tenu de la place modeste qu'occupent cirque et musique contemporaine dans notre échantillon. Bien que la tendance soit moins marquée pour les musiques actuelles, c'est sans doute le genre de spectacle qui favorise le plus le renouvellement du public d'ADDA. En 2008, c'était d'ailleurs dans ce genre de festivals que les taux de renouvellement étaient les plus spectaculaires (47% aux Transes Cévenoles ; 53% à Détours du Monde en Lozère ; 70% à Chapiteuf, dans l'Aude).

A l'opposé, danse, musique classique et théâtre jeune public attirent surtout des habitués.

Chez les partenaires, le taux de renouvellement apparaît légèrement en retrait (21%). Cet écart s'explique aisément par un enracinement territorial plus évident dans le temps et dans l'espace pour ces derniers.

Un autre élément à pointer à propos du renouvellement concerne le double rapport à l'offre et au territoire qu'il révèle. Premièrement, on remarque que les taux de renouvellement sont plus importants sur les territoires les plus éloignés, ceux où l'offre culturelle est la moins dense. En moyenne, ADDA touche ainsi 47% de nouveaux spectateurs à La Canourgue, 39% à Langogne, et 30% à Saint-Chély d'Apcher. A l'image de ce que l'on constatait à Cavaillon en 2004 à propos des spectacles nomades, la délocalisation de l'offre culturelle permet de toucher un public nouveau. Ces résultats plaident très nettement en faveur de la poursuite de la décentralisation culturelle, et du rayonnement des institutions sur leur territoire d'implantation, *a fortiori* quant il s'agit de territoire rural. En Lozère, ADDA joue ce rôle d'animation territoriale, et les conséquences de son action apparaissent clairement à la lumière du renouvellement des publics qu'occasionne son action dans certaines parties plus reculées du département.

**Tableau 14. Le renouvellement suivant les lieux de spectacles ADDA**

Lieux	Ancien	Nouveau	Total
Mende	82%	18%	100%
Florac	82%	18%	100%
Chanac	79%	21%	100%
Marvejols	77%	23%	100%
St Flour de Mercoire	71%	29%	100%
St Chély	70%	30%	100%
Langogne	61%	39%	100%
La Canourgue	53%	47%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>100%</b>

Deuxièmement, ces résultats suggèrent que le renouvellement est plus important dans les lieux où aucune structure culturelle n'est présente. En effet, le renouvellement est nettement moins important à Mende, Florac ou Marvejols, villes où existent des établissements qui offrent une programmation annuelle. Ceci s'explique par le travail de

fidélisation que ces structures opèrent sur leur territoire. Faire venir de nouveaux spectateurs est donc d'autant plus difficile. Dans les lieux plus isolés, cette difficulté est en partie levée en raison du caractère non institutionnel des salles où sont programmés les spectacles ; il s'agit la plupart du temps de salle polyvalente. La barrière de l'institution et des préjugés qu'elle peut véhiculer est donc moins importante dans ces lieux. Dans ce contexte, on peut considérer que le renouvellement des publics occasionné par l'action d'ADDA est en partie autonome, et qu'il n'est pas assujéti à la présence d'un partenaire. Pour autant, nous nous garderons d'évaluer son action partenariale uniquement à la lumière de la variable du renouvellement. L'objectif du partenariat n'est pas, prioritairement, le renouvellement des publics. L'action d'ADDA irrigue celle de ses partenaires, notamment en les aidant à programmer des genres de spectacle sur lesquels elle détient une expertise avérée : la danse, le théâtre et le jeune public. Ce sont des genres où justement le renouvellement est plus faible et où le partenariat peut, à long terme, se révéler utile pour favoriser un élargissement du public.

**Tableau 15. Les partenariats suivant les genres de spectacles programmés**

Genre	Avec partenaire	Sans partenaire	Total
Théâtre	90%	10%	100%
Danse	78%	22%	100%
Théâtre Jeune Public	73%	27%	100%
Musique Classique	46%	54%	100%
Cirque	31%	69%	100%
Musiques Actuelles	9%	91%	100%
Musique Contemporaine	16%	84%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>60%</b>	<b>40%</b>	<b>100%</b>

Au final, les résultats dressent le portrait d'un nouveau venu plus jeune, masculin, plutôt issu des classes moyennes et populaires, bien que plus diplômés que la moyenne. C'est un spectateur globalement plus éloigné de l'offre culturelle en général, et surtout du théâtre et de la danse, comme l'atteste sa faible participation à ces activités culturelles. C'est enfin, un spectateur qui a besoin de ses sociabilités pour franchir le seuil des institutions culturelles et qui privilégie, à ce titre, la sortie entre amis.

C'est donc un renouvellement qui rime aussi avec élargissement social d'un public déjà plus populaire que la moyenne des salles de spectacle vivant en France. L'efficacité de ce renouvellement/élargissement est donc particulièrement remarquable dans un contexte territorial singulier, et porté par une institution au fonctionnement atypique, et plus difficilement identifiable que d'autres. Deux facteurs, qui tiennent à l'action et au dispositif des Scènes Croisées, semblent plus particulièrement favoriser ce renouvellement. D'une part, la diversité de l'offre proposée en termes de genre de spectacle qui laisse un choix plus large aux spectateurs, novices comme habitués, et qui favorise les passerelles entre différentes esthétiques. D'autre part, le rayonnement territorial de l'institution, qui dans un contexte rural, repousse les limites de la décentralisation en allant proposer une offre de spectacle dans des lieux où elle n'a pas toujours de place. Contre tout pessimisme ambiant qui laisserait un écho trop favorable aux critiques les plus acides à l'égard de l'action culturelle publique, ces deux éléments

viennent clairement rappeler que l'offre culturelle ne bénéficie pas toujours aux mêmes et que les institutions ont dans leurs mains des leviers pour bousculer les inégalités d'accès à la culture.

**Tableau 16. Les caractéristiques du renouvellement**

Variable	Public déjà venu	Nouveau public	Moyenne
Âge moyen	42 ans	37 ans	40 ans
Part des hommes	37	41	38
Part d'actifs	58	54	58
Bac + 3 et plus	42	46	43
Foyers à revenus de – 2000 €	45	52	47
PCS +	33	32	33
PCS -	24	30	26
Vient entre amis	29	36	31
Vient seul	15	11	14
Vient en couple	23	16	21
Nombre de spectacles dans l'année	3	2	3
Covoiturage	19	26	21
Pour un système de navettes	77	83	79
Part des abonnés	21	10	18
Non public des concerts	16	19	17
Non public du cinéma	5	10	6
Non public du théâtre	21	39	25
Non public du cirque	57	67	60
Non public de la danse	40	53	43
Non public du patrimoine, expos	21	21	21
Pratique artistique amateur	46	37	43
Pratique festivalière dans l'année	58	53	57
Connaissance d'ADDA-SC	73	34	63



## Une ancienneté relative

Le public d'ADDA n'est pas constitué de fidèles anciens, mais plutôt d'adeptes assez récemment recrutés ce qui laisse imaginer que le renouvellement des publics se fait de manière régulière et continue depuis plusieurs années. 63% des spectateurs sont venus pour la première fois assister à une représentation après 2006. Quant ceux qui situent leur première fois il y a plus de 20 ans, ils ne comptent que pour 9% de l'échantillon. Sans surprise, et en lien avec le renouvellement prononcé, ce sont les musiques actuelles et contemporaines qui ont le public le plus récent. Respectivement 75% et 77% d'entre eux, sont venus pour la première fois après 2006.

**Tableau 17. Ancienneté moyenne et médiane des premières fois (dans cette salle/ par ADDA)**

	1 <sup>ère</sup> fois dans la salle	1 <sup>ère</sup> fois programmation ADDA
Ancienneté moyenne	9 ans et 8 mois	5ans et 10 mois
Ancienneté médiane	7 ans et 6 mois	5 ans

Il est intéressant de comparer les premières fois qui concernent le lieu du spectacle et celles qui concernent la première fréquentation d'un spectacle programmé par ADDA<sup>4</sup>. Cette comparaison des anciennetés respectives nous montre, bien sûr, que la première fois dans la salle du spectacle du jour précède toujours celle d'un spectacle ADDA. Le plus souvent, les spectateurs découvrent donc ADDA en fréquentant un partenaire. On voit, par ailleurs, l'impact de la médiane en ce qui concerne la salle : un petit groupe de fidèles pèse sur la moyenne par rapport à la médiane. Concernant ADDA, c'est bien moins vrai : les 5 ans environ d'ancienneté semblent être vraiment la caractéristique centrale de ceux des spectateurs qui avaient déjà fréquenté, avant 2011, la programmation de l'opérateur lozérien. Les deux tiers des spectateurs ont participé à un spectacle programmé par ADDA postérieurement à 2004. Cette année correspond à la fusion entre Scènes Croisées et ADDA. Seuls 15% font remonter leur premier spectacle ADDA à plus de 10 ans, ce qui correspond à l'année où la structure avait changé de dénomination, en passant d'ADDMD (pour Association Départementale de Développement de la Musique et de la Danse) en ADDA (pour Association Départementale de Développement des Arts) et en affirmant son rôle de diffuseur. Avec ces 15%, nous sommes donc en présence d'un premier cercle d'habitues.

Les entretiens font ressortir deux profils distincts de spectateurs parmi les habitués. D'un côté, il y a ceux qui, comme Jacqueline, Pierre ou Elodie, fréquentent un des lieux partenaires mais qui suivent la programmation d'ADDA.

---

<sup>4</sup> La médiane correspond à un comportement central, avec autant de données d'un côté que de l'autre de ce point médian. Dans le cas de l'ancienneté de fréquentation, la médiane suggère qu'il y a autant de spectateurs à être allés il y a plus de 5 ans que moins de 5 ans au spectacle pour la première fois. La médiane permet d'éviter qu'un petit nombre de données spécifiques (ici, des spectateurs ayant une plus grande ancienneté, de l'ordre de 10 ans) ne pèsent artificiellement sur la moyenne.

« Je connais depuis 13 ans, depuis le début du partenariat avec la Genette Verte... Audrey, la directrice, nous en a parlé... Mais, après, je m'y suis vraiment intéressé quand j'ai emmené mon fils à l'école, là j'ai fait le lien. » (Jacqueline, 46 ans, agricultrice)

« Avec ma femme, on fréquente surtout le TMT, depuis..., je sais plus vraiment mais ça fait très longtemps... On connaît bien l'équipe, alors ils nous parlent de ce qu'ils font avec ADDA et les Scènes Croisées. » (Pierre, 80 ans, enseignant retraité)

« En fait, moi je vais au théâtre de Mende avec mes copines, et puis l'année dernière, une d'entre elles m'a dit que certains spectacles étaient programmés par ADDA, elle m'a expliqué ce que c'était » (Elodie, 23 ans, professeur des écoles)

De l'autre côté, ceux qui connaissaient ADDA avant, et qui la plupart du temps connaissent directement un membre de l'équipe, que soit par le biais de l'école de musique, du travail ou de relations personnelles. Florilège.

« Ca fait 5 ou 6 ans que j'ai identifié les spectacles d'ADDA, avant je pense que j'y allais sans le savoir. C'est quand j'ai commencé à travailler ici que, forcément, j'ai découvert tous les lieux culturels du département. » (Laurence, 28 ans, chargée de développement)

« En fait, j'ai connu ADDA par l'école de musique, j'y venais pour mes enfants, et voilà... Enfin, j'ai rencontré des gens de l'équipe, et depuis c'est eux qui me tiennent au courant des spectacles. » (Patrick, 60 ans, enseignant)

« Je connais depuis le début, j'ai été associée à la création au début des années 1990... et depuis, j'ai pas lâché. Je connais toute l'équipe. » (Sylvie, 59 ans, fonctionnaire)

Comme le montrent ces extraits, la proximité avec les personnels de l'institution est également vraie pour les partenaires, ce qui témoigne du rôle important de proximité et de prescription que jouent les membres des équipes respectives dans l'entretien d'une certaine sociabilité avec le public. Ceci est également lié au fait que les spectateurs de spectacle vivant en Lozère forment une certaine communauté qui se connaît et se reconnaît, si bien que beaucoup ont souvent l'impression de retrouver les mêmes personnes. Ce sentiment partagé n'est d'ailleurs jamais évoqué de manière négative, au contraire.

### 3 spectacles par saison en moyenne

Pour approcher au plus juste les modalités de fréquentation d'ADDA et de ses partenaires, nous avons successivement interrogé les spectateurs sur le nombre de spectacles vus en 2009/2010, et sur les spectacles prévus en 2010/2011. Sur ces deux saisons, nous avons également fait la distinction entre les spectacles vus dans la salle où ils remplissaient le questionnaire et les spectacles ADDA.

**Tableau 18. Comparatif ADDA/Salle du nombre de spectacle vus 2010 et prévus en 2011**

Nb de spectacles	Salle 2010	ADDA 2010	Salle 2011	ADDA 2011
1	23%	28%	21%	19%
2	24%	29%	23%	28%
3 ou 4	27%	26%	30%	30%
5 et plus	26%	17%	26%	23%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Médiane</b>	2	2	3	2
<b>Moyenne</b>	3,1	2,7	3,2	3,3

D'une programmation à l'autre et d'une saison à l'autre, les spectateurs assistent en moyenne à trois spectacles. La moyenne est légèrement supérieure dans les salles ce qui est normal compte tenu du fait qu'ADDA ne dispose pas de salle propre. En 2010, la répartition globale est assez homogène. On note que 57% des spectateurs ADDA n'ont assisté qu'à un ou deux spectacles, tandis que 17% l'ont fait plus de 5 fois au moins. Cette même année, ils sont 47% à avoir assisté à un ou deux spectacles programmés dans la salle où ils ont été enquêtés mais 26% l'ont fait 5 fois et plus.

Le nombre de spectacles vus d'une salle à l'autre est assez proche, seule pointe une légère supériorité du nombre de spectacles prévus pour l'année 2011 dans les salles partenaires, ce qui est logique. Ce sont surtout les nouveaux spectateurs qui prévoient d'assister à moins de spectacles que les anciens, comme si l'entrée dans la « carrière de spectateur » procédait par étapes. On notera aussi que l'augmentation prévue du nombre de spectacles est supérieure s'agissant d'ADDA, si bien qu'en 2011, 53% des spectateurs prévoient d'assister à au moins 3 spectacles programmés par ADDA. Toute proportion gardée, c'est un peu le signe d'une reconnaissance croissante, pour un opérateur qui n'est pas enraciné de manière aussi évidente qu'un lieu, ni depuis si longtemps.

Mais ces chiffres sont aussi influencés par le genre de spectacle programmé. C'est ici que des différences entre ADDA et ses partenaires méritent d'être soulignées. En ce qui concerne la salle, le tableau ci-après montre que la participation à la programmation musicale est bien plus occasionnelle qu'au théâtre. 77% des amateurs de musiques actuelles et 72% des amateurs de musique classique ont vu en 2009-2010 entre 1 et 2 spectacles, tandis que 68% des amateurs de théâtre ont vu au moins 3 spectacles. Ces résultats reflètent à la fois la place que le théâtre occupe dans la programmation des salles mais aussi le caractère plus volatil de la participation des amateurs de musiques, et notamment de musiques actuelles. La danse fait ici office de genre médian sans

particularité propre, ce qui n'est pas le cas lorsqu'on regard les spectacles programmés par ADDA.

**Tableau 19. Le nombre de spectacles des salles vus en 2010 en fonction des genres**

SALLE 2010	1	2	3 ou 4	5 et plus	Total
Danse	20%	25%	29%	27%	100%
Musique Actuelle	43%	24%	24%	8%	100%
Musique Classique	36%	36%	17%	11%	100%
Musique Contemporaine	15%	40%	15%	30%	100%
Théâtre	13%	18%	31%	37%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>23%</b>	<b>24%</b>	<b>27%</b>	<b>26%</b>	<b>100%</b>

**Tableau 20. Le nombre de spectacles ADDA vus en 2010 en fonction des genres**

ADDA 2010	1	2	3 et 4	5 et plus	Total
Danse	22%	25%	32%	21%	100%
Musique Actuelle	33%	33%	24%	10%	100%
Musique Classique	41%	35%	18%	6%	100%
Musique Contemporaine	30%	20%	20%	30%	100%
Théâtre	26%	33%	26%	16%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>28%</b>	<b>29%</b>	<b>26%</b>	<b>17%</b>	<b>100%</b>

En effet, la participation la plus intense à la programmation ADDA porte sur les spectacles de danse : 53% des amateurs de danse voient au moins 3 spectacles par saison. Les entretiens confirment d'ailleurs l'existence d'une appétence spécifique à la danse, genre souvent présenté comme peu diffusé en Lozère, en dehors de la programmation des Scènes Croisées. La danse constitue donc un attrait spécifique de la programmation d'ADDA qui favorise une certaine assiduité du public. A l'opposé, et comme pour les salles, la participation est plus occasionnelle, pour les musiques, qu'elles soient actuelles ou classiques. Un tiers des mélomanes n'assistent qu'à un seul concert, et près de 70% n'assistent qu'à un ou deux concerts. Le cas de la musique contemporaine fait figure d'exception dans la mesure où les spectacles enquêtés sont essentiellement ceux du festival des Instants Sonores, où le nombre de spectacles proposés est plus important. Quoiqu'il en soit, la musique constitue aussi un attrait spécifique de la programmation des Scènes Croisées (ADDA et partenaires) qui favorise la venue d'un public sociologiquement différent (plus jeune et plus populaire pour les musiques actuelles) et le mélange des générations. Enfin, sur cette question de l'assiduité, les spectateurs de théâtre de la programmation ADDA ont, à cet égard, un comportement moyen. Les cas du cirque et du théâtre jeune public ne sont pas commentés ici compte tenu de leurs faibles effectifs.

Cette comparaison a cependant des limites car il est vraisemblable que les spectateurs n'ont pas toujours établi une claire distinction entre les deux types de programmation. C'est notamment lié à une question d'identification d'ADDA en tant qu'opérateur.

## L'identification d'ADDA

« En fait, avant l'enquête, j'en avais jamais entendu parler... ADDA, c'est ça ? Non, moi je fréquente la Genette Verte surtout, et pour voir du théâtre. » (Alain, 40 ans, technicien)

La pratique du spectacle est généralement associée à un lieu et, plus généralement comme nous le verrons, à des pratiques sociales. Mais elle n'est pas nécessairement familière des opérateurs qui sont à l'origine des offres artistiques. Dans le cas de la Lozère, il est évident que le repérage d'ADDA, en tant qu'opérateur, n'est pas une vérité partagée par tous.

« C'est vrai que bon, c'est pas facile de faire le distinguo, et de dire quel spectacle est programmé par qui... Avec mon mari, on s'est abonné au TMT et au Théâtre de Mende cette année pour la première fois, mais les Scènes Croisées ne sont pas faciles à identifier au milieu de tout ça... Heureusement, on a des amis qui nous aide à nous repérer. » (Florence, 44 ans, professeur des écoles)

C'est pourquoi nous avons souhaité savoir si les spectateurs avaient ou non conscience de participer à un spectacle programmé par ADDA Scènes Croisées. Le résultat est mitigé, mais il convient d'indiquer que plus de la moitié (58%) avaient connaissance du fait avant de venir. Cette reconnaissance d'ADDA est toujours supérieure à 50% quelque soit le genre de spectacle, mais elle atteint des sommets du côté du spectacle jeune public et de la musique contemporaine, alors qu'elle est de 50% exactement pour les spectateurs des musiques actuelles. Musique contemporaine, danse et théâtre jeune public sont ainsi des éléments typiques de l'offre d'ADDA clairement identifiés par les spectateurs.

**Tableau 21. Reconnaissance d'ADDA suivant le genre de spectacle**

Étiquettes de lignes	Non	Oui	Total
Musique Actuelle	50%	50%	100%
Cirque	49%	51%	100%
Théâtre	47%	53%	100%
Musique Classique	42%	58%	100%
Danse	33%	67%	100%
Musique Contemporaine	32%	68%	100%
Théâtre Jeune Public	27%	73%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>42%</b>	<b>58%</b>	<b>100%</b>

Les entretiens confirment ces tendances en soulignant leur attachement à la danse et au spectacle jeune public, qu'il s'agisse dans ce dernier cas, de professeurs attentifs à trouver un cadre vivant à leur activité pédagogique ou de parents désireux de faire découvrir le théâtre à leurs enfants.

« Ca fait 5 ans, que je connais ADDA à cause de sa programmation pour les scolaires, comme je suis prof de français, ça m'a tout de suite intéressé pour organiser des sorties avec les élèves. La programmation jeune public, on va tout

*voir, que ce soit en famille ou avec mes élèves, faut faciliter la formation du spectateur chez les enfants. » (Frédérique, 31 ans, enseignante)*

*« Au départ, j'emmenais les enfants pour leur faire découvrir le théâtre, c'est important d'avoir une ouverture d'esprit sur ce genre de choses. C'est vrai qu'avec ADDA, la programmation jeune public et vraiment bien, même pour les adultes, c'est toujours original ! » (Adeline, 52 ans, employée)*

*« Moi, je viens la musique et pour la danse. De toute façon, en Lozère à part ADDA, y a pas de danse... Moi, ça me donne une ouverture sur autre chose, et puis c'est fort émotionnellement. » (Laurence, 28 ans, chargée de développement)*

*« La danse, c'est innovant et varié, j'y vais sans me poser de questions, et puis on sait que le travail des Scènes Croisées c'est professionnel et de qualité. » (Jacqueline, 46 ans, agricultrice)*

Comme une évidence, les spectateurs déjà venus savent en majorité être en présence d'un spectacle programmé par ADDA (67%), tandis qu'un tiers seulement des nouveaux spectateurs sont dans ce cas (32%). Que les spectateurs sachent ou non que le spectacle était programmé par ADDA, nous souhaitons aussi savoir s'ils connaissaient ou non l'opérateur lozérien. 63% l'affirment, avec les mêmes variations au gré des genres : 51% pour les spectateurs de musiques actuelles, et près de 70% pour ceux de la danse et du théâtre jeune public. Mais l'information la plus intéressante concerne la variation de cette connaissance en fonction du programmateur. On aurait pu s'attendre, en effet, à ce que les publics de spectacles ADDA la repèrent plus nettement que les autres. Ce n'est pas le cas. Si l'on isole les anciens spectateurs des deux ensembles, ceux des lieux partenaires sont même un peu plus nombreux à connaître l'existence d'ADDA (77% contre 73%). C'est le signe qu'il n'y a pas, entre ces publics, de frontière très nette produite par l'identité du programmateur. Le genre programmé (entre disciplines, au sein des disciplines) a, lui, bien plus d'impact, comme on l'a vu précédemment.

En moyenne, le spectateur connaissant ADDA la connaît depuis 6 ans et demi. Un groupe de fidèles la connaît depuis le début, d'ailleurs. Près de 30% du public fait remonter cette connaissance à 10 ans. La médiane, qui énonce plutôt un comportement standard, est de 5 ans. Cette connaissance est plus ancienne pour les publics de la danse, de la musique classique et du théâtre jeune public. Elle l'est aussi pour les publics des lieux partenaires que pour ADDA. Mais ici, l'élément intéressant est le suivant : les nouveaux spectateurs, dont on aurait pu croire qu'ils connaissaient peu ADDA, puisque ne fréquentant pas ses spectacles, la repèrent pourtant depuis plusieurs années ! En moyenne, un nouveau spectateur en 2011 connaissait ADDA depuis 4 ans et demie. Cela témoigne du fait qu'il existe un halo de reconnaissance d'ADDA sur le territoire lozérien au-delà même de la fréquentation des spectacles. Cela peut également donner l'image d'un public potentiel (celui qui connaît sans – encore ? – fréquenter) bien plus important que l'actuel.

## L'information par les sociabilités

Comment les spectateurs apprennent-ils l'existence du spectacle auquel ils se rendent ? Cette question classique des enquêtes de publics a fait l'objet d'une question détaillée, où la hiérarchie est assez clairement établie. La lecture du tableau suivant est intéressante à plus d'un titre.

**Tableau 22. S'informer des spectacles**

Source d'information	%
Les amis	22
Les affiches, les tracts	13
D'autres lieux culturels	13
La famille	12
La plaquette d'Adda.Scènes Croisées	9
La plaquette de la salle de ce soir	9
Des relations professionnelles	9
Les médias (presse, radio, TV... )	5
Les mails personnalisés, les Newsletters	5
Le site Internet de la salle de ce soir	2
Le site Internet d'Adda.Scènes Croisées	1
<b>Total</b>	<b>100</b>

D'un côté, on peut voir la pluralité des modes d'accès à la connaissance de l'offre artistique. Des supports totalement distincts sont en tête du classement, des amis à la famille, en passant par les affiches et plaquettes. Ils ont cependant tous pour caractéristique d'être assez traditionnels. Pour preuve de cela, on peut examiner a contrario les supports qui sont les moins prisés, et constater qu'il s'agit des nouvelles technologies de communication. Ces instruments, qui « fonctionnent » légèrement mieux dans les programmations aux publics plus jeunes, comme les musiques actuelles, sont toujours largement dominés par les anciens canaux de communication. Symptomatiquement, pour les spectateurs des musiques actuelles, l'information par les amis est deux fois plus présente que la moyenne, en atteignant le chiffre de 43%. Contrairement à une idée reçue, la plus grande pénétration des TIC et des médias rapides chez les jeunes ne bouleverse pas nécessairement leur rapport à l'information de sortie.

L'autre manière d'envisager ces chiffres est de mesurer le poids des relations sociales dans l'information, puis le choix de sortie. Les amis, la famille, les relations professionnelles, et les autres lieux représentent plus de 56% du total des modalités. C'est encore plus vrai concernant les nouveaux spectateurs, pour lesquels le déclenchement de la participation est fortement conditionnée par les transmissions amicales et familiales. Si nous mettons les « autres lieux » dans les relations sociales, c'est pour avoir analysé le détail des réponses désignant cet « autre lieu » : il s'agit de quatre grands types : le lycée, l'école de danse ou de musique, le centre culturel, le théâtre. Les associations, le comité d'entreprise, l'office du tourisme constituent des réponses plus marginales. Et quel est le point commun de cet ensemble de « lieux » ?,

c'est qu'on y puise de l'information par la rencontre. Certes les médias de la distance (presse, radio et TV, TIC) constituent un incontournable centre de ressources, mais ils n'interviennent pas directement dans le déclenchement de la décision de sortie.

Cela peut s'expliquer de deux façons. La première est que les spectateurs ne reconnaissent pas facilement avoir subi l'influence d'un média. Et même si nous avons posé la question de savoir « comment s'est-on informé ? », et non « qu'est-ce qui nous a décidé ? », la personne peut voir dans sa réponse un certain conditionnement. La seconde interprétation quant au rôle très modeste des médias, c'est qu'ils constituent la matière première des « leaders » qui diffusent ensuite l'information selon un mode plus social, au sein d'univers distincts. C'est donc à la fois ce qui permettrait d'expliquer l'importance des médias, jusqu'aux nouveaux outils numériques, sans céder à la thèse simpliste de la substitution.

### Le rapport à la programmation : d'abord la musique et le théâtre

Cette nouvelle question visait à savoir pour quels types de spectacles on choisissait la programmation d'ADDA. Nous avons donné le choix des types suivants : théâtre, musique, danse, cirque, arts de la rue. Bien sûr, on peut imaginer que la réponse apportée n'a pas concerné que ADDA mais, pour un nombre certains de spectateurs, leurs choix plus généraux à l'égard de ces pratiques. Les résultats sont cependant intéressants, car ils montrent l'existence d'une certaine hiérarchie entre ces univers artistiques, visible en fonction des notes qu'obtient chaque type<sup>5</sup>. Le tableau ci-après présente des résultats globaux qui, on le comprend aisément, varient en fonction des genres de spectacles auxquels assistaient les publics. Ainsi, un spectateur rencontré au cours d'un concert de musiques actuelles aura moins tendance à indiquer qu'il vient souvent au spectacle ADDA pour le théâtre qu'un spectateur rencontré à l'occasion d'un spectacle théâtral. Malgré tout, la musique qui est légèrement en avance, est presque à égalité avec le théâtre.

**Tableau 23. Les spectacles ADDA auxquels on vient (échelle moyenne /20)**

Type de spectacle	Tous publics	Ancien public	Nouveau public
Musique	10,1	11,2	6,2
Théâtre	9,3	10,6	4,8
Danse	7,5	8,3	4,3
Arts de la rue	6,9	8,0	3,7
Cirque	5,5	6,2	3,1

Lorsque l'on observe les pratiques des nouveaux publics, on observe exactement la même hiérarchie, mais avec une intensité plus faible. On l'a vu, le nouveau public se caractérise par une moindre intensité de pratiques culturelles. Il est donc parfaitement logique de retrouver cet écart ici, ainsi qu'on peut l'observer sur la colonne de droite du tableau précédent.

<sup>5</sup> Pour établir cette hiérarchie, nous avons noté les réponses des spectateurs en fonction de leur intensité, soit les notes suivantes : très souvent = 3, assez souvent = 2 ; Peu souvent = 1 ; Jamais = 0). À partir de ces résultats, nous avons donné à chaque type une note qui résulte du cumul de ces scores.



L'intérêt de ce tableau est double. D'un côté, il nous montre une hiérarchie qui est assez cohérente avec la hiérarchie des pratiques culturelles, où la musique est en tête par rapport aux autres genres. Mais de l'autre, si l'on confronte cette hiérarchie avec celle des pratiques culturelles réelles (cf. supra), on observe un certain resserrement entre les différents genres. Par exemple, lorsque l'on interroge les spectateurs sur leurs pratiques en général, le cirque est très marginal ; mais il l'est bien moins lorsqu'on demande au public pour quel type de spectacle il participe à la programmation d'ADDA. Cela signifie d'une part que la palette multidisciplinaire d'ADDA est reconnue, et qu'au niveau des intentions, il existe une appétence pour ce type de programmation diversifiée, même si elle ne se traduit pas ensuite exactement et simultanément en termes de pratiques. Ces constats sont assez comparables qu'il s'agisse du public habitué ou du nouveau public. Si ce dernier déclare une participation de moindre intensité, il s'inscrit dans la même hiérarchie de pratiques, avec la musique en tête, et le cirque en queue. Il en est de même pour l'absence de distinction entre les publics d'ADDA et ceux des lieux partenaires.

### Une sortie entre amis et en famille

Nous disions que l'information sur les spectacles était fortement liée à des instances sociales. En est-il de même en ce qui concerne la venue au spectacle lui-même ? Nous avons proposé plusieurs modalités d'accompagnement de « seul » à « en groupe ». Le résultat est intéressant à commenter.

**Tableau 24. L'accompagnement au spectacle**

Étiquettes de lignes	Amis	Famille	Couple	Seul	Groupe	Total
Musique Actuelle	53%	13%	18%	12%	3%	100%
Cirque	36%	28%	17%	6%	14%	100%
Musique Contemporaine	33%	20%	12%	27%	8%	100%
Théâtre	29%	17%	26%	11%	17%	100%
Danse	24%	39%	17%	15%	5%	100%
Musique Classique	10%	31%	35%	24%	0%	100%
Théâtre Jeune Public	0%	82%	9%	0%	9%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>31%</b>	<b>25%</b>	<b>21%</b>	<b>14%</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>

D'un côté, nous retrouvons des constats déjà émis au sujet des publics des festivals comme des publics de certains lieux de musique savante, l'orchestre de Montpellier, ou de théâtre public, la scène nationale de Cavailon, par exemple. La sortie au spectacle se fait très rarement seul (14% ici) car cette pratique culturelle est avant tout une pratique sociale, et cela encore plus nettement lorsqu'on est nouveau spectateur. Dans ce dernier cas, la venue entre amis ou en groupe est encore plus valorisée. D'un autre côté, le caractère social de ces pratiques est influencé par le type de programmation en question. Comme on peut le voir au-delà des moyennes, le fait de venir seul et/ou en couple est plus fortement connoté du côté des musiques classiques, tandis que pour les musiques actuelles, en cohérence avec ce que nous constatons pour l'information sur les spectacles, ce sont les amis qui sont les accompagnateurs majoritaires (53%).

Plus étonnants sont pour nous deux autres chiffres. Le premier est lié au rôle de la famille dans l'accompagnement aussi bien sur le plan général qu'à propos des spectacles de danse où son importance est encore accrue. Sur le plan général, si nous comparons ce résultat avec ceux de Cavaillon, on constate que les modalités de sortie n'ont pas la même importance : la sortie en couple arrivait en tête (39%), devant les amis (35%), et très loin devant la sortie en famille pour à peine... 13%! Sur le plan de la danse maintenant, si nous comparons ce chiffre à nos résultats sur les spectacles de danse lors des festivals étudiés en 2008, nous ne pouvons que constater un fort écart de résultats. Tandis que 39% des spectateurs lozériens viennent en famille assister au spectacle danse, ils n'étaient que 17% parmi les festivaliers, alors que 40% venait en couple. D'une manière générale, l'importance du public familial témoigne ici de l'effort fait en matière de programmation jeune public que nous n'avions pas pu mesurer faute de spectacles suffisants. Ce résultat prouve à lui seul l'impact de ce travail, et sa capacité à se prolonger au-delà des spectacles spécifiquement dédiés au jeune public. Dans certains cas, cela témoigne également du rôle prescripteur que jouent les enfants auprès de leurs parents en matière de sortie culturelle. Même si le fait qu'il se porte en priorité sur la danse reste pour l'instant un mystère, en dehors des stages de danse organisés pour les enfants. Au-delà, il nous semble que cela traduit enfin une spécificité de l'approche du spectacle en Lozère où la famille constitue, bien plus que dans les univers très urbains, un vecteur de pratiques culturelles plus évident.

Enfin, on notera que la venue en couple marque la spécificité de la venue aux spectacles programmés par les lieux partenaires. C'est le cas pour 42% d'entre eux, contre seulement 21% pour les publics d'ADDA, pour lesquels la modalité de venue entre amis est nettement en tête (31%). On retrouve chez les partenaires des données plus proches de celles de nos autres enquêtes auprès des festivals ou des publics d'autres salles (Cavaillon ou Opéra), ce qui renforce *in fine* la spécificité d'ADDA.

## 56% viennent en voiture

Comment vient-on au spectacle, au-delà de l'information et de l'accompagnement social, touche au moyen concret d'accéder au lieu. Particulièrement en Lozère, cette question est déterminante au vu de la basse densité de l'habitat, des modalités de circulation et du climat qui, en hiver, peut entraver les déplacements.

*« C'est vrai qu'avec la neige, l'hiver, c'est dangereux. Et les déplacements deviennent vite contraignants. C'est plus facile quand c'est à côté. La navette ? Je l'ai jamais prise mais pourquoi pas ? L'hiver, je serais plus rassurée. »* (Florence, 44 ans, professeur des écoles)

La voiture individuelle constitue encore, et de loin, la modalité par excellence d'accès au spectacle. Mais le covoiturage nous semble développé de manière très intéressante, en se situant au même niveau que la venue à pied. Celle-ci est évidemment plus répandue dans les univers plutôt urbains, comme l'indique le fait que ce soit une modalité plus répandue pour le théâtre. La pratique des navettes reste pour l'instant très limitée. Sans doute l'arbitrage entre ces différents modes est-il lié à des contraintes physiques objectives.

*« Pour moi, la route c'est pas un problème mais je peux comprendre que cela le soit pour beaucoup. Les routes ne sont pas faciles, et puis il faut dire que la voiture, ça coûte quand on rajoute ce qu'on dépense pour aller au travail ! La*

*navette, je crois que serait encore plus galère. Il faudrait quand même prendre la voiture pour aller jusqu'à la navette, être à la bonne heure... En fait, on a aussi vite fait d'y aller directement en voiture » (Françoise, 55 ans, enseignante)*

Mais il faut également signaler qu'il dépend aussi d'un rapport plus symbolique à la venue au spectacle, au mode social privilégié. Ainsi il n'est pas étonnant que pour un concert de musique classique, soit à la fois privilégié, comme on l'a vu, la venue en couple et, ici, en voiture. Par contre, l'importance de la venue entre amis pour les musiques actuelles ne génère pas un niveau très élevé de covoiturage (23%), une modalité qu'on aurait pu trouver ici à un plus haut niveau.

**Tableau 25. Le mode d'accès au spectacle**

Genre	Voiture	A pieds	Co voiturage	En navette	Total
Théâtre Jeune Public	91%	9%	0%	0%	100%
Musique Classique	76%	14%	10%	0%	100%
Danse	64%	11%	26%	0%	100%
Musique Contemporaine	55%	24%	22%	0%	100%
Musique Actuelle	54%	23%	22%	1%	100%
Théâtre	47%	28%	21%	4%	100%
Cirque	42%	22%	11%	25%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>56%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>2%</b>	<b>100%</b>

La navette, encore peu utilisée, bénéficie pourtant d'un *a priori* très favorable : 79% des spectateurs en souhaitent le développement entre les différentes salles du département, et cela aurait pour effet une augmentation du nombre de spectacles fréquentés par 74% d'entre eux. Les spectateurs les plus favorables à ce développement des navettes sont ceux des musiques actuelles, de la musique contemporaine et du cirque, de même que les nouveaux publics en général, d'ADDA ou des lieux partenaires.

*« Oui, la route et la distance, c'est problématique, surtout en hiver à cause de la neige... Et puis en semaine, y a la fatigue de la journée, ça devient vite dangereux... Et, on a pas forcément envie de reprendre la voiture pour aller au théâtre... La navette ? Je l'ai jamais utilisé mais cette une bonne idée. » (Sylvie, 59 ans, fonctionnaire)*

Pour avoir une autre idée de l'impact des questions de transport en lien avec le spectacle dans un département rural, les lozériens parcourent en moyenne 21,2 kilomètres pour se rendre au lieu de représentation. Pour pratiquement tous les genres de spectacle, la moitié du public a certes à faire moins de 5 kilomètres, mais 37% en font plus de 10. On peut également mesurer cette distance en temps : en moyenne, on est à 24 minutes du lieu. La contrainte du déplacement est en partie intégrée comme une donnée structurelle par les lozériens : lorsqu'on leur demande combien de kilomètres, à titre exceptionnel, ils seraient prêts à parcourir pour se rendre à un spectacle, ils indiquent des chiffres bien plus élevés : 91 kilomètres en moyenne, pour une durée de 1 heure et 17 minutes.

**Tableau 26. La distance au spectacle**

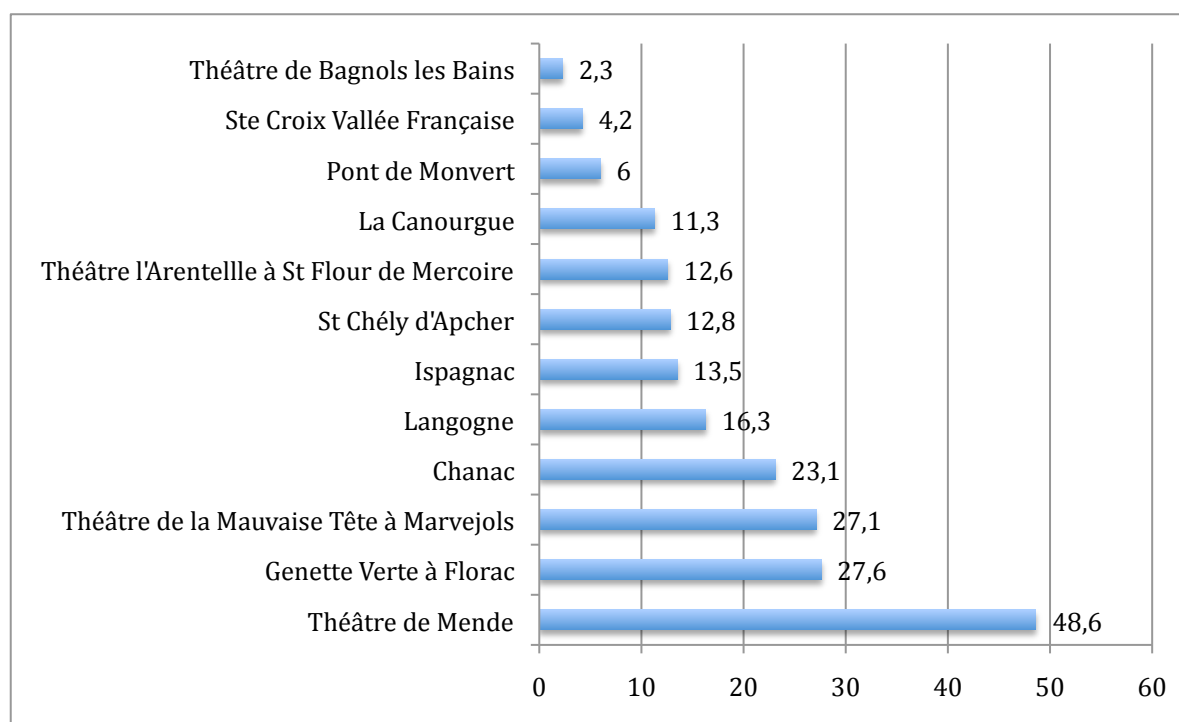
Distance	Moyenne
Parcours (kms)	21
Temps de parcours (minutes)	24
Distance consentie exceptionnellement (kms)	91
Temps consenti exceptionnellement (minutes)	77

Le public lozérien est donc, par habitude et par nécessité, un public très mobile. Il ne l'est pas plus, d'ailleurs, pour les spectacles d'ADDA : si 49% de ces derniers parcourent plus de 10 kilomètres pour se rendre au spectacle, ils sont 60% parmi les publics des lieux partenaires, qui se déclarent également prêts à parcourir plus de kilomètres pour se rendre au spectacle : 66% sont prêts à un trajet de plus de 20 kilomètres, contre 57% pour les publics d'ADDA.

### Lieux fréquentés et pratique d'abonnement

En première approximation, on peut proposer un autre regard sur cette mobilité, en s'intéressant aux lieux qui sont fréquentés par les lozériens. Leur diversité est assez grande, même si le théâtre de Mende joue, avec près de la moitié des fréquentations indiquées, un certain rôle de centralité, et ce en dépit de sa moindre importance démographique vis-à-vis de la plupart des chefs lieux de département.

**Graphique 3. Les lieux de spectacles fréquentés par le public d'ADDA**



NB : Le total des pourcentages est supérieur à 100 puisque plusieurs réponses étaient possibles. Ce graphique signifie que 48,6% des spectateurs fréquentent le théâtre de Mende.

Nous reviendrons sur ces données plus loin, mais indiquons d'emblée que cette fréquentation polycentrique dépasse de très loin la simple répartition de nos publics en

fonction des lieux d'enquête. Il existe, pour la plupart des spectateurs, une pratique du déplacement vers des lieux parfois très distants. Celle-ci va de pair avec la faible proportion d'abonnés sur l'ensemble des publics rencontrés : seuls 18% d'entre eux le sont, contre 82% de spectateurs achetant leur entrée à la place.

**Tableau 27. La part des abonnés suivant le renouvellement et les lieux**

		ADDA	Partenaires
<b>Nouveaux</b>	Abonnés	10	16
	Non abonnés	90	84
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Habituels</b>	Abonnés	21	26
	Non abonnés	79	74
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Deux constats s'imposent. D'une part les spectateurs des lieux partenaires sont plus souvent abonnés que ceux d'ADDA, ce qui semble logique avec ce que nous avons vu précédemment en matière de densité de fréquentation, et avec le rapport à un lieu propre de spectacle et sa programmation. D'autre part, et en toute logique, les nouveaux spectateurs sont moins souvent abonnés même si les partenaires sont encore devant. Ceci traduit, à l'instar d'autres résultats, le fait que l'abonnement constitue une voie de confirmation dans le rapport au spectacle, et non une modalité d'accès initial.

Le rapport aux lieux et à leur programmation passe par l'examen de la nature de ce lien. Depuis le début de ce rapport, on constate que le public d'ADDA se distingue de bien des publics d'autres salles, où une proportion significative, sinon majoritaire, est abonnée. Mais ce résultat varie en fonction des types de spectacles. Sans surprise, ce sont les publics du théâtre qui sont les plus familiers de l'abonnement.

**Tableau 28. La pratique de l'abonnement selon le spectacle**

Genre	Abonnés	Non abonnés	Total
Théâtre	31%	69%	100%
Musique Contemporaine	22%	78%	100%
Danse	19%	81%	100%
Musique Classique	5%	95%	100%
Musiques Actuelles	5%	95%	100%
Cirque	3%	97%	100%
Théâtre Jeune Public	0%	100%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>18%</b>	<b>82%</b>	<b>100%</b>

Ici, nous assistons à une partition du public en trois grands ensembles. En premier rang se trouve le théâtre, celui où l'abonnement demeure une modalité assez répandue, environ un spectateur sur trois. En deuxième rang viennent la musique contemporaine et la danse, où un spectateur sur cinq est abonné. On notera que ces trois premiers genres sont généralement considérés, et nous le verrons plus loin, comme attirant les catégories disposant des niveaux de capital social et scolaire les plus élevés. En troisième rang viennent les autres musiques, le cirque, ainsi que le théâtre Jeune Public, pour lequel la voie presque unique d'accès au lieu passe par l'achat du ticket à la place.

## Choisir un spectacle

Dans ce nouveau paragraphe, nous cherchons à connaître les motivations des spectateurs à l'heure de décider d'assister à une représentation. Ces motivations peuvent être de plusieurs ordres, et nous n'avons pas souhaité contraindre les personnes à un choix entre modalités, mais leur proposer au contraire de nous dire pour chacune l'intensité de son influence (beaucoup, assez, peu, pas du tout) sur leur choix. C'est ce qui nous permet de présenter ensuite la note obtenue par chaque modalité, sur l'échelle de notation la plus usuelle, sur 20.

**Tableau 29. Les modalités de choix des spectacles**

Modalités de choix	Note / 20
Les artistes, l'œuvre	17,5
Les conseils de vos proches	14,6
La proximité du lieu	14,2
La confiance dans la programmation de la salle	12,0
La confiance dans la programmation Adda.Scènes Croisées	10,2
Les médias (presse, radio, TV...)	9,8
La communication d'Adda.Scènes Croisées	8,9

Les spectateurs lozériens, comme leurs homologues des festivals de musique et de danse ou bien ceux des lieux permanents que nous avons déjà étudiés, sont d'abord motivés par la programmation proposée. Celle-ci atteint un très haut niveau d'influence, ce qui permet de fortement discuter des hypothèses parfois émises d'une indifférenciation du spectacle dans l'ensemble des loisirs, d'une logique de consommation moins attentive qu'auparavant aux propositions artistiques en termes de contenus, et autres pessimismes nostalgiques sur ce que serait devenu le rapport au spectacle aujourd'hui.

En deuxième rang interviennent deux dimensions qui, à notre avis, désignent assez bien la problématique du spectacle en Lozère : les conseils des proches et la proximité du lieu. Nous trouvons ici des niveaux de motivation supérieurs à ce que nous constatons par ailleurs. Cela signifie deux choses très simples : la première est que cela confirme le caractère intrinsèquement social de la pratique culturelle concernée ici. Nous l'avions déjà constaté au moment où nous mesurons la façon dont les publics étaient informés de la programmation. La seconde chose rappelle l'importance de la distance physique au lieu dans un univers peu dense. L'aménagement culturel du territoire se révèle ici comme déterminant pour l'accès au spectacle, même si l'on sait, par ailleurs, que cet accès est également conditionné par des problématiques symboliques, éducatives et sociales. C'est la balance entre ces dernières et la dimension physique qui est spécifique en Lozère, au profit de l'impact de l'accessibilité géographique.

En troisième rang interviennent les questions de confiance. On le voit ici, le léger différentiel entre celui qui vise la salle et celui qui touche ADDA Scènes Croisées montre que cette confiance s'acquiert dans le temps et qu'elle est plus facile à affecter à un lieu qu'à un opérateur qui rayonne sur un territoire plus vaste. Ces questions de confiance, qui supposent l'intériorisation d'un rapport à une offre, sont plus importantes que les actes de communication en tant que tels : presse, médias, communication spécifique d'ADDA constitue, très près des précédentes, le quatrième rang de motivation.

À cet égard, il y a assez peu d'écarts entre les réponses des publics participant à différents types de spectacle. La proximité du lieu est une motivation structurelle, à peine un peu moins prononcée pour les spectateurs de musique contemporaine. On notera également que les publics d'ADDA ont les mêmes échelles de motivation que ceux des lieux partenaires. De même, les nouveaux publics ne se distinguent pas des anciens, sauf – et assez faiblement – sur un point : la communication d'ADDA. Celle-ci est plus efficace pour les anciens publics que pour convaincre les profanes. En ce qui concerne la confiance dans la programmation d'ADDA, ce sont les spectateurs de la danse, du cirque et de la musique contemporaine qui la soulignent le plus.

Les entretiens apportent un éclairage supplémentaire sur la question et plaident très nettement en faveur de l'importance des sociabilités partout présentes et qui, des relations de travail en passant par les amis, le conjoint ou les membres de l'équipe des théâtres, constituent le dénominateur commun des pratiques spectatorielles. En outre, la sortie au spectacle vivant comporte une dimension sociale particulièrement forte qui place le choix des spectacles tout comme l'accès à l'information dans un faisceau de relations sociales prescriptives et contraignantes.

*« Comme on y va en bande, on se téléphone, on s'aide à choisir les uns les autres, et puis c'est aussi en fonction des disponibilités de chacun. »* (Florence, 44 ans, professeur des écoles)

*« C'est surtout avec les copines, quoi, on choisit ensemble. Bon, y a Emilie qui connaît bien, le théâtre c'est son truc, donc elle nous avertit quand y a un truc de bien à voir ! »* (Elodie, 23 ans, professeur des écoles)

*« Quand j'ai besoin d'un conseil, je demande directement, je connais bien l'équipe... »* (Sylvie, 59 ans, fonctionnaire)

Cet aspect relationnel se mesure aussi à travers la confiance accordée aux institutions et plus largement à la programmation.

*« Choisir un spectacle, c'est pas facile. Imaginez, faire un choix sur trois lignes ou trois mots d'une programmation, c'est pas évident ! Alors, oui la confiance, ça compte. Avec les scènes croisées, j'ai jamais été complètement déçue... Et puis, j'apprécie ce qu'ils font en jeune public, former les jeunes générations et les parents, ça c'est important. »* (Laurence, 28 ans, chargée de développement)

*« Je choisis pas, j'y vais ! Avec mon mari, on sort dès qu'on a l'occasion. Des fois, j'en parle avec des amis... Mais bon j'ai confiance, ça c'est très important. »* (Jacqueline, 46 ans, agricultrice)

Enfin, les outils de communication servent surtout à maintenir le contact, et à se tenir informé des spectacles. L'utilisation de la plaquette de saison accompagne ainsi bon nombre de spectateurs qui, dès la moindre hésitation, ressorte le précieux document pour préciser leur choix ou se rappeler d'un spectacle. Les outils de communication traditionnels comme les affiches ou les tracts fonctionnent surtout auprès des habitués qui connaissent et reconnaissent la communication des institutions. Leur action sert donc surtout à maintenir informé une population de connaisseurs plutôt qu'à attirer un public néophyte qui n'y fait pas attention.

« Moi, faut que ça me donne envie de venir, je sais pas... faut que ça me parle, que ce soit joyeux, gai, quoi. J'en vois tellement... Je me sers pas mal des documents de communication, plaquettes, j'aime bien la présentation de saison aussi, je lis la presse... bon un peu tout en fait. Et puis, je reçois les newsletters, ça me permet de pas oublier. » (Philippe, 26 ans, chef de projet)

« Le bouche à oreille, ce qui se dit au travail, dans les journaux, sur le web... mais bon ce qui compte c'est de sortir à plusieurs, de partager quelque chose, une expérience, une émotion... ça veut dire qu'il faut aussi se mettre d'accord mais c'est ça la sortie au théâtre ! » (Alain, 40 ans, informaticien)

## La connaissance des artistes

Comme l'avait très bien montré Olivier Donnat en 1994, dans son ouvrage « Les français face à la culture », la connaissance du monde de l'art entretient un rapport dialectique avec l'amour de l'art lui-même. Ce n'est pas parce qu'on connaît qu'on aime, mais on tend d'autant plus à exprimer son non-amour de l'art que l'on connaît le mieux. Il était donc intéressant de savoir qui la part des spectateurs qui connaissaient l'artiste programmé avant d'assister à la représentation.

**Tableau 30. La connaissance des artistes du spectacle programmé**

	Connaissait	Ne connaissait pas	Total
Musique Contemporaines	66%	34%	100%
Musiques Actuelles	54%	46%	100%
Danse	33%	67%	100%
Théâtre	18%	82%	100%
Musique Classique	18%	82%	100%
Cirque	5%	95%	100%
<b>Moyenne</b>	<b>32%</b>	<b>68%</b>	<b>100%</b>

La connaissance des artistes (et non des œuvres) introduit une très grande différence selon le type de programmation. Comme on peut le voir, la majorité des spectateurs vient sans connaître les artistes, ce qui constitue un bon indice de leur sens de la découverte. Seul un tiers d'entre eux vient en connaissance de cause, sans que nous puissions vraiment jauger la nature de cette « connaissance ». Mais celle-ci est bien plus forte dans le domaine des musiques actuelles et contemporaines que dans les autres. Pour ces dernières, la majorité s'inverse, ce qui est sans doute lié au fait que pour ces deux genres musicaux, l'interprète, souvent auteur, est un support de personnalisation artistique beaucoup plus importante que dans la programmation théâtrale ou la musique classique, pour lesquelles l'œuvre est sans doute plus aisément repérée et attractive en tant que telle, au-delà de la spécificité de l'interprétation.

Que cela soit également valable pour le cirque et la danse pose davantage question. Celle-ci, notamment, semble plus orientée vers la connaissance de l'interprète que de l'œuvre. Qu'en l'espèce les deux tiers du public ne sachent pas qui ils vont voir montre un degré de curiosité très prononcé. Rappelons que dans notre enquête sur les publics des festivals, 57% des publics de la danse connaissaient les artistes avant de venir. Si nous prenons, encore plus spécifiquement, le festival Montpellier Danse, ce pourcentage est encore plus élevé. Cela souligne l'importance des lieux, puisque si Montpellier peut



se prévaloir, au travers d'une expérience désormais trentenaire de la présence de la danse dans l'espace urbain, d'avoir contribué à former un public, cela est bien moins vrai dans d'autres territoires, comme la Lozère par exemple. S'il ne s'agit donc pas d'un public de « connaisseurs » des artistes, le public lozérien de la danse n'en est pas moins ouvert à faire connaissance avec eux et leur œuvre.

D'une manière générale, on ne trouve pas grande différence de connaissance entre nouveaux et anciens publics d'ADDA. C'est un peu moins vrai pour les publics des lieux, où les nouveaux sont moins nombreux à connaître les artistes, même s'ils sont majoritaires (52%).

Sur cette question de la connaissance des artistes, l'analyse qualitative confirme le fait qu'il s'agit d'une variable peu importante aux yeux des spectateurs. Si effectivement, les amateurs de musique sont plus enclins à citer des noms d'artistes que les amateurs de cirque ou de danse, il apparaît clairement qu'il ne s'agit pas ici d'un critère de sélection des spectacles, pour les uns comme pour les autres.

*« Ca m'arrive de suivre certaines compagnies mais j'aime bien être surpris, du coup, le fait de connaître ou pas, c'est pas vraiment important pour moi »*  
(Laurence, 28 ans, chargée de développement)

*« Les artistes en général, je retiens pas les noms, sauf ceux qu'on voit à la télé mais ceux-là ils jouent pas en province. De toute façon, moi ce que j'aime, c'est la découverte »* (Patrick, 60 ans, enseignant)

*« Oui, je connais certains artistes... mais ce qui compte c'est l'ouverture que le spectacle propose, son contenu ! Après, se souvenir des artistes... Des fois, on prend des notes quand ça nous plait pour essayer de se rappeler mais en général on oublie... De toute façon, connaître l'artiste n'est pas un critère pour moi. Je fais confiance en la programmation »* (Sylvie, 59 ans, fonctionnaire)

En outre, et en dehors de certains artistes de renommée nationale, la visibilité des artistes de spectacle vivant, n'est pas la même que celle de la musique, et notamment des musiques actuelles. Les spectateurs ne peuvent donc pas se repérer aussi facilement dans l'offre de théâtre, de danse, de cirque, et dans une moindre mesure de musique classique, que dans celle des répertoires musicaux. Enfin, en dehors de François Morel, de Sophie Aram et de José Montalvo, ADDA, et ses partenaires n'ont pas programmé durant la période de l'enquête d'artistes de renommée nationale susceptible d'orienter les résultats de l'enquête. Hormis certains groupes spécifiques des musiques actuelles, la renommée des artistes jouent peu dans le processus décisionnel des spectateurs.

## Satisfactions et réactions à de nouvelles propositions

Nous avons profité de cette enquête pour poser un certain nombre de questions liées à la satisfaction à l'égard des conditions dans lesquelles la programmation était proposée. Nous avons ensuite sollicité les publics sur d'éventuels changements dans ces conditions, à l'avenir. Sur ces deux points, nous avons retenu la même méthode que précédemment, et présentons donc une échelle de notation sur 20, qui renvoie à un degré de satisfaction décroissant. Une note élevée sur 20 signifie un haut niveau de satisfaction.

**Tableau 31. La satisfaction à l'égard des conditions d'offre**

Critères	Note /20
Les horaires de ce soir	17,1
L'accès au spectacle de ce soir	17,1
Les tarifs de ce soir	16,1
La programmation Adda.SC 2010/2011	14,3
La programmation de la salle 2010/2011	14,3
La communication (affiches, tracts) Adda.SC	13,5
Le site Internet Adda.Scènes Croisées	12,6

Outre le niveau globalement élevé de satisfaction à l'égard de la quasi-totalité des items – et l'on peut penser que le relatif retrait qui vise le site internet d'ADDA traduit moins une insatisfaction qu'une absence de pratique –, il faut noter que ces résultats sont totalement indifférents au type de spectacle, au fait qu'il s'agisse de nouveaux ou d'anciens spectateurs, d'ADDA ou des lieux partenaires. Les spectateurs de la danse comme du théâtre, de la musique classique ou des musiques actuelles partagent tous la même évaluation à ce propos. Il n'en est pas de même en ce qui concerne les réactions à de nouvelles propositions de créneaux horaires et de dates pour les spectacles.

**Tableau 32. Les réactions à de nouvelles propositions**

Propositions	Note/20
Des spectacles en semaine à 20h	14,1
Des spectacles le dimanche à 17h	12,4
Des spectacles le samedi à 17h	12,0
Des spectacles le dimanche à 15h	11,4
Des spectacles en semaine à 19h30	10,5
Des spectacles le samedi à 15h	9,5

Comme on le voit, l'évaluation des propositions nouvelles est significativement moins enthousiaste que le rapport à l'offre telle qu'elle est organisée aujourd'hui. Au-delà de la résistance au changement qui peut affecter tout ou partie de l'audience lozérienne, il faut noter que ces réactions ne sont pas les mêmes en fonction de la nature de la proposition. Ainsi, l'horaire de semaine le plus habituel (20 heures) est-il largement admis. Par contre, certaines modifications, pour être mineures en apparence – comme l'avancée de 30 minutes du spectacle en semaine, à 19h30 – provoquent une défiance

certaine. Il faut, en deuxième lieu, noter que pour être assez tièdes, les réactions à ces modifications sont plus ouvertes que celles que nous avons rencontrées lors de précédentes enquêtes en milieu urbain. Un tel tableau inciterait donc plus à l'approche pédagogique qu'à l'oubli de toute perspective de changement. C'est d'autant plus vrai que, contrairement à la question précédente, les spectateurs sont loin d'être consensuels sur ces sujets. Ainsi les spectacles en semaine à 19h30 seraient appréciés des publics des musiques classiques et contemporaines, mais assez rejetées par les autres publics. Les spectacles le samedi, ou le dimanche à 15 heures seraient de même très volontiers acceptés par les publics de la danse, des musiques classiques et contemporaines, mais pas par les autres. Sur toutes ces propositions, ce sont les publics des musiques actuelles qui expriment les plus fortes réticences, comme si leur préoccupation était moins fonction de créneaux horaires ou de jour que d'autres facteurs, comme les lieux et les programmations, par exemple. C'est un sacré paradoxe pour qui établit une corrélation entre l'ouverture au changement et la jeunesse relative. L'évaluation la plus rétive vient en effet de la structure la plus jeune de notre échantillon ! Sans doute ce paradoxe n'est-il qu'apparent, car en effet le croisement avec le renouvellement et les lieux (ADDA/ partenaires) montre que les nouveaux spectateurs sont, sur toutes ces propositions, moins réticents que les anciens. Mais leur plus grande ouverture à chacun des horaires suggéré n'a aucune incidence sur la hiérarchie des préférences : le spectacle en semaine à 20 heures est plébiscité, et le samedi à 15 heures assez peu goûté.

Dans l'enquête qualitative, les horaires et les tarifs n'ont fait l'objet d'aucune remarque particulière, et semblent globalement appréciés pour ce qu'ils sont. Les doléances recueillies lors des entretiens ont surtout porté sur la programmation, avec des positions assez diverses qui touchent aussi bien aux spectacles programmés qu'à un désir latent de voir la qualité de l'offre de spectacle vivant lozérienne, unanimement reconnue, perdurer et élargir son public. Florilège.

*« J'ai senti un engagement plus récent dans l'art contemporain, je trouve ça bien. Il faut développer et soutenir ce secteur là. Mais il faut aussi aider les structures et les associations locales à se développer par elles-mêmes plutôt que de leur imposer une programmation... ».* (Isabelle, 32 ans, animatrice)

*« Même si, je sais pas toujours dire ce qui est programmé par ADDA ou par la Genette Verte, je trouve que la programmation d'ADDA est pas forcément « grand public ». Moi, à la limite, ça me dérange pas, il faut des choses surprenantes... mais faut aussi faire venir des gens du coin, du village. C'est ce qu'essaye de faire la Genette... ADDA, j'ai l'impression que c'est plus élitiste, plus tourné vers des habitués, c'est un peu trop intello quoi pour les gens d'ici... Mais, moi je voudrais plus de nouveau cirque, de contemporain, des artistes qui ont de l'imagination, qui calculent, qui bidouillent, qui réfléchissent aussi... »* (Jacqueline, 46 ans, agricultrice)

*« Faut enlever le côté élitiste. Il faut des pièces de boulevard par intello, il faut une offre diversifiée, pour que tout le monde vienne au théâtre... c'est possible si les institutions s'entendent sur la programmation. »* (Françoise, 55 ans, enseignante)

*« Pendant longtemps, la programmation du Théâtre de Mende a été déplorable, c'était vraiment très, très, très grand public ! Depuis, deux, trois ans, c'est mieux. Il y a de la danse, de la musique et des artistes de qualité... Cette année, les scènes croisées, c'est assez sinistre ! Bon, c'est la société qui veut ça et l'époque*

*aussi mais je crois que ça a un effet négatif. » (Florence, 44 ans, professeur des écoles)*

*« Moi, j'aimerais bien qu'ils mettent plus d'artistes locaux... sinon, ce qu'ils font avec le jeune public c'est remarquable ! C'est bien plus structuré qu'avant. Les Instants sonores aussi c'est bien, ça change... » (Sylvie, 59 ans, fonctionnaire)*

*« Globalement, c'est de la qualité. Peut-être qu'il manque un peu de rock mais quand même, on sent une progression depuis quelques années... Les spectacles sont beaux, on s'évade, s'est original... pour moi c'est ça la qualité » (Patrick, 60 ans, enseignant)*

*« On aime ou on aime pas, mais c'est cohérent, et en même temps, il y a de la diversité, des expérimentations, ça permet d'être connecté, de réfléchir... On nous propose un choix, on peut ne pas aimer mais au moins, on a de la matière » (Frédérique, 31 ans, enseignante)*

### 3. Pratiques culturelles, pratiques artistiques, premières fois

Nous allons examiner ici trois types de pratiques ou d'expériences, extérieures à la fréquentation d'ADDA ou de ses partenaires mais qui sont susceptibles d'en donner un éclairage intéressant. Nous étudierons d'abord les pratiques culturelles au cœur desquelles la fréquentation d'ADDA vient se nicher, puis les pratiques artistiques qui sont parfois en lien avec les pratiques de sortie mais qui prennent ici un sens particulier, au regard de la proximité d'ADDA avec l'école de musique départementale, et enfin, les premières sorties au spectacle pour mettre l'accent sur les modalités d'accès à la culture dans le contexte Lozérien.

#### Les pratiques culturelles

La pratique du spectacle est plurielle. En considérant le public dans son ensemble, nous pouvons dresser le portrait d'une grande diversité de fréquentation de lieux et de biens culturels. Nous mettrons également à profit deux enquêtes (la nôtre et celle du DEPS du ministère de la Culture) qui ont porté de semblables interrogations, la première sur les publics des festivals, et la seconde sur un échantillon représentatif des français. Le résultat de ces croisements nous permet d'abord de spécifier les publics d'ADDA, puis de les comparer entre eux, lorsque nous apprécierons l'impact de la programmation sur le type de pratiques culturelles des publics qu'elle rassemble.

**Tableau 33. Les pratiques culturelles des publics d'ADDA**

	Aucune fois		Une fois		Plus d'une fois	
	ADDA	CNRS	ADDA	CNRS	ADDA	CNRS
	2011	2008	2011	2008	2011	2008
<b>Cinéma</b>	6,2	9,2	16,1	11,1	77,7	79,7
<b>Monument, Musée</b>	21,0	8,5	24,6	14,8	54,4	76,7
<b>Concert</b>	17,2	10,3	29,1	17,2	53,7	72,5
<b>Théâtre</b>	24,7	32,7	24,4	20,1	50,9	47,2
<b>Danse</b>	43,3	51,3	29,3	22,9	27,4	25,8
<b>Cirque</b>	60,0	-	25,3	-	14,7	-

Le tableau ci-dessus compare des publics de la culture très distincts. Les premiers, ceux d'ADDA, résultent d'une programmation annuelle, dans des domaines étendus, depuis les musiques jusqu'à la danse, au cirque, au théâtre. L'enquête CNRS ne s'intéressait qu'à un public de festivaliers, en danse et en musique. La comparaison est cependant instructive pour situer le public d'ADDA.

La pratique du cinéma est, en dépit des circonstances spécifiques de la Lozère en termes d'équipements, très répandue, et comparable avec l'autre échantillon. Tout juste peut-on souligner que c'est une pratique un peu plus exceptionnelle (16,1% de pratique unique dans l'année, contre 11,1%), et que la pratique multiple est un peu moins importante. Les visites patrimoniales et muséales, tout comme les sorties aux concerts, sont plus contrastées : le nombre de non pratiquants est plus élevé, ainsi que le nombre de pratiquants exceptionnels. Par contre, en ce qui concerne le théâtre et la danse, deux types d'offre qu'ADDA développe singulièrement, on note que leur fréquence est plus

élevée dans son public que dans celui des festivaliers : moindre absence de pratique, plus de spectateurs exceptionnels et plus d'habitues. C'est là un chiffre assez intéressant, que nous ne pouvons comparer terme à terme pour le cirque, faute de données.

Ces chiffres ne sont pas indifférents à la diversité interne des publics d'ADDA, notamment entre les genres de spectacles où nous les avons rencontrés. Ainsi, la pratique des concerts est naturellement plus développée chez les publics de la musique que dans les autres. Au-delà de cette évidence, il est intéressant de constater que les publics du cinéma, par exemple, sont plus nombreux et plus assidus chez les spectateurs de théâtre et de musique contemporaine que chez les autres. Ce n'est donc pas une pratique caractéristique de la partie la plus jeune de l'échantillon, contrairement à ce que nous constatons lors de notre enquête sur les publics des festivals. Quant à la pratique des musées, seuls les spectateurs de musique contemporaine se distinguent par une pratique plus intensive, de même, mais de façon moins prononcée, que les publics du théâtre.

Sur ces différentes pratiques, une constante revient : les nouveaux spectateurs sont toujours moins familiers des offres que les anciens. C'est valable aussi bien pour les concerts, le théâtre, la danse et le cirque, qui peuvent être programmés par ADDA, par exemple, que pour le cinéma ou les visites patrimoniales et muséales, qui sont plus éloignées de ses programmations. Les écarts entre anciens et nouveaux sont parfois très importants. Ainsi, pour le théâtre, près de 40% des nouveaux publics d'ADDA n'y sont pas allés dans l'année écoulée, tandis que les anciens ne sont que 20,5% à ne pas avoir fréquenté du théâtre. Ceci illustre la capacité d'ADDA à attirer vers sa programmation des publics aux pratiques qui ne sont pas déjà constituées, selon des logiques sociales, territoriales ou familiales.

Lorsque l'on examine les résultats concernant les publics des lieux partenaires, on peut à la fois voir cette loi du renouvellement se confirmer : les nouveaux spectateurs de ces lieux disposent d'un panier de pratiques moins extensif et plus modeste. Mais on constatera aussi, ce qui était moins évident à prévoir, que c'est un public dont l'intensité des pratiques est moindre : plus de spectateurs déclarent, sur chacune d'entre elles, n'avoir pas pratiqué ou avoir pratiqué une seule fois dans l'année, dans des proportions toujours plus importantes que pour les publics d'ADDA.

**Tableau 34. La lecture de livres**

Aucun livre			Entre 1 et 4 livres			Entre 5 et 9 livres			10 livres et plus		
ADDA	CNRS	DEPS	ADDA	CNRS	DEPS	ADDA	CNRS	DEPS	ADDA	CNRS	DEPS
2011	2008	2008	2011	2008	2008	2011	2008	2008	2011	2008	2008
5,6	2,7	30,0	34,4	24,8	27,0	25,0	17,8	12,0	35,0	54,7	31,0

Avec la lecture de livres, nous pouvons confronter nos résultats avec deux échantillons : celui de notre enquête sur les publics des festivals, et celui du DEPS sur les pratiques culturelles des français. Le résultat est assez net : les lozériens d'ADDA lisent beaucoup, mais ceux qui ne lisent pas du tout sont plus nombreux que ceux des festivals ; les « petits lecteurs » (entre 1 et 4 livres) sont également plus nombreux dans cet échantillon que dans les deux autres ; et les lecteurs moyens sont, par contre, plus nombreux que les publics des festivals et, bien sûr, que l'échantillon de français. Enfin, les publics d'ADDA « grands lecteurs » (plus de 10 livres lus par an) sont certes plus

nombreux que dans l'échantillon du DEPS, mais moins que les publics des festivals. On trouve plus de grands lecteurs (10 livres et plus par an) dans le public des lieux partenaires (41 %) que dans celui d'ADDA (35%). C'est un résultat inverse de celui des autres pratiques culturelles, et qui témoigne – au-delà d'une moindre intensité des pratiques – d'une composante plus « classique » des pratiques culturelles des publics des lieux partenaires.

Quant à la pratique festivalière, elle est également très supérieure à ce que nous observons dans les statistiques ministérielles, qui établissent à environ 16% le nombre de français ayant participé dans l'année à un festival. Ici, ce sont 56% des publics d'ADDA qui ont pratiqué un festival au moins au cours de l'année. Les spectateurs des lieux partenaires en sont encore plus adeptes (63%).

**Tableau 35. Les sorties aux festivals**

Genre	Ont été à un festival au cours des 12 derniers mois		
	Oui	Non	Total
Cirque	73	27	100
Musique Contemporaine	65	35	100
Musique Actuelle	63	37	100
Théâtre	57	43	100
Danse	54	46	100
Musique Classique	34	66	100
<b>Moyenne</b>	<b>57</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

Les publics d'ADDA ne sont pas homogènes dans leur rapport aux événements. Si ceux du théâtre et de la danse incarnent cette pratique de façon moyenne, on note une moindre pratique du côté de la musique classique, mais par contre une tendance très supérieure à la moyenne chez les publics des musiques actuelles et contemporaines. Cela pourrait passer pour un effet de l'âge sur une pratique culturelle en essor. Cela vaut certes pour les musiques actuelles, mais bien moins pour le public de la musique contemporaine, dont l'âge ne diffère pas de la moyenne observée en général. Pour l'expliquer, nous devons donc prendre au sérieux le fait que la programmation en musique contemporaine réunit un public plus sensible à l'événementiel, sans doute parce que son genre se trouve programmé, de façon plus fréquente que pour les musiques classiques ou actuelles, dans des festivals, à l'image de la manière dont nous l'avons essentiellement touché dans cette enquête, grâce aux Instants Sonores.

Au total, on peut dire que le public d'ADDA se conforme aux tendances générales que nous observons quant aux publics de la culture, avec quelques nuances de niveau. Ainsi, par exemple, les publics qui comptent le plus de « grands lecteurs » sont ceux du théâtre, de la danse et de la musique classique, ce qui est tout à fait attendu. Mais les publics qui comptent le plus de « très grands lecteurs » (plus de 20 livres lus par an) sont ceux des musiques actuelles. Preuve s'il en est que les liens entre hiérarchies culturelles, pratiques culturelles et type de programmation n'ont pas la belle linéarité des leçons sociologiques en termes de légitimité culturelle, même si celles-ci conservent une certaine pertinence pour décrire les grandes tendances de notre rapport à la culture.

## Les pratiques artistiques des spectateurs

Pratique amateur et pratique de spectateur sont des pratiques extrêmement différentes. Il est d'ailleurs assez difficile de montrer qu'il existe un lien entre les deux dans la mesure où, contre toute attente, rien ne prédispose le pratiquant amateur d'un art à devenir un spectateur de ce même art (Donnat, 1996). Toutefois, comme nous l'avons déjà montré à l'occasion d'autres enquêtes, toutes pratiques confondues, les amateurs constituent toujours un bon tiers des publics de la culture, comme si la sensibilité à l'art dépassait le périmètre des disciplines. Si l'équation « formé d'aujourd'hui = public de demain » n'a rien d'évident, nous avons cependant remarqué que le taux de pratiquants amateurs – d'un instrument par exemple – était beaucoup plus élevé dans nos études que dans les statistiques nationales sur la pratique d'un instrument. Cette équation, dans ses nuances, se confirme en Lozère. 43% des publics ont, ou ont eu une pratique artistique, qu'elle soit instrumentale, théâtrale, chorégraphique ou autre. Là encore, il est intéressant d'apprécier ce chiffre en fonction des programmations.

**Tableau 36. La pratique amateur des publics suivant le genre de spectacle**

Genre	Pratiquants	Non pratiquant	Total
Musique Contemporaine	52	48	100
Danse	50	50	100
Musique Classique	48	52	100
Musique Actuelle	47	53	100
Cirque	41	59	100
Théâtre	34	66	100
<b>Moyenne</b>	<b>43</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

En matière de pratique artistique, on note moins d'écart entre publics qu'à propos de la connaissance des artistes. On trouve certes plus de praticiens dans les domaines de la musique classique, des musiques actuelles et, surtout, de la danse et de la musique contemporaine, que dans les autres genres. Cela renvoie sans doute à la domination de l'éducation musicale et chorégraphique sur les autres formes de pratiques du spectacle en amateur, que l'existence des associations départementales, en milieu rural, conforte à sa manière. Mais il nous semble ici que ce résultat, dans sa diversité limitée, offre davantage une confirmation de nos constats établis par ailleurs, et qui militent en faveur d'une assez grande indépendance entre pratiques artistiques et pratiques de spectateurs. Rien ne dit en effet que les publics du théâtre signalent une pratique « théâtrale » en amateur. Il convient plutôt d'insister sur la pluralité d'expériences pratiques et de leur impact sur la diversité des trajectoires et expériences de spectateurs. À ce titre, les nouveaux spectateurs se démarquent des anciens en étant moins nombreux (37% contre 46%) à déclarer une pratique en amateur. Si l'on observe maintenant la différence entre public d'ADDA et public des lieux partenaires, on constate que la pratique en amateur est plus rare chez ces derniers : seuls 36% déclarent cette pratique.



## Les premières fois

Parmi ces expériences, nous nous sommes également intéressés aux mémoires des spectateurs, afin de savoir à quel âge ils avaient vécu leur première participation au spectacle, et avec qui. Bien sûr, ce souvenir peut être inégalement conservé en fonction de l'âge, des modes de vie et des configurations individuelles. Naturellement, l'imprécision peut être d'autant plus forte que le souvenir est ancien. Mais après tout nous ne cherchions pas ici une exactitude administrative, mais un ordre de grandeur.

**Tableau 37. L'âge de la première fois au spectacle**

Âge	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelle	M. Contemp.	Cirque	Danse
- de 10 ans	88	92	87	82	77	84	91
10 à 15 ans	8	6	9	10	16	13	5
+ de 15 ans	4	2	4	8	7	3	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Le souvenir remonte de façon généralisée à l'enfance. Finalement, on voit ici se confirmer des constats établis dans les études portant sur les publics des musées, indiquant qu'une première expérience précoce favorisait ensuite la pratique ces lieux, à l'âge adulte. Ici, par une méthode inverse (se focalisant sur les publics effectifs de la culture), nous en apportons la même preuve. Les variations entre types d'offre culturelle, si elles ne sont pas totalement négligeables – les publics des musiques actuelles et contemporaine semblent un peu moins dépendants de la socialisation culturelle précoce – n'entament même pas cette conviction profonde. Elle est partagée aussi bien par les publics habitués que par les nouveaux spectateurs, qu'ils soient d'ADDA ou des lieux partenaires.

Cette première expérience du spectacle peut avoir été déclenchée dans plusieurs cadres sociaux. Il y a bien sûr la famille, qui jadis en avait d'ailleurs le quasi-monopole. Depuis quelques années, l'école a vu son rôle réévalué. Mais selon l'âge de cette première fois, d'autres instances peuvent également être évoquées, comme les amis, le couple.

**Tableau 38. Le contexte sociale de la première fois**

Contexte	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelle	M. ontemp.	Cirque	Danse
<b>La famille</b>	53	57	53	42	45	67	58
<b>L'école</b>	34	35	39	28	39	33	34
<b>Les amis</b>	12	4	5	29	14	0	8
<b>En couple</b>	1	4	3	1	2	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

On voit que la famille a réellement perdu son monopole, d'autant plus que les secteurs où elle perd du terrain sont précisément ceux où les publics sont les plus jeunes. On peut donc constater une émancipation graduelle de la socialisation culturelle familiale (Djakouane 2010), même s'il faut tout de suite constater qu'elle demeure majoritaire. L'école joue un rôle très important, mais c'est le cas de façon à peu près aussi importante

pour les publics les plus classiques et les plus actuels. Ce sont les amis qui font bouger les lignes, avec leur rôle manifestement important pour les musiques actuelles et contemporaines, et leur rôle très relatif pour les autres genres. C'est tout à fait logique avec ce qui précède : l'âge majeur de socialisation culturelle, dans les registres classiques, est antérieur à l'existence de véritables « amis » et surtout de l'autonomie qui les accompagne jusqu'au lieu de spectacle.

Enfin, le type de spectacle par lequel on a commencé peut être très différent selon les personnes. On peut repérer quelques tendances intéressantes. D'une part, la première expérience fait prévaloir le théâtre sur la musique et le cirque. Ce dernier peut sembler surclassé, au même niveau que la musique. Mais ce serait oublier que pour le cirque continue d'incarner le spectacle par excellence dans l'enfance, celle qui constitue la période dominante de première expérience du spectacle.

Il faut également relever que, de façon presque systématique, le genre de spectacle où nous avons rencontré les publics est survalorisé en tant que premier spectacle : c'est le cas du théâtre dont 45% des publics actuels le désignent également comme le premier de leur vie. C'est le cas de la musique pour les spectateurs de musique classique (à 47%) et encore plus pour ceux de musiques actuelles (à 56%). C'est le cas du cirque pour les publics du cirque (44%). Quant à la danse, elle n'est pas dominante en tant que 1<sup>ère</sup> fois pour le public de la danse, mais elle est fortement supérieure à la moyenne, avec 16%. La seule exception à cette règle concerne le public de la musique contemporaine, dont le premier spectacle est majoritairement du théâtre.

**Tableau 39. Le genre du premier spectacle en fonction du genre de spectacle vu à ADDA**

Première fois	Moyenne	Théâtre	M. Classique	M. Actuelle	M. Contemp.	Cirque	Danse
Théâtre	37	45	47	20	54	41	40
Musique	27	11	27	56	24	6	18
Cirque	26	33	24	20	19	44	25
Danse	8	7	2	4	3	6	16
Autre	2	4	0	0	0	3	1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Cette corrélation illustre sans doute un fait majeur qui est que non seulement la première expérience, et sa précocité, constituent des éléments fondamentaux qui, à certains égards, conditionnent ensuite l'attrait pour le spectacle (ou l'absence de préjugé négatif à son égard), mais encore cette première expérience a-t-elle la capacité à tracer une trajectoire spécifique, à demeurer durablement ancrée dans le patrimoine pratique des spectateurs. Il est assez remarquable de constater que ce bloc de données liées à la première fois est parmi les plus intangibles de notre enquête. Aucune variation significative ne peut être constatée ni en fonction des publics d'ADDA ou des lieux partenaires, ni en fonction du renouvellement des publics. Ce bloc exprime donc une tendance sociologique particulièrement robuste.

Pour autant, les chiffres que nous présentons ici, en cohérence avec ceux qui se réfèrent aux pratiques actuelles des spectateurs, ne sauraient conduire à une vision segmentaire de publics spécialisés et étanches. Bien au contraire, la mixité des expériences et la pluralité de réponse aux offres sur le territoire semblent au contraire l'emporter.

Les entretiens apportent quelques informations complémentaires au sujet de cette première fois. D'un côté, ils montrent que si le souvenir de cette expérience n'est pas forcément très présent pour une majorité de spectateurs (environ les deux tiers), il garde une charge émotionnelle et symbolique forte chez ceux qui s'en souviennent. De l'autre côté, les entretiens précisent l'impact de cette expérience, en montrant que, sur le plan pratique, celle-ci n'a pas de lien direct avec leur pratique actuelle même si sur le plan symbolique, beaucoup croient volontiers que leur appétence pour le spectacle vivant vient de cette expérience.

*« La première fois, c'était au lycée je crois, en première. C'était une première littéraire et dans le cadre de la préparation du bac, on avait du aller voir une pièce mais je m'en souviens plus trop... En fait, c'est surtout après que j'ai vraiment découvert le théâtre. A la fac, j'ai fait des études de lettres option théâtre, et c'est vraiment par les cours que j'ai appris à aimer le théâtre... Au départ, j'avais pris cette option plus pour la dimension littéraire et textuelle du théâtre, et puis en cours de route, j'ai commencé à apprendre à aimer le théâtre... Faut dire qu'à Paul Valéry, y a un théâtre dans la fac, ça aide et puis nos profs nous incitaient pas mal... C'est depuis cette époque que je vais au théâtre. » (Frédérique, 31 ans, Enseignante)*

Le lien à la famille est assez présent dans les témoignages, que les parents aient ou non un goût pour la culture. Les spectateurs y font facilement référence soit pour s'en distancier, soit pour montrer la continuité des pratiques. Pour les jeunes générations, la place de l'école est centrale. Les expériences qu'on y vit sont variablement marquantes mais elles offrent une première occasion de découvrir l'univers du spectacle.

*« Quand, j'étais enfant avec mes parents on sortait pas mal pour voir de la danse, du théâtre ou de la musique... Maman faisait partie d'une troupe amateur. Là comme ça, j'ai pas de souvenir précis de spectacle qui me revient, mais oui, je crois que ça a été une période décisive pour moi, j'ai baigné dans cette atmosphère toute petite par mes parents, j'ai été sensibilisé quoi... Je me souviens aussi de sorties scolaires, et puis d'une longue période sans rien du tout, à la fac j'aillais pas au théâtre... Finalement, j'ai commencé à vraiment aller au théâtre par moi-même quand je suis revenir vivre en Lozère ! » (Laurence, 28 ans, chargée de développement)*

*« En fait, la première fois que j'ai vu du théâtre, c'était à la télé avec au théâtre ce soir dans les années 1960. Mes parents n'allaient pas au théâtre mais ils aimaient danser et chanter. Ici en Lozère, dans le milieu rural, les danses traditionnelles ça compte ! Surtout pour une génération, où pour aller au bal, il fallait mieux savoir danser ! ... Disons que moi, c'est par la musique que je suis allé vers les sorties. C'est vrai que ça vient un peu de mes parents sans qu'ils l'aient fait exprès mais la musique, le chant, ils aimaient ça. Moi, dès que j'ai pu, j'ai fait de la musique, et ça a été ma vie. Aujourd'hui, je l'enseigne et ça ne m'a jamais quitté. La danse c'est pareil. Aujourd'hui à 60 ans, je prends encore des cours de tango, de fox trot et de danse trad. ! » (Patrick, 60 ans, enseignant)*

Nombre de témoignages rappellent toutefois l'importance de l'émancipation matérielle pour que s'installe une pratique spectatorielle durable et autonome. Tout comme les transmissions familiales, les premières fois sont alors mises à l'épreuve du temps et les appétences se forment beaucoup plus tard suivant des chemins parfois sinueux qui marquent souvent la perméabilité des genres de spectacle.

*« La première fois... Quelle question ! Pas à l'école, ça c'est sur ! Une sortie avec mes parents peut-être... Oui ! Le concert de Nougaro, j'avais 12 ou 13 ans. C'est mon premier souvenir de spectacle... Mais ça n'a pas vraiment compté, mes parents ne sortaient pas souvent. Je m'en rappelle parce que c'était vraiment pas souvent ! Pour moi le théâtre, c'est venu plus tard pendant les études, j'ai un peu découvert mais j'avais pas d'argent... Mais quand j'ai commencé à travailler alors là, j'ai pu me payer des sorties et me forger un goût, une culture... »  
(Florence, 44 ans, professeur des écoles)*

*« Vous savez, je viens d'un milieu modeste, mon père était menuisier et ma mère... au foyer ! La première que j'ai vu un spectacle, c'était au collège, je crois, un Molière... Mais chez moi, le théâtre, on en parlait pas. Mes parents étaient communistes, alors la culture, c'était plutôt les chanteurs Brassens, Ferré, Piaf... Il a fallu attendre de travailler pour pouvoir se payer des sorties... Aujourd'hui, j'ai une vraie soif de spectacle ! Comme ça m'a manqué de ne pas avoir connu ça plus tôt, j'ai voulu transmettre ça à mes enfants, je les ai emmené voir beaucoup de spectacle, mais ça n'a pas trop marché... Ma fille, oui, elle aime bien le spectacle, et le théâtre de rue surtout, mais mon fils, le spectacle vivant ça le gonfle ! Ils sont grands aujourd'hui, ma fille a 30 ans, et mon fils 27 ans. Avec lui, j'essaie toujours de négocier, j'ai bon espoir qu'il finisse par aimer ça ! »*

*« Ma première fois, c'était avec l'école... Je crois que ça vient de là ! Mes parents étaient des agriculteurs qui ne sortaient pas... J'ai vraiment commencé à sortir quand j'étais ado à des festivals de rocks dans les 1980-1985... Finalement, je suis venu au théâtre et la danse par la musique ! » (Jacqueline, 46 ans, agricultrice)*

A l'échelle des trajectoires individuelles, la vie ou la survie d'une pratique culturelle se mesure souvent à l'aune des sociabilités qui favorisent ou freinent son accomplissement en dépit d'appétences qui restent parfois inassouvies face aux contraintes de la vie quotidienne.

## 4. L'expression des goûts musicaux et de genre de spectacle

La diversité des pratiques, de même que celle des motivations pour aller au concert ou au spectacle, ne nous dit rien sur celle des goûts des publics. Pour véritablement approfondir cette question, nous avons décomposé les questions de goût en deux grandes parties. La première traite des goûts musicaux. Nous aurons l'occasion de l'apprécier de façon comparative, puisque c'est une même méthode que nous avons employée dans d'autres cas d'étude, comme les publics des festivals ou ceux des Eurockéennes de Belfort, par exemple. Pour chacune, nous avons procédé au classement par note sur 20 dont nous sommes désormais familiers.

### Les goûts musicaux

De façon très intéressante, cette palette de goût comporte des convergences, mais aussi des différences avec celle que nous avons mise en évidence au cours de nos enquêtes précédentes. On les trouve à la fois dans l'extension de la palette et dans la hiérarchie qui lui est liée. On constate d'abord une grande diversité de goûts qui, sans atteindre des sommets, témoignent d'une appréciation positive par une grande partie des publics. Cette « moyennisation » est d'abord un effet d'échantillon.

**Tableau 40. Les goûts musicaux**

Genre musical	Note/20
Le rock	14,8
Le jazz, le blues, les musiques improvisées	13,9
Les musiques du monde	13,8
La chanson, les variétés	12,5
La musique classique	12,2
La musique contemporaine	11,5
Les musiques traditionnelles	10,8
Les musiques électroniques	8,9
Le rap, le hip hop	8,4

Dans le public des festivals, nous avons un nombre assez élevé de publics de musique classique, ce qui faisait de cette dernière l'objet d'une appréciation très élevée. Ici, nous avons certes des publics de musique classique, mais en proportion moindre par rapport à d'autres types de spectacles ou d'esthétique. La musique classique y est donc appréciée moyennement, c'est-à-dire plus que pour un public spécialisé dans l'esthétique rock, mais moins que pour un public de festival classique ou de danse.

Dans le sens inverse, le rock, qui figurait comme un goût assez secondaire dans les palettes des festivaliers « classiques », est ici bien plus valorisé. On peut même parler, à son égard, d'une sorte de « patrimonialisation », à l'image de ce qui s'est produit il y a quelques années pour une partie du jazz, qui figure ici à un niveau d'ailleurs très proche du premier. Patrimonialisation, cela décrit en effet le phénomène de diffusion de cette esthétique depuis un groupe assez sélectif en termes générationnel, social ou géographique vers une part majoritaire du corps social. Cela témoigne aussi du fait que la bonne appréciation du rock n'est pas tant liée à la présence d'un groupe de fans qu'au

relatif consensus qui l’entoure aujourd’hui. Peu de spectateurs rejettent le rock, et sans doute est-ce en partie lié au fait que la notion de « rock », jadis circonscrite, renvoie désormais à une très large palette de goûts précis qui, au sein même de cette « famille », peuvent être très opposés. Il en est ainsi de l’Indie-rock opposé au Rock-and-roll, ou au Hard-rock, au Métal, etc. La diversité interne du genre rend possible l’adhésion du plus grand nombre au « générique ».

À un moindre niveau, ce constat peut également être fait pour les musiques du monde : peu de rejet, bonne appréciation moyenne auprès de chacun des publics. Si l’on descend encore d’un cran, on trouve la chanson qui, ne divisant qu’à peine davantage, fait converger un goût certain, sans pour autant susciter la passion chez beaucoup.

**Tableau 41. Les goûts musicaux des publics des festivals et ceux d’ADDA (notes sur 20)**

Goût	Festival Classique	Festival M.Actuelles	Festival Danse	Eurockéennes	ADDA
Lyrique	14,5	8,6	10,7	-	-
Sacrée	14,8	8,1	9,8	-	-
Médiévale	11,5	7,4	8,0	-	-
Baroque	15,2	8,4	10,4	-	-
Classique	18,0	13,1	15,0	6,8	12,2
Contemporaine	9,8	10,6	11,5	-	11,5
Jazz	13,2	16,0	15,1	11,1	13,9
Actuelles	7,6	14,0	13,2	-	-
Rock	-	-	-	18,1	14,8
Rap, hip-hop	-	-	-	8,8	8,4
L’électro	-	-	-	12,7	8,9
Monde	12,4	15,0	14,5	10,6	13,8
Chanson	11,2	13,2	12,8	12,2	12,5
Traditionnelle	-	-	-	-	10,7

*Nota* : nous n’avons pas pu présenter les résultats de notation sur chaque ligne pour tous les festivals, car les esthétiques n’étaient pas proposées dans certains cas (ex. le rock en tant que tel pour les publics des festivals) ou alors étaient formulées de façon trop distinctes pour autoriser une comparaison. Source : *Les publics des festivals*, Paris : Michel de Maule 2010

Deux genres musicaux suscitent plus de réserves, dans notre public d’ADDA comme dans celui d’autres enquêtes : ce sont d’une part la musique contemporaine, et d’autre part les musiques traditionnelles. D’une part, on voit croître le nombre de ceux qui n’aiment pas du tout au-delà de 10% des enquêtés, et on voit s’amenuiser le nombre de fans, ceux qui aiment beaucoup. Cette appréciation est également diverse selon les publics d’ADDA eux-mêmes, comme nous le verrons ensuite. Comme une évidence, les publics rencontrés lors de concerts de musique contemporaine tendent à aimer assez ou beaucoup cette musique<sup>6</sup>...

C’est avec ce dernier genre musical que s’établit la frontière entre les musiques qui rassemblent et celles qui divisent. Avec le rap et les musiques électroniques, on

<sup>6</sup> Mais on notera que les spectateurs de musique contemporaine expriment leur goût pour celle-ci de façon modérée. Moins de la moitié aiment « beaucoup », contrairement aux spectateurs du classique pour le classique, ou du rock pour les spectateurs de musiques actuelles...

commence à voir un nombre significatif de personnes déclarant ne pas aimer du tout (plus de 25%), et un faible nombre de fans (moins de 17%). Du même coup, si la tolérance est majoritaire (respectivement 57% et 58% de l'échantillon déclarent apprécier un peu ou assez les musiques électroniques et le rap ou hip-hop), le goût pour ces musiques divise plus nettement les publics entre eux.

Si l'on se penche maintenant sur les différences internes aux divers publics d'ADDA, on notera d'abord qu'il n'y a pas relation symétrique entre musique classique et musiques actuelles, au sens où le rejet par l'une de l'autre serait mutuel. Prenons le rock et le classique comme base. Les spectateurs ADDA du classique aiment le classique : ils en sont fans à 62%, et 10% d'entre eux rejettent le rock. Les spectateurs ADDA des musiques actuelles aiment le rock : ils en sont fans à 68%, mais eux rejettent la musique classique à 19,3%, soit près de deux fois plus. Sur ce plan, les spectateurs des musiques actuelles ont une palette de goût moins ouverte à la diversité d'expression que ceux de la musique classique.

Quant aux spectateurs du théâtre et de la danse, ils ont pour les musiques des préférences plus marquées du côté des répertoires patrimoniaux ou savants : musiques classique, traditionnelle et contemporaine, jazz, rock, musiques du monde et chanson : sur tous ces plans, l'appréciation cumulée assez + beaucoup dépasse les deux tiers du public.

Finalement, il existe une nuance entre les deux genres relativement écartés que sont les musiques électroniques et le rap associé au hip-hop. La première bénéficie quand même d'une bonne appréciation (« assez + beaucoup » supérieur à 50%) auprès de deux catégories de publics : ceux des musiques actuelles et contemporaines. Quant au rap et au hip-hop, il n'atteint jamais ce niveau, preuve de sa relative marginalité, en dépit d'une tolérance du grand nombre à son égard.

Les goûts musicaux des nouveaux spectateurs diffèrent légèrement des anciens. On les trouve moins adeptes de musique classique, de chanson. Ils sont plus amateurs de rock, d'électro, de jazz ou de musiques du monde. Pour les autres genres, notamment pour le rap, il n'y a pas de spécificité du goût des nouveaux, et en général il s'agit plus de nuances que de rupture entre préférences. On constate enfin que l'univers de préférence des spectateurs des lieux partenaires tend à être plus classique : les musiques classique, du monde, traditionnelles y sont mieux valorisées en moyenne, et le rap, l'électro ou le rock moins appréciés. Mais là encore, il s'agit essentiellement de nuances et non d'une véritable hétérogénéité des appréciations gustatives. Analysons maintenant les palettes de goût en matière de spectacle vivant.

## Les goûts en matière de spectacle vivant

**Tableau 42. Le goût pour les genres de spectacles vivant**

Goût pour ...	Note / 20
Les spectacles qui mélangent un peu tout	14,0
Le théâtre contemporain	13,7
La danse contemporaine	12,6
Les danses du monde	12,6
Les one man show	12,5
Le cirque, le mime, le jonglage	12,3
Le théâtre de boulevard, le vaudeville	12,0
Le théâtre classique	11,8
L'Opéra	10,2
Les danses traditionnelles	10,1
La danse classique	9,8

Le premier commentaire qui s'impose est la cohérence de ces résultats par rapport à ce qui précède. En effet, on aura déduit de phénomènes tels que la patrimonialisation du rock ou du jazz, une relative ouverture à l'égard de registres qui auraient pu sembler clivants pour des publics de la culture et, par voie de conséquence, une orientation plutôt « moderne » des goûts musicaux. Nous pouvons voir ici une confirmation de cette orientation en matière de spectacle. De façon assez systématique, les genres les plus contemporains se situent à un très bon niveau d'appréciation, qu'il s'agisse de la danse ou du théâtre, des nouvelles formes de type « one man show » ou des formules qui mêlent un peu tout, dont l'esprit pluridisciplinaire, s'il n'est pas né hier, s'est fortement diffusé ces dernières années.

En revanche, les genres qui se réfèrent aux esthétiques les plus classiques ou traditionnelles sont moins appréciés, à l'instar du théâtre ou de la danse classique, de l'opéra ou des danses traditionnelles. On note cependant que ces genres font l'objet d'une tolérance plus grande encore que pour les goûts musicaux. Même la danse classique, qui est la moins appréciée, ne fait l'objet que de peu de rejets. Il se trouve tout de même 64% des spectateurs à l'apprécier un peu ou assez, et 19% à l'aimer beaucoup.

Ici, il est intéressant de spécialiser le regard vers les goûts « sectoriels » : qu'apprécie le public du théâtre ? Qu'apprécient ceux de la danse et du cirque ?

Le public du théâtre apprécie naturellement le théâtre sous toutes ses formes. Cependant, il n'est pas toujours le plus amateur des formes théâtrales. Ainsi, le théâtre classique, comme le théâtre de boulevard, sont plus appréciés par les publics de la musique classique que par ceux du théâtre. De même, le théâtre contemporain est plus apprécié par les publics de la musique contemporaine. Quant au cirque, il est plus apprécié par les spectateurs rencontrés lors de spectacles de théâtre ou de danse, que de cirque lui-même. Quant aux spectacles qui mélangent un peu tout, si tous les apprécient, ils font l'objet d'un véritable plébiscite auprès des amateurs de danse.



Le public de la danse est partagé à propos des formes de danse proposée. Si l'on ne prend que la part de ceux qui aiment « assez » et « beaucoup », elle est de 64% pour la danse classique, 89% pour la danse contemporaine, 78% pour les danses du monde et 57% pour les danses traditionnelles. On retrouve donc, dans ce public de la danse, l'orientation assez contemporaine des goûts, ainsi qu'on l'a constaté pour le théâtre.

Ainsi, plutôt que des goûts s'exprimant selon des « secteurs » spécialisés et relativement étanches, qui voudraient que les publics du théâtre aiment tout le théâtre et l'aiment toujours plus que les publics d'autres types de spectacles, les goûts qui s'expriment sont orientés par un schéma plus ou moins ouvert au contemporain ou aux registres classiques, valable pour tout spectacle. Nous verrons plus loin ce qui conditionne l'appartenance à l'une ou l'autre de ces grandes « catégories gustatives ». Mais précisons d'emblée que les nouveaux publics, qu'il s'agisse de ceux d'ADDA ou des lieux partenaires, goûtent les registres contemporains de façon à peu près équivalente à celle des anciens, mais qu'ils se distinguent d'eux par une moindre appréciation des genres suivants : opéra, boulevard, théâtre classique. Cela confirme plusieurs résultats qui, tous, vont dans le sens d'une orientation gustative plus actuelle chez les nouveaux publics.

Enfin, il faut faire ressortir une dernière dimension qui est celle de la difficulté à exprimer ces goûts. Les entretiens montrent clairement que les répertoires de goûts tels qu'ils sont présentés ci-dessus, s'ils servent de repère aux spectateurs, ne sont pas forcément mobilisés pour l'expression des goûts ordinaires. Les registres de l'émotion, du plaisir, de la réflexion ou encore du rapport aux autres sont souvent requis pour décliner ses préférences à l'intérieur de grands ensembles que sont la musique, le théâtre et la danse.

*« Moi, j'aime la danse et les concerts... mais au sens large pas le classique, plutôt la pop, le rock et l'électro... Pour les spectacles, j'ai une bonne copine qui me donne des conseils, de toute façon, on y va ensemble » (Elodie, 23 ans, professeur des écoles)*

*« La musique, c'est le retour aux sources, c'est ça qui me plaît... Sinon, je m'éclate dans le jeune public... Pour moi, c'est l'émotion qui prime, faut qu'il y ait un mélange de choses, de la musique, des objets, de la vidéo » (Isabelle, 32 ans, animatrice)*

*« J'aime le théâtre, le vrai ! Je veux un point de vue sur les choses... J'aime aussi la danse, c'est plus original... Avec mes amis, on a des goûts assez proches, c'est pour ça qu'on sort ensemble » (Frédérique, 31 ans, enseignante)*

*« Moi, je vais tout voir, j'aime tout... Je me laisse faire. Ce que j'aime c'est sortir, pour moi c'est vital ! J'aime la danse, le spectacle vivant, les concerts. Ouais, les concerts de rock, de jazz, de musique du monde, le classique aussi... Mes amis me parlent d'un truc, j'y vais, si je peux bien sur, mais je choisis pas c'est comme ça ! Ce que j'aime c'est la nouveauté, découvrir des trucs » (Jacqueline, 46 ans, agricultrice)*

Souvent évoqué, le registre de la surprise laisse apparaître la forte malléabilité des préférences esthétiques des spectateurs qui laissent davantage les registres émotifs prendre le dessous pour exprimer leurs goûts. On se rappelle ici l'idée qu'une des motivations principales de la sortie au spectacle, c'est avant tout... prendre du plaisir. Qu'importe le flacon... Pas si sûr en réalité. Car à côté des émotions souvent pointées, la

dimension réflexive du message artistique reste présente. Au-delà des genres de spectacle dont on a montré l'importance, la sortie s'inscrit ici dans une double dimension réflexive et émotive qui fait la singularité de l'expérience esthétique produite par le spectacle vivant, et qui se traduit aussi à travers l'expression des goûts.

*« Il faut que ce soit nouveau, que ça me surprenne... Voilà ! La surprise, c'est ça que j'aime !... J'aime bien quand c'est drôle aussi... La vie est assez difficile comme ça. Rire un bon coup, ça fait du bien ! » (Patrick, 60 ans, enseignant)*

*« Là vous me posez une colle, mes goûts, c'est pas facile à dire, j'aime tellement de truc... Découvrir, c'est important... mais faut aussi que ça me fasse un peu réfléchir aussi. Le spectacle vivant, c'est pas comme la télé... Y a de l'humain en jeu ! D'ailleurs ce qui compte, c'est le partage, l'échange avec les amis, les proches... Aller au théâtre, c'est partager, voilà, c'est ça que j'aime finalement, peu importe que ça soit de la musique, du théâtre ou de la danse... » (Michel, 58 ans, employé)*

*« Moi, j'aime la danse et la chanson... L'essentiel, c'est que l'artiste nous donne sa vérité dans le spectacle, qu'il nous touche et nous fasse réfléchir... Ils font pas un métier facile hein ? Non, le message, quelque chose à transmettre, une expression, une émotion, voilà ce que je cherche, ça peut être très simple parfois, mais faut qu'il y ait une vérité, une authenticité... sinon, les trucs convenus, ça me gonfle ! » (Françoise, 55 ans, enseignante)*

*« Je dirais que je préfère le théâtre... parce que c'est plus facile d'accès. Avec le texte, les dialogues, on rentre plus facilement dedans... Je crois que c'est la dimension textuelle qui me plaît... Je suis sensible au joyeux aussi... le côté positif, ça manque un peu dans les spectacles en ce moment je trouve... Sinon, y a des choses ou on rentre plus moins dedans, je pense à la danse par exemple. Des fois, ça paraît complètement loufoque mais on fini par y trouver ça place. Il faut juste accepter d'être surpris... mais des fois, c'est complètement à côté... » (Philippe, 26 ans, chef de projet)*

## 5. Les profils gustatifs des publics

---

Nous allons maintenant examiner la dialectique entre préférences de genres et mixité des pratiques par une autre méthode, celle des profils de spectateurs. Pour ce faire, nous avons décidé d'associer l'ensemble des spectateurs, sans établir de distinction a priori entre spectateurs d'ADDA ou des partenaires. Cette distinction, considérée comme une variable parmi d'autres, sera mentionnée lorsqu'elle caractérisera l'identité de l'un ou l'autre des profils gustatifs.

L'élaboration de ces profils repose sur l'hypothèse générale qu'il existe une relation entre ces goûts et certaines caractéristiques des publics, de leurs propriétés sociologiques à certaines singularités de comportement. Cette question continue d'animer le débat sociologique, depuis les travaux de Pierre Bourdieu (1979) jusqu'à ceux de Bernard Lahire (2004), Hervé Glévarec et Michel Pinet (2009), ou encore les nôtres (Négrier, Djakouane, Jourda, 2010). Les questions de savoir comment concilier les approches en termes de légitimité et d'éclectisme, et jusqu'où s'ouvrir à une diversité de relations entre identité sociale et goûts musicaux peuvent être arbitrées sinon résolues par une analyse des profils. Nous allons d'abord traiter des profils de goûts musicaux, puis des goûts en matière de spectacle vivant en général.

### Les profils de goûts musicaux

Ces profils de goûts ont été réalisés à partir des questions relatives à l'évaluation de 10 genres de musique différents par les spectateurs. Ceux-ci avaient à se prononcer, sur chaque proposition, selon quatre modalités d'appréciation : pas du tout, un peu, assez, beaucoup. Les genres de musiques proposés ont été sélectionnés de manière à restituer la diversité de l'offre artistique qui correspond à notre échantillon. Les 9 genres de musiques à évaluer par les spectateurs sont les suivants :

- La musique classique ;
- La musique contemporaine ;
- Les musiques traditionnelles ;
- Le jazz, le blues, les musiques improvisées ;
- Les musiques électroniques
- Le rock ;
- Le rap, le hip hop ;
- Les musiques du monde ;
- La chanson, les variétés.

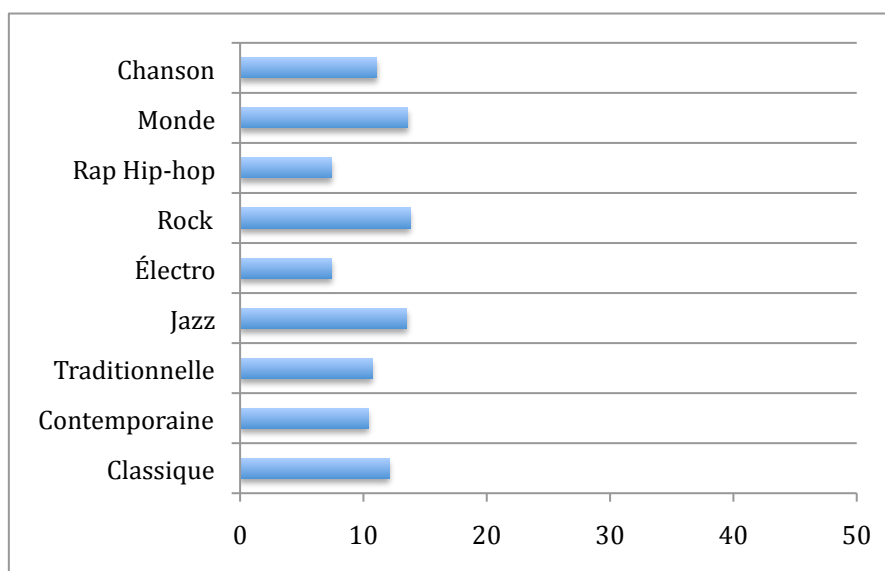
Pour parvenir à identifier des profils de goûts, ces genres de musiques ont ensuite été croisés avec une batterie d'indicateurs qui rassemblent à la fois des variables sociologiques et des indicateurs de fréquentation :

- L'âge ;
- Le sexe ;
- La classe sociale ;
- La programmation ADDA ou partenaires ;
- Le renouvellement ;
- L'âge du premier spectacle ;

- La distance parcourue pour se rendre au spectacle ;
- Les pratiques culturelles, d'un instrument de musique et d'un festival.

Nous allons commencer par rappeler le profil moyen, celui qui résulte de nos commentaires précédents (cf.infra)<sup>7</sup>.

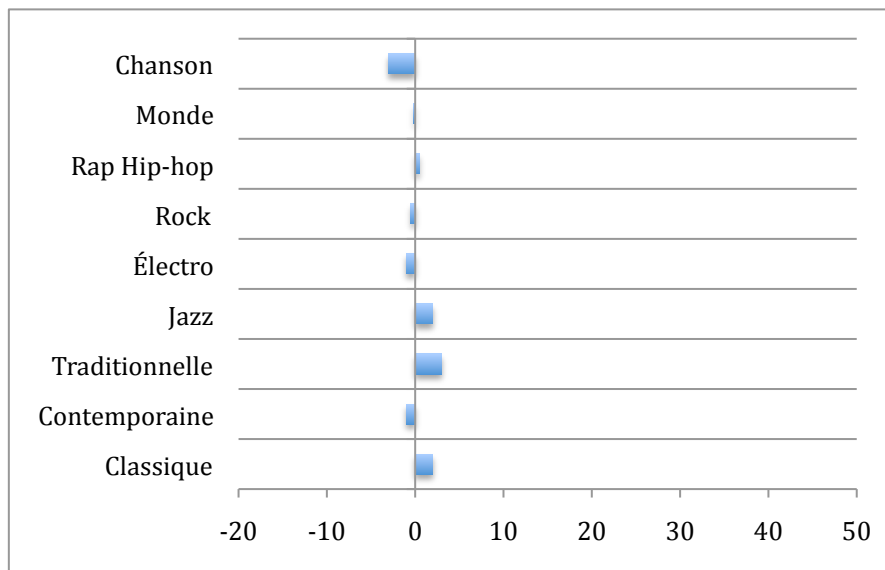
### **Le profil moyen des goûts musicaux**



Nous retrouvons ici la structure moyenne des goûts musicaux qui fait prévaloir, le rock, les musiques du monde et le jazz, ainsi que, à un degré inférieur, la chanson, la musique classique et les musiques traditionnelles et contemporaines, et qui tend à peu priser les musiques électroniques et le rap. Les profils qui suivent vont nous permettre de sortir de la moyenne pour examiner les « groupes » de spectateurs en fonctions de leurs goûts.

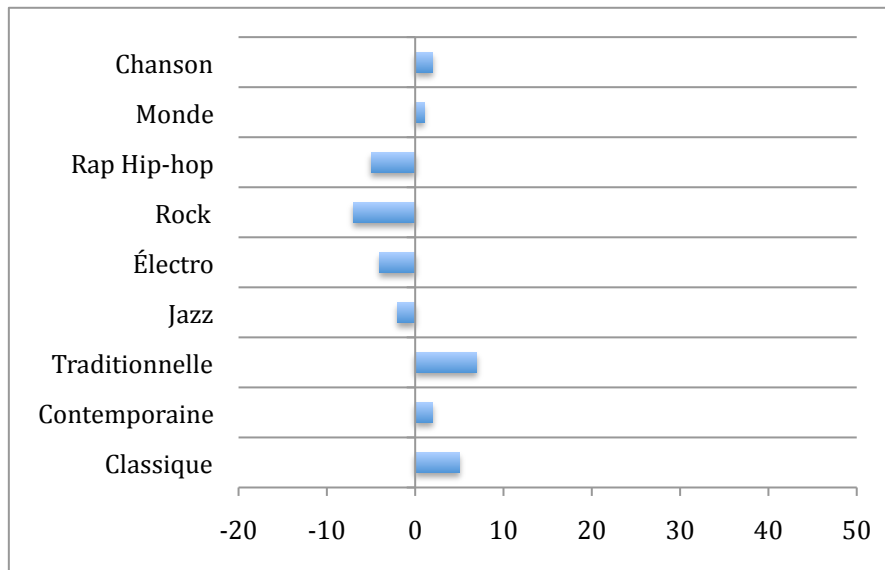
<sup>7</sup> Les niveaux atteints, pour les profils de goûts comme pour ceux des genres de spectacle vivant, ont une échelle légèrement différente de ceux présentés « à plat » pour l'ensemble de l'échantillon. Cela tient à un mode de calcul distinct, qui ne change absolument rien à la hiérarchie des préférences telles qu'elles s'expriment. Le « profil moyen » est l'étalon à partir duquel se distinguent, pour chacune des deux analyses, 7 profils gustatifs.

### **Profil n°1 : Le « carrefour de la moyenne »**



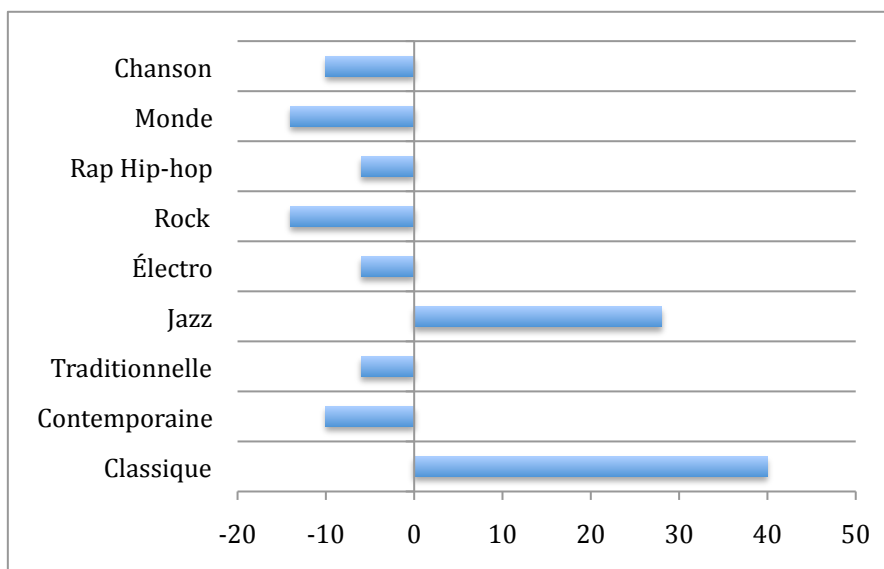
Ce premier profil pèse 22% de l'échantillon. Il est très proche du profil moyen des goûts musicaux tels qu'ils s'expriment sur le graphique précédent. Les écarts à la moyenne sont de très faible ampleur, et valorisent très légèrement les registres classique, traditionnel et jazz. Comme on pouvait s'y attendre, c'est un profil qui, par rapport aux données sociologiques que nous avons présentées dans les parties précédentes, ne tranche guère. On ne trouve en proportion identique dans le public d'ADDA et celui des lieux partenaires, il est aux trois quarts déjà familier de leurs programmations, à 59% féminin, et se répartit en trois classes sociales dans les mêmes proportions que nous avons mises en évidence. Un peu plus âgé tout de même que la moyenne (près de 45 ans), il a une intensité de pratiques culturelles très proche de la moyenne dans tous les domaines. Ce profil moyen vient confirmer le fait que l'agrégation des préférences gustatives ne résulte pas seulement d'orientations très opposées entre elles et qui ne produiraient qu'une moyenne « artificielle » au centre (la « moyenne des profils »). Cette moyenne est aussi portée par un groupe non négligeable de spectateurs, équivalent à près d'un quart du public.

### **Profil n°2 : Les « Classiques »**



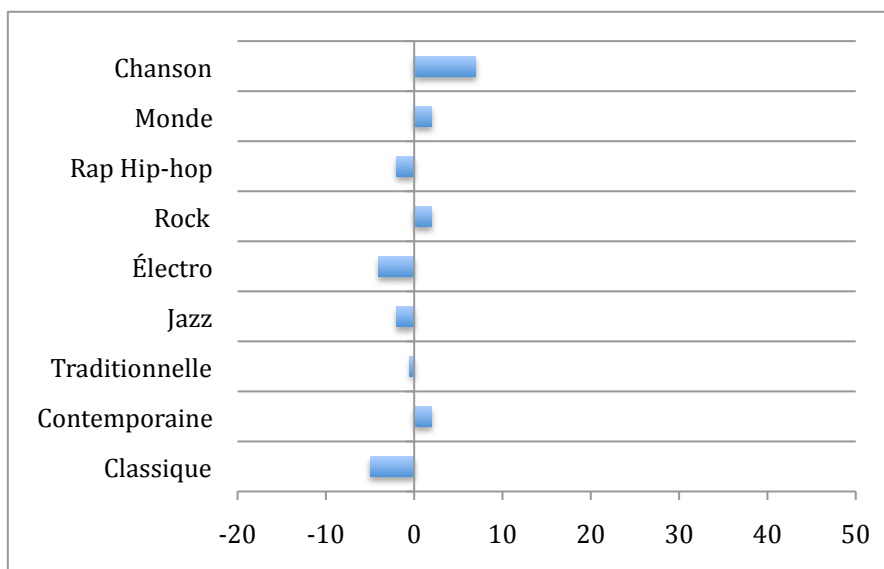
Ce deuxième profil se distingue en plusieurs points du précédent. Il privilégie les registres les plus proches des musiques savantes, d'une part, et des formes traditionnelles et classiques, d'autre part. Il représente 21% de l'échantillon. C'est un profil que l'on trouve plus souvent chez les partenaires d'ADDA, dont la fidélité est plus forte que le renouvellement, et où la classe moyenne est mieux représentée (50%), au détriment de la classe populaire. Plus âgé (51 ans), c'est un public qui n'est pas plus féminin que la moyenne générale, déjà très féminisée (62%). C'est un public qui peut venir de loin – il parcourt 28 kilomètres en moyenne pour accéder au spectacle – et a des pratiques culturelles moins nombreuses que la moyenne, à l'exception des visites patrimoniales et muséales, et de la lecture de livres. C'est donc un profil des plus classiques, dont l'âge de la première fois au spectacle fut également plus tardif, à 10 ans.

### **Profil n°3 : Les « Classicos »**



Ce troisième profil, qui représente 6% de l'échantillon, est intéressant par les contrastes qu'il manifeste à l'égard de la moyenne. Il renforce le pôle « classique », tout en écartant les musiques traditionnelles, contemporaine et la chanson, et en portant à un bon niveau le jazz. Il rejette la totalité des autres goûts, y compris le rock, qui domine le plus souvent. C'est donc un profil atypique exprimant une certaine résistance classique au vent dominant. Il est plus présent chez les lieux partenaires d'ADDA, plus féminin (70%) et appartient plus souvent aux classes supérieures (50%). C'est le profil le plus âgé (55 ans), qui peut parcourir beaucoup de distance pour venir au spectacle (31 kilomètres en moyenne), et qui a la palette de pratiques culturelles la plus large et la plus intense, dans tous les domaines.

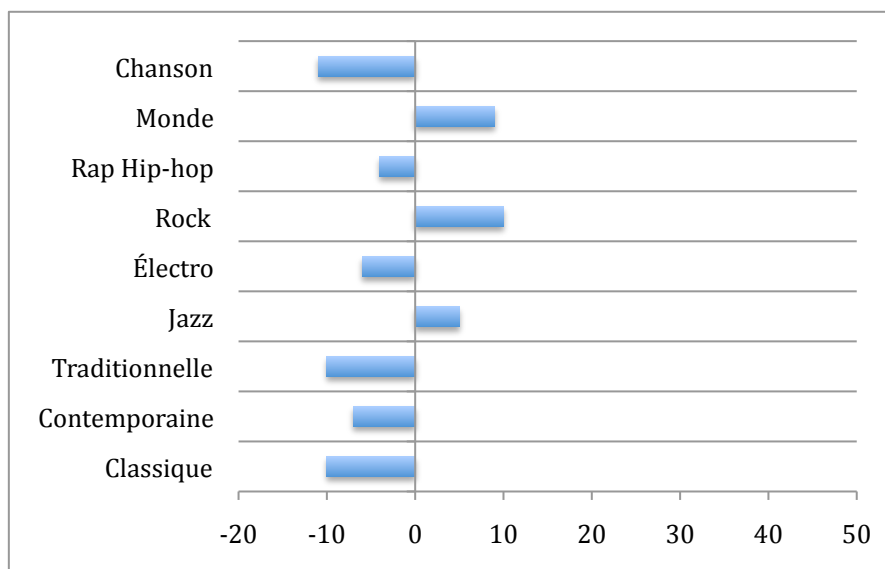
#### **Profil n°4 : Les « Chanson »**



Ce quatrième profil, qui représente 17% de l'échantillon, valorise la chanson et, à un moindre degré, les musique du monde, le rock et la musique contemporaine. Il goûte moins les musiques classiques mais aussi électroniques, ainsi que le rap et le hip-hop. Ce qui le caractérise va assez dans le sens d'un goût « central » : on note très peu d'écarts entre les données de ce profils et celles du profil moyen : un peu plus présent chez les partenaires, ce public est un peu mieux représenté chez les classes moyennes, un peu plus jeune, et vient d'un peu plus loin (23 kilomètres). Il est plus féminin (69%) et moins pratiquant en général : pour les pratiques en amateur (31%) comme pour tous les types de pratiques culturelles.

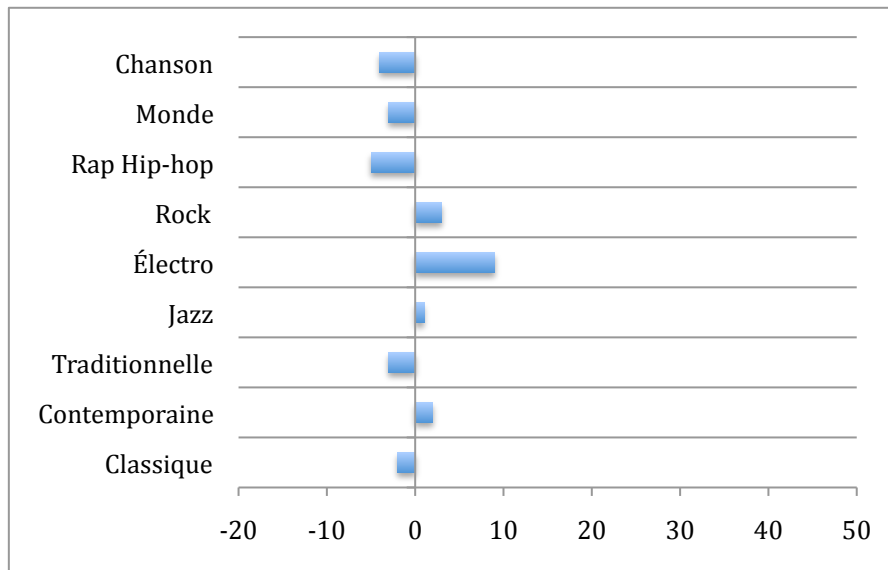


### **Profil n°5 : Les « modernes »**



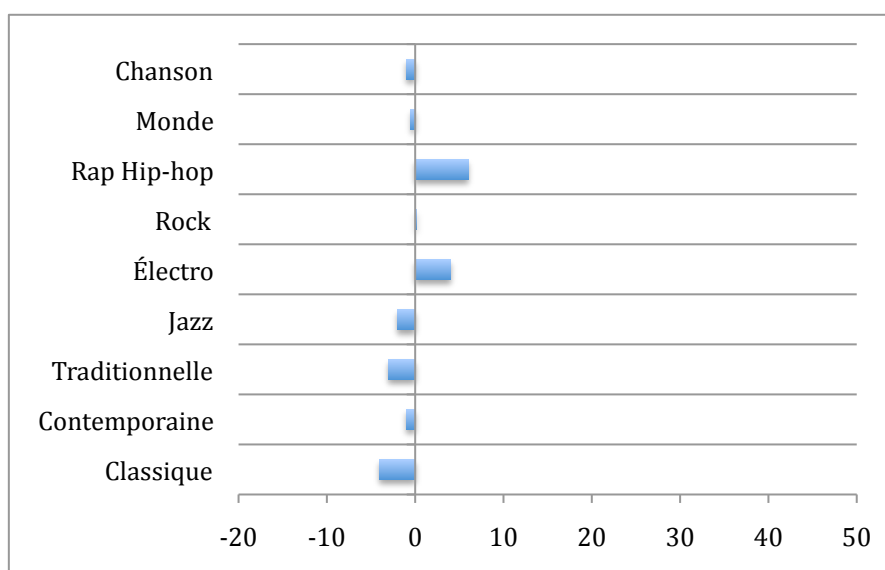
Ce cinquième profil est très caractéristique de la poussée à l'extrême des goûts déjà dominants des spectateurs autour du rock, des musiques du monde et du jazz. Il ne réunit que très peu de spectateurs (2% de l'échantillon). C'est un profil que partagent plutôt des nouveaux spectateurs d'ADDA, qui ont une pratique en amateur plus élevée que la moyenne, ainsi que celle du cinéma, de la danse, de la lecture. C'est un profil plus jeune que la moyenne (37 ans), mais aussi plus féminin (à 70%) et populaire (à 45%). Par contre, c'est un profil qui ne se distingue pas de la moyenne du point de vue de l'âge de sa première fois au spectacle (8 ans et deux mois), et qui va moins au théâtre et fait moins de visites patrimoniales et d'expositions que la moyenne. Il s'agit de résultats assez logiques si l'on apprécie la composante plutôt « moderne » de ce profil, reliée à l'âge, au renouvellement et au type de pratiques culturelles dominantes (cinéma plutôt que théâtre ; danse plutôt que musée).

### **Profil n°6 : Les Électro-Rock**



Ce sixième profil rassemble 8% de l'échantillon. Il présente une palette de goûts assez typique, puisque d'un côté il renforce le goût du rock, déjà dominant, mais il revalorise nettement les musiques électroniques, un genre peu prisé par la majorité, tout en laissant tomber le rap et le hip-hop, l'autre goût marginalisé dans notre profil moyen. C'est un profil des plus actuels, cependant, et on peut voir qu'il est cohérent, de ce point de vue, avec certaines caractéristiques sociologiques. C'est d'abord un profil plus nouveau que la moyenne (à 29%), plus typique d'ADDA (à 83%) et bien plus praticien en amateur (à 56%). Plus masculin (à 52%), il est à la fois plus présent dans la classe supérieure (41%) et dans la classe populaire (30%). Il est plus jeune (33 ans), peut venir de plus loin (28 kilomètres en moyenne) et fréquente plus assidument les offres culturelles à l'exception de la danse, du cirque et de la lecture. C'est donc l'une des facettes du nouveau public lozérien qui se trouve ici portraituré. Il n'a pas le monopole de la nouveauté, mais en exprime l'une des tendances, masculine et interclassiste.

### **Profil n°7 : Les Électro-Rap**



Ce septième profil rassemble 24% du public. Il peut être interprété comme celui d'un éclectisme plus poussé. En effet, il faut remarquer que les publics choisissent ici de privilégier deux genres méprisés par les autres, et de minorer leur goût pour les genres (jazz, classique, monde) plébiscités par le plus grand nombre. L'appréciation du rap-hip-hop et de l'électro renvoie cependant à quelques caractéristiques sociologiques particulières, et parfois surprenantes. D'un côté, c'est un profil plus présent chez ADDA que chez les lieux partenaires. Mais il n'est pas plus nouveau public, ni plus pratiquant en amateur que la moyenne. Surtout, alors qu'on aurait pu s'attendre ici, à l'instar du profil précédent, à une domination masculine, la part des femmes y est équivalente à sa présence moyenne (62%). Plus populaire (33%), plus jeune (35 ans) et socialisé plus tôt au spectacle (une première fois à 7 ans en moyenne), il témoigne de pratiques culturelles d'intensité conforme à la moyenne dans tous les domaines. On pourrait donc dire que ce profil est à la fois marqué par l'innovation sociale et gustative, sans pour autant être totalement marginal au plan sociologique.

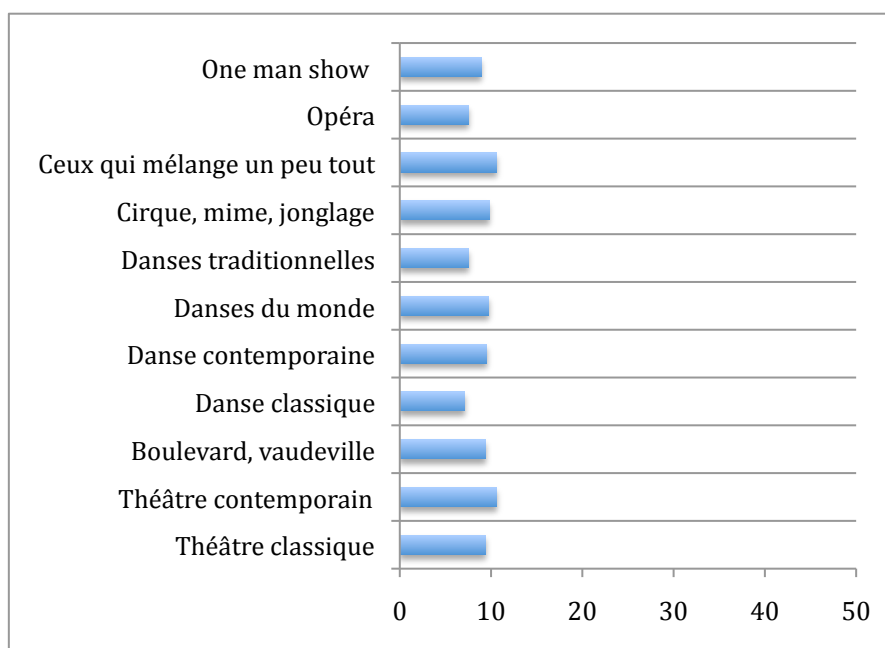
\*\*\*

Nous avons donc, au travers de ces 7 profils différents, une image intéressante de la diversité des goûts musicaux en Lozère. D'un côté, ceux-ci se retrouvent autour d'une moyenne qui a une assez grande pertinence : près d'un quart des spectateurs s'y retrouvent tout à fait, et certains profils ne s'en écartent que relativement peu, en apportant quelques nuances au tableau général, sans le bouleverser. D'un autre côté, la diversité qui est au rendez-vous renforce notre constat d'une certaine spécificité du public d'ADDA vis-à-vis de celui des lieux partenaires. Cette spécificité est à rechercher dans l'expression de goûts plus ouverts aux esthétiques actuelles, sans pour autant rompre avec les grandes hiérarchies de préférences. Enfin, la mise en regard de ces goûts avec une batterie de variables sociologiques nous montre à quel point les goûts demeurent relativement cohérents avec une certaine identité sociale, celle que fournissent des indicateurs éducatifs, familiaux, sexuels, mais aussi celle qui résulte des pratiques et de leurs dynamiques. Nous allons vérifier ces constats à l'occasion de notre examen des profils de goûts en matière de spectacle vivant.

## Les profils de goûts en matière de spectacle vivant

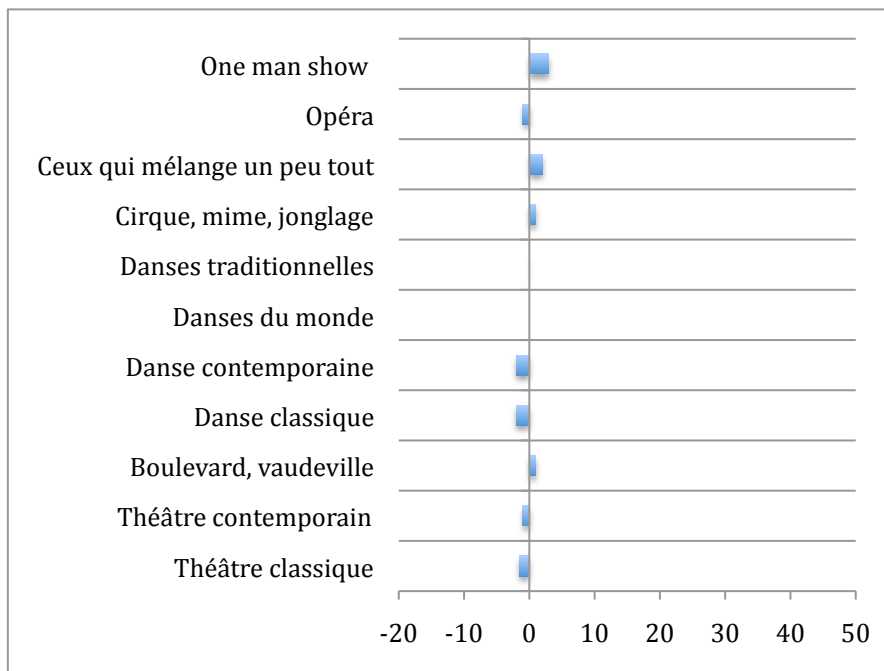
Nous avons mis en évidence, à l’instar des goûts musicaux, les principaux aspects de structure des goûts en matière de spectacle vivant dans la partie précédente. Ici, nous allons donc nous intéresser à l’existence de profils distincts de ce point de vue, en employant la même méthode, et les mêmes indicateurs, que pour les goûts musicaux. Commençons par rappeler le profil moyen

### Le profil moyen des goûts en matière de spectacle vivant



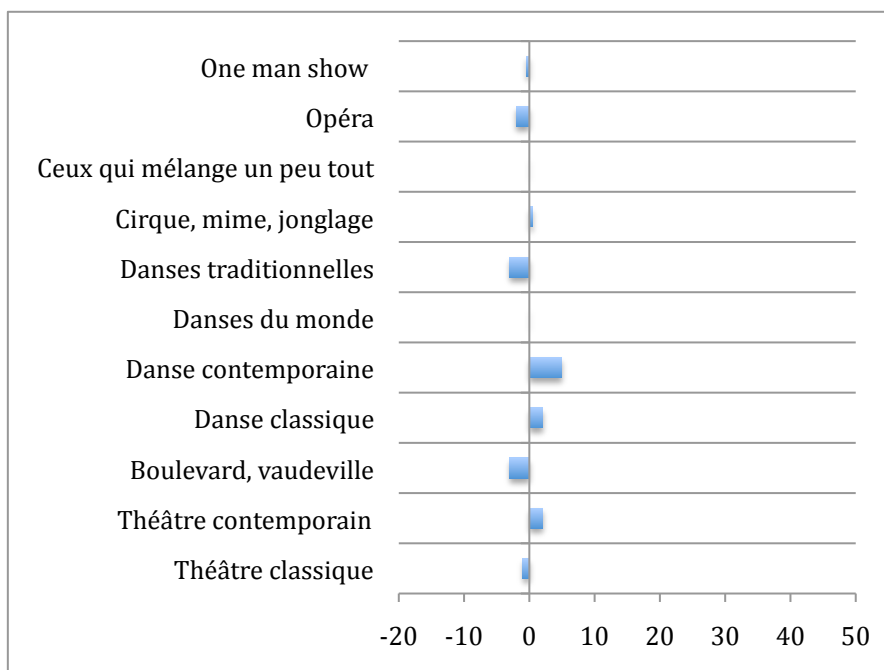
Nous retrouvons ici un profil qui, en moyenne, valorise plutôt les registres contemporains et le mélange des genres, ainsi que le cirque, et qui tend à déprécier les registres les plus classiques et traditionnels. Le boulevard, vaudeville et les *one-man shows* se situent dans une position intermédiaire. On note que l’amplitude d’écart entre les maxima d’appréciation et les maxima de dépréciation est plus faible ici que pour les goûts musicaux. Sans doute cela traduit-il une plus grande facilité à trancher sur ses goûts musicaux, en ce qu’ils renvoient plus directement à l’identité de la personne, à une certaine évidence gustative ? À l’opposé, le repérage identificatoire des genres de spectacles demeure plus aléatoire. Cela n’empêche toutefois pas l’existence de profils distincts, bien au contraire !

### **Profil n°1 : Le carrefour de la moyenne**



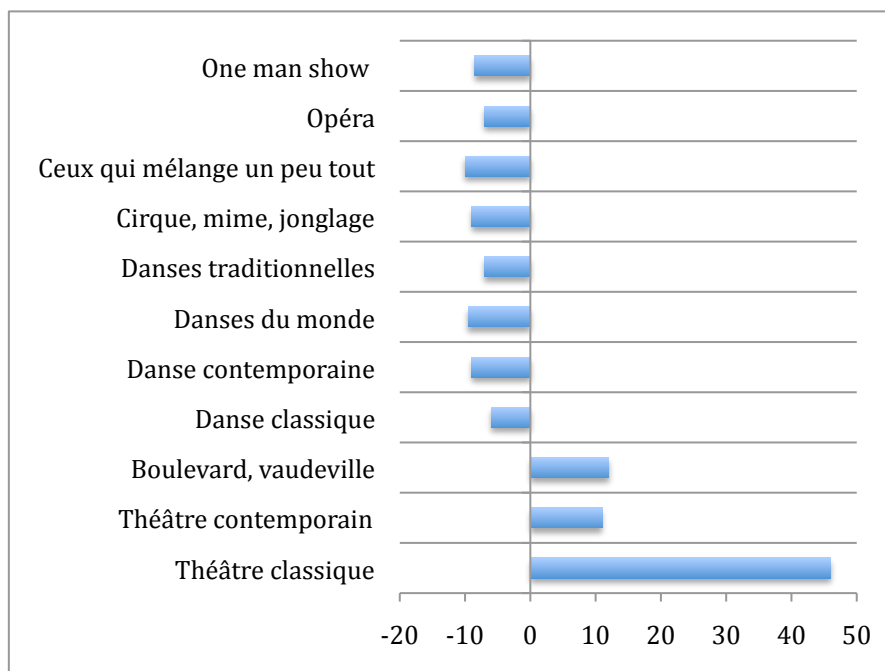
Ce premier profil représente 23% de l'échantillon, preuve si l'en est que le profil moyen n'est pas, ici non plus, artificiel mais correspond bien à une dominante d'expression et de vécu. Et d'ailleurs les caractéristiques sociologiques de ce profil vont avec ce constat. C'est un profil qui est dans la moyenne observée concernant la part des nouveaux publics, de ceux d'ADDA par rapport à ceux des lieux partenaires, des niveaux de pratique culturelle dans tous les domaines. C'est un profil un peu plus jeune (39 ans), féminin et populaire que la moyenne, mais dans des proportions qui demeurent assez contenues.

### **Profil n°2 : L'orientation contemporaine**



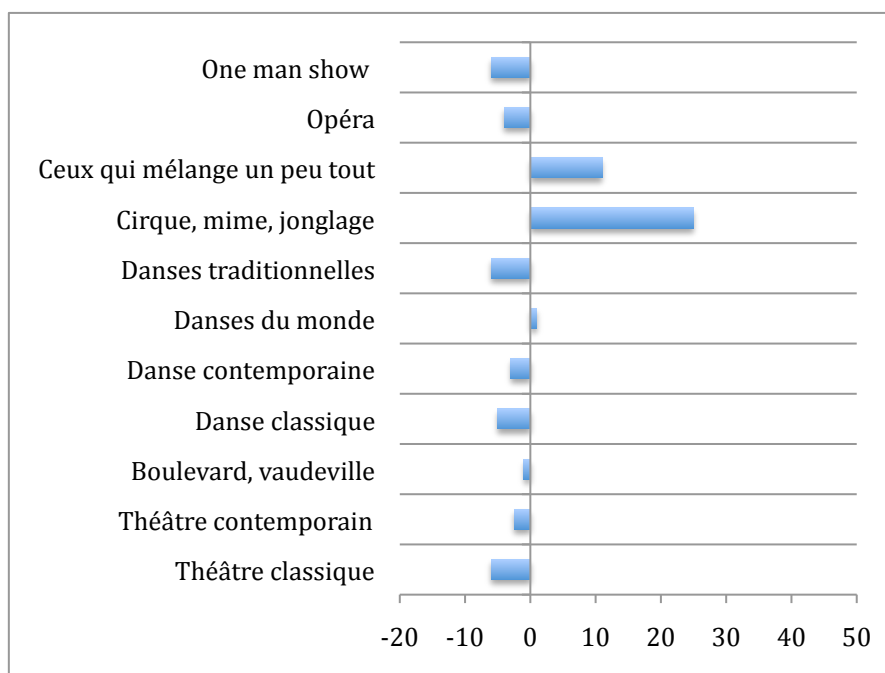
Ce deuxième profil représente 18% de l'échantillon. Lui-même n'est pas foncièrement éloigné de la moyenne, bien qu'il exprime certaines préférences, comme celle en faveur de la danse et du théâtre contemporains. Le public d'ADDA y est plus important, ainsi que les classes supérieures. Un peu plus âgé que le précédent (44 ans), et pouvant venir de plus loin (27 kilomètres parcourus en moyenne), il est pour le reste (pratiques culturelles, en amateur, renouvellement, sexe, âge du premier spectacle) totalement dans la moyenne de l'échantillon.

### **Profil n°3 : Les fans de théâtre**



Pour ce profil, il convient bien de parler de « fans ». Non seulement, ainsi qu'on peut le voir, l'amplitude d'appréciation de toutes les formes de théâtre est grande, mais encore s'agit-il d'un petit nombre d'individus : 1,5% de l'échantillon seulement. Nous le mettons en évidence car, à l'instar d'autres profils de goût musical, il exprime quelque chose de très singulier, et du point de vue de ses préférences esthétiques, et du point de vue de ses caractéristiques sociales. Ce n'est pas qu'il se distingue en tout de la moyenne : il n'est pas mieux représenté dans les spectacles ADDA, pas significativement plus nouveau ou habitué, et n'a pas nécessairement des pratiques culturelles plus développées, en dehors – logiquement – d'une fréquentation plus assidue du théâtre. C'est un profil plus féminin (69%) et âgé (53 ans) que la moyenne. Mais contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, il n'appartient pas plus que la moyenne à la classe supérieure. Ce qui le marque, c'est l'importance de la classe moyenne (59% contre 42% sur l'ensemble de l'échantillon). C'est aussi un profil dont l'âge de la première fois (10 ans) est plus avancé qu'en moyenne (8 ans).

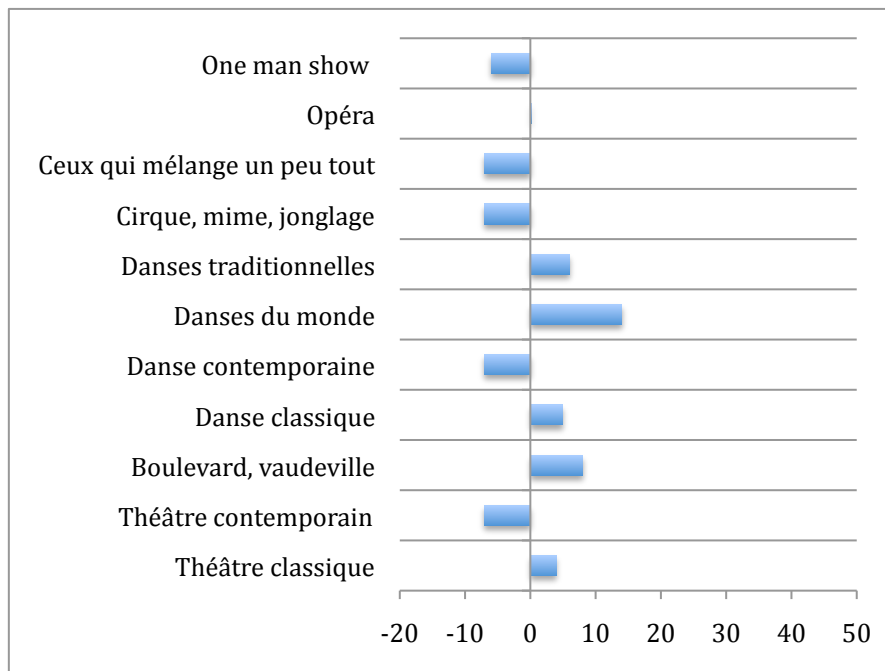
#### Profil n°4 : Les fans de cirque



Ce nouveau profil exprime également un goût très ciblé, partagé par peu de spectateurs. Il représente 3% de l'échantillon. Son inclination en faveur du cirque et, dans une moindre mesure, des spectacles qui mêlent plusieurs disciplines, a pour corolaire une dépréciation de tous les types de théâtre, jusqu'au one man show et au lyrique, ainsi que de la plupart des danses, à l'exception des danses du monde. C'est un profil qui ne se distingue ni en étant plus présent dans la programmation d'ADDA, ni en étant plus ou moins nouveau ou praticien en amateur, ni plus jeune ou vieux d'ailleurs. Par contre, c'est un public plus masculin (à 46%) et populaire (32%) que la moyenne. Il peut venir de plus loin pour assister au spectacle (46 kilomètres parcourus en moyenne), et a des pratiques culturelles plus ou moins intenses : elles le sont plus pour le cirque, bien sûr, mais aussi pour les concerts et le cinéma. Elles le sont moins pour le théâtre, les visites patrimoniales et d'expositions, et la lecture de livres. C'est assez cohérent avec un profil à la fois plus masculin et populaire.

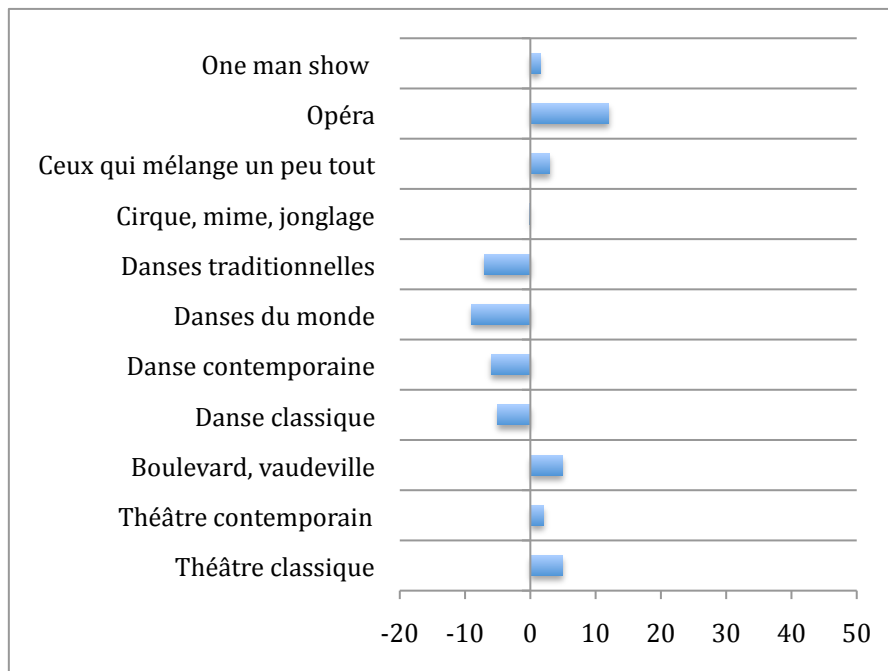


### **Profil n°5 : Les amateurs de classique**



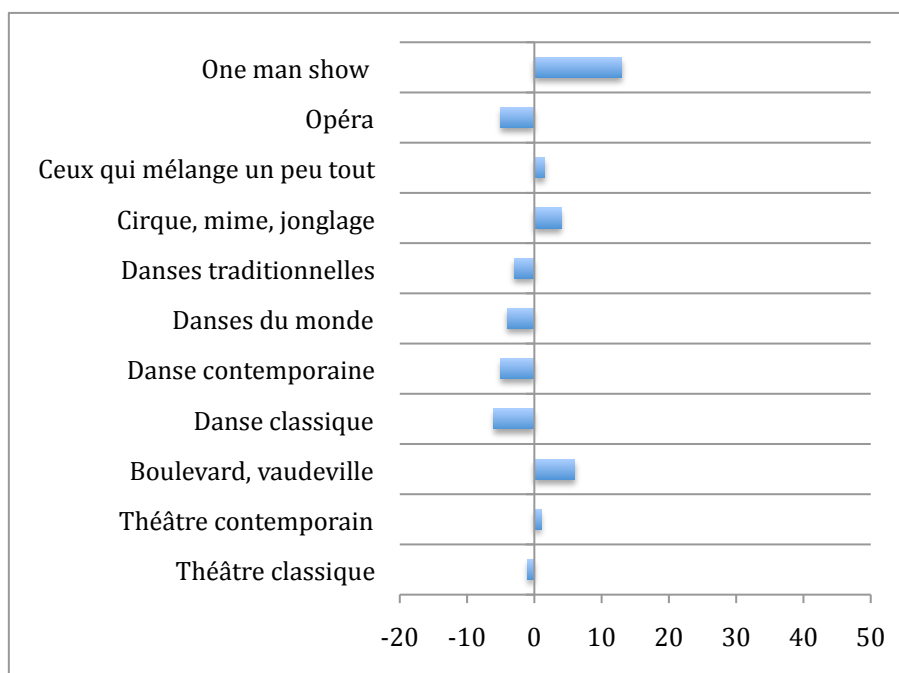
Ce cinquième profil est moins ciblé que les précédents sur une esthétique, pour privilégier les préférences sur une orientation classique. Celle-ci vaut pour le théâtre comme pour la danse et l'opéra, d'une certaine manière. Ce profil se caractérise par un certain rejet des esthétiques les plus contemporaines, et par une sensibilité à ce qui relève du classique, du traditionnel, en y intégrant les danses du monde, ce qui peut faire l'objet de discussion (sur leur caractère essentiellement « traditionnel » ou « classique »). Ce profil représente 3% de l'échantillon. Il est caractérisé par un poids plus important des publics habitués, des femmes, des classes moyennes. Il pratique moins en amateur que la moyenne, et parcourt moins de kilomètres pour accéder au spectacle (16 contre 25 en moyenne). Il est plus âgé (56 ans) et témoigne de moins de pratiques culturelles dans tous les domaines du spectacle, y compris le théâtre et la danse, donc. Par contre, il a une pratique très largement supérieure à la moyenne en matière de visite patrimoniale et muséale, ainsi qu'en matière de lecture de livres, ce qui est assez cohérent avec ce profil d'amateurs âgés de spectacles classiques.

### **Profil n°6 : Les « tout sauf la danse »**



Ce sixième profil opère un ciblage par la négative. On peut constater qu'il apprécie tous les genres, certes à des degrés divers, mais à la condition qu'il ne s'agisse pas de danse ! Il représente 6% de l'échantillon. C'est un public qui se distingue en plusieurs points. Il est plus nouveau que la moyenne (31%) et moins pratiquant en amateur (37% contre 42%). Il est plus âgé que la moyenne (47 ans) et peut venir de loin pour assister au spectacle (32 kilomètres parcourus en moyenne). Plus souvent membre des classes supérieures (42%) et moins des classes moyennes (30%), il est surtout plus masculin, et de façon assez remarquable s'agissant de notre enquête : 54% d'hommes, contre 38% en moyenne ! Cela rappelle a contrario l'importance du public féminin de la danse... Les pratiques culturelles associées à ce profil sont dans la moyenne sauf pour la danse, bien sûr, et dans l'autre sens pour la lecture. C'est un profil qui, pour être masculin, n'en est pas moins lecteur : 27 livres lus en moyenne dans l'année, contre 15 pour l'échantillon global.

### **Profil n°7 : Les amateurs de vaudeville et de one man show**



Voici un dernier profil dont certains diraient qu'il cultive un rapport populaire à l'art de la scène, puisqu'il privilégie des formes qui sont généralement considérées comme mineures par les institutions culturelles : le boulevard, le cirque, les formes qui mêlent un peu tout et les *one man show*. C'est un profil qui réunit 6% de notre échantillon. L'intuition n'est pas totalement dénuée de sens, si l'on observe les traits sociologiques de ce profil, que l'on trouve mieux représenté dans le public des lieux partenaires. Mais cela ne suffit pas à en marquer l'originalité. C'est un public qui est certes plus populaire que la moyenne (35%) et moins présent dans les classes supérieures (16%). C'est aussi un public qui est moins familier des pratiques artistiques en amateur (23% contre 42% en moyenne), et dont le rapport aux offres culturelles est moins intense dans tous les domaines, à l'exception de la lecture de livres (18 livres contre 15 en moyenne générale). C'est un profil dont l'âge moyen est comparable à celui de l'échantillon. C'est aussi un profil d'habitué (à 87%) et, à l'instar du précédent, majoritairement masculin. C'est même le profil où la part des hommes est la plus forte : 57 % (contre 38% en moyenne) !

## Conclusion

---

Tout au long de ce rapport, nous avons passé en revue beaucoup de registres d'information, en tenant compte des facteurs qui influent sur les résultats, comme le genre de spectacle, le type de programmateur, le fait que le spectateur soit ou non nouveau en 2011. L'image synthétique qui ressort de ces regards croisés tranche assez souvent avec la vision qui est souvent associée au public du spectacle vivant, d'une part, et au public de la culture en milieu rural d'autre part.

D'un côté, certaines données se voient confirmées par cette enquête. On peut ainsi noter que cette population, où la part de femmes dépasse les 60% – en cohérence avec les constats d'une féminisation des pratiques culturelles (Donnat, 2005) – est composée d'une majorité d'actifs. Quant au niveau de diplôme des publics, même s'il est en deçà des publics d'autres lieux et festivals, il est largement au dessus de la moyenne française, tout comme l'intensité et la variété des pratiques culturelles, de la lecture de livres à la fréquentation des festivals, en passant par les visites patrimoniales ou le cinéma, ou encore la pratique artistique en amateur, qui touche près de la moitié du public d'ADDA. C'est un public qui place sa pratique du spectacle au cœur de relations sociales et familiales. Celles-ci comptent pour lui diffuser l'information, pour lui transmettre la motivation à sortir, pour l'accompagner et participer à la représentation.

C'est un public qui reconnaît assez bien la spécificité de la programmation d'ADDA, et ce depuis plusieurs années désormais. Il est même intéressant de constater que les nouveaux spectateurs connaissent ADDA depuis plus de 4 ans en moyenne, et que les spectateurs des lieux partenaires, qui ont été sondés alors qu'ils participaient à une programmation propre à ces lieux, connaissaient en plus grand nombre encore ADDA-Scènes Croisées que les propres spectateurs de ses programmations !

Certaines données nous semblent trancher plus nettement avec certaines idées reçues. Contrairement à l'image des populations rurales, le public d'ADDA est, à 41 ans, dans la moyenne d'âge des français, et il ne témoigne pas d'un niveau de revenus particulièrement élevé. Certes, 53% des foyers y déclarent un revenu supérieur à 2 000 € nets mensuels, mais seuls 7% dépassent les 5 000 €, ce qui donne de la très large majorité de ces foyers l'image d'une classe moyenne élargie. En termes de Professions et Catégories Sociales, d'ailleurs, nous avons pu noter l'importance relative de la classe populaire, au sein de laquelle nous comprenons les employés, avec plus de 25% du public. C'est plus que dans bien des enquêtes de publics, et cette part est même plus importante pour le nouveau public qui témoigne d'un certain élargissement social.

Le renouvellement du public d'ADDA se situe à un niveau assez important. Avec 25%, il est supérieur à ce que nous pouvons constater en le comparant avec le taux de renouvellement du public des lieux partenaires, et de plusieurs lieux permanents de spectacles déjà étudiés. De quoi ce nouveau public témoigne-t-il ? Il est plus jeune (5 ans de moins en moyenne) et de classe plus populaire (31% contre 25%) que le public déjà venu. Ses fréquentations du spectacle, des offres culturelles, sa pratique artistique en amateur sont moins élevées. On y trouve moins de retraités, et logiquement plus d'étudiants. Cela fait que le niveau de diplôme des nouveaux spectateurs est plus élevé. Pour se rendre au spectacle, cela passe, encore plus que pour les publics en général, par les instances collectives de socialisation : amis, groupes, famille. En termes de

positionnement, on remarquera enfin que les nouveaux publics sont, d'une manière générale, plutôt plus ouverts aux propositions nouvelles d'horaires de spectacle que les publics déjà venus, soit chez ADDA soit chez ses lieux partenaires. Cela n'est guère surprenant, bien que la hiérarchie des préférences ou des défiances soit la même : les spectateurs ont une inclination marquée pour le spectacle à 20 heures en semaine, et montrent leur réticence à l'égard des matinées, qu'elles soient en semaine ou le samedi.

Enfin, la comparaison sur toutes ces données entre le public d'ADDA et celui des lieux partenaires doit être prise en compte avec prudence, pour trois raisons. La première est une raison de méthode : dans la mesure où nous avons choisi de ne pas solliciter plusieurs questionnaires de la part de personnes rencontrées à l'occasion de plusieurs spectacles, le public des lieux partenaires est sans doute en partie aussi celui d'ADDA. Nous devons donc, en comparant les deux échantillons, savoir que ce sont plus des tendances que des indicateurs extrêmement précis. La deuxième raison est que sur la plupart des résultats, ce ne sont pas les différences entre programmeurs qui sont importants, mais plutôt les différences entre genres de spectacle : un spectateur de musique classique programmé par ADDA ressemblera toujours plus à son équivalent au théâtre de Mende qu'à un spectateur de rock programmé par ADDA. Enfin, l'autre facteur qui, comme nous l'avons vu, joue « derrière » l'identité du programmeur, c'est la variable de renouvellement des publics. Un spectateur nouveau du théâtre de Mende suivra les tendances d'un public nouveau (plus jeune, plus populaire, moins retraité, pratiques culturelles moins intenses, etc.), plutôt que celles du public du lieu en général. A l'échelle territoriale, ce renouvellement montre que la délocalisation des spectacles et le rayonnement d'une institution culturelle à l'échelle d'un département favorise l'accès à la culture à des populations qui en sont dépourvues. Au prix peut-être d'un certain flou quant à son image, le mélange de genres différents dans sa programmation, l'offre d'ADDA favorise des glissements de pratiques qui participent à la rencontre de publics aux profils distincts mais qui recouvrent toute la palette des préférences esthétiques en matière de musique et de spectacle vivant. Les modalités de fréquentation rappellent enfin que, ici comme ailleurs, et parce qu'elle est avant tout une pratique sociale, la pratique du spectacle vivant reste dépendante des contraintes de la vie quotidienne, elle se trouve aujourd'hui en concurrence notable avec d'autres formes de loisirs domestiques qui rendent encore plus difficile les pratiques de sortie, et plus nécessaire une action publique à l'échelle territoriale.

## Références bibliographiques

---

Bourdieu, P., 1979, *La Distinction*, Paris : Minuit.

Djakouane, A., 2010, « La sortie au théâtre à travers les générations. Les transmissions familiales en questions », *Recherches familiales*, n°7, p. 103-114.

Djakouane, A., 2007, *Les carrières de spectateurs. Vers une sociologie des formes de prescriptions théâtrales*, Thèse de Doctorat, Marseille : EHESS-CNRS.

Djakouane, A., 2004, *Les publics du théâtre de Cavaillon. Saison 2003-2004*, Rapport d'étude, Marseille : EHESS-CNRS. (Synthèse disponible <http://www.theatredecavaillon.com/IMG/pdf/enquete.pdf>)

Donnat, O., 2010, *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, Paris : La Documentation Française.

Donnat, O., 2005, « La féminisation des pratiques culturelles », in *Développement Culturel, Bulletin du DEPS*, n°147, mai

Donnat, O., 1996, *Les amateurs*, Paris : La Documentation Française.

Donnat, O., 1994, *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*. Paris : La Découverte.

Dorin, S., 2011, *Le public de l'Ensemble Intercontemporain*, Séminaire de l'Association Française des Orchestres, Paris, 31 janvier.

Glévarec, H., Pinet, M., 2009, « La « tablature » des goûts musicaux : un modèle de structuration des préférences et des jugements », *Revue Française de Sociologie*, n° 50-3, p. 599-640.

Goalard, A., 2010, *Le public de l'édition 2009 du festival Musica*, Rapport pour le Festival International des Musiques d'Aujourd'hui, Strasbourg, 42 p.

Lahire, B., 2004, *La Culture des Individus*, Paris : La Découverte.

Négrier, E., Djakouane, A., 2011, *Les publics de la musique symphonique et lyrique à Montpellier. Enquête sur les publics de l'Opéra et de l'Orchestre National de Montpellier Languedoc-Roussillon*, Rapport pour l'Opéra de Montpellier, Montpellier : OPPIC-CNRS.

Négrier, E., Djakouane, A., Jourda, M., 2011, *Les Eurockéennes de Belfort et leur public*, Rapport pour le Conseil Général du Territoire de Belfort, Montpellier : Réseau-en-Scène.

Négrier, E., Djakouane, A., Jourda, M., 2010, *Les publics des festivals*, Paris : Michel de Maule-France Festivals.

Négrier, E., Vidal, M., 2009, « L'impact économique de la culture. Réels défis et fausses pistes », *Economia della Cultura*, n°4, p. 487-498.

## Annexe

**Tableau A. Récapitulatif de l'enquête sur les publics d'ADDA-Scènes Croisées 2011**

DATE	SPECTACLE	LIEU	GENRE	PUBLIC	QUEST.
11/01	Oups+ Opus	SP Marvejols	Danse	155	76
13/01	Alice pour le moment	Théâtre de Mende	Théâtre	211	126
23/01	Récital	St Flour de Mercoire	Danse	45	29
27/01	Hamelin	SP Marvejols	Théâtre	101	41
05/02	J. Montalvo : Lalala Gershwin	Florac	Danse	257	70
12/02	Vice Versa	SP Chanac	Musique	192	133
12/02	Aujourd'hui Martine	Florac	Théâtre	82	21
15/02	Aujourd'hui Martine	Théâtre de Mende	Théâtre	326	105
18/02	Un sang d'encre	SP Marvejols	Théâtre, Mus	134	32
23/02	Quatuor Molière	Filature de Langogne	Musique	67	14
24/02	Quatuor Molière	SP Marvejols	Musique	165	39
25/02	Quatuor Molière	SP St Chély d'Apcher	Musique	48	32
26/02	Jeune Ballet du CNSMD de Lyon	SP Langogne	Danse	268	59
17/03	Conaud Frères	SP St Chély d'Apcher	Théâtre	100	32
18/03	Ça bouge mais ça tient	TMT Marvejols	Cirque	69	12
24/03	Pluie	SP Langogne	Théâtre JP	71	3
25/03	HBDP <sup>2</sup>	Florac	Danse	110	11
29/03	Pluie	SP Marvejols	Théâtre JP	71	8
01/04	Les instants sonores	Filature Langogne	Musique	26	7
02/04	De A à Z	SP Pont de Montvert	Musique	57	14
02/04	Les instants sonores	Maison Consulaire	Musique	42	7
02/04	Les instants sonores	Antirouille	Musique	32	9
09/04	Miettes	Chapiteau Langogne	Cirque	88	22
09/04	Le grand bal des cousins	SP Marvejols	Musique	198	1
15/04	Petites histoires.com	Théâtre de Mende	Danse	339	20
16/04	Women 68 même pas mort	St Flour de Mercoire	Théâtre	105	10
22/04	Manteau long...	SP Marvejols	Danse	56	8
23/04	Le cirque précaire	Chapiteau Langogne	Cirque	20	5
21/05	Paris	Médiathèque La Canourgue	Musique	133	57
21/05	Fils de réfugiés	St Flour de Mercoire	Musique	81	18
27/05	La mer en pointillés	Florac	Théâtre JP	46	4
<b>TOTAL</b>				<b>3695</b>	<b>1025</b>

Tableau B. Représentativité de l'enquête ADDA par lieux

LIEU	SPECTACLE	PUBLIC	QUESTIONNAIRES	REPRESENTATIVITE
Chanac	Tout Public	192	133	69%
Florac	Tout Public	449	102	23%
Florac	Jeune Public	46	4	9%
La Canourgue	Tout Public	133	57	43%
Langogne	Tout Public	443	100	23%
Langogne	Les instants sonores	26	7	27%
Langogne	Jeune Public	71	3	4%
Marvejols	Tout Public	878	209	24%
Marvejols	Jeune Public	71	8	11%
Mende	Tout Public	876	251	29%
Mende	Les instants sonores	74	16	22%
Pont de Montvert	Tout Public	57	14	25%
St Chély d'Apcher	Tout Public	148	64	43%
St Flour de Mercoire	Tout Public	231	57	25%
	Total Tout Public	3407	987	29%
	Total Jeune Public	188	15	8%
	Total Instants Sonores	100	23	23%
	Total TP + IS	3507	1010	29%
<b>TOTAL ENQUÊTE ADDA</b>		<b>3695</b>	<b>1025</b>	<b>28%</b>

Tableau C. Représentativité de l'enquête ADDA par genre de spectacle

GENRE DE SPECTACLE	PUBLIC	QUESTIONNAIRES	REPRESENTATIVITE
Cirque	177	39	22%
Danse	1230	273	22%
Musique Classique	280	85	30%
Musique Contemporaine	234	55	24%
Musiques actuelles et chanson	661	223	34%
Théâtre et conte	925	335	36%
Théâtre Jeune Public	188	15	8%
<b>TOTAL ENQUETE ADDA</b>	<b>3695</b>	<b>1025</b>	<b>28%</b>

Tableau D. Répartition des genres de spectacle dans l'échantillon de l'enquête ADDA

GENRE DE SPECTACLE	QUESTIONNAIRES	POIDS DANS L'ECHANTILLON
Théâtre et conte	335	33%
Danse	273	27%
Musiques actuelles et chanson	223	22%
Musique Classique	85	8%
Musique Contemporaine	55	5%
Cirque	39	4%
Théâtre Jeune Public	15	1%
<b>TOTAL ENQUETE ADDA</b>	<b>1025</b>	<b>100%</b>



**Tableau E. Récapitulatif et représentativité de l'enquête Partenaires**

<b>PARTENAIRE</b>	<b>SPECTACLE</b>	<b>GENRE</b>	<b>PUBLIC</b>	<b>QUEST.</b>	<b>REPRESENTATIVITE</b>
Genette Verte	Sophie Aram	Humour	272	214	79%
Genette Verte	O Fil du temps	Cirque	189	33	17%
Genette Verte	Mauvaises langues/Blaireaux	Musique	93	18	19%
<b>TOTAL GENETTE VERTE</b>			<b>554</b>	<b>265</b>	<b>48%</b>
TMT	VY	Théâtre	79	25	32%
TMT	J'ai été un enfant	Théâtre	48	0	0%
TMT	La liberté pour quoi faire ?	Théâtre	46	9	20%
TMT	Indigence = élégance	Théâtre	24	2	8%
TMT	Nuit de l'humour (3 spectacles)	Humour	223	2	1%
<b>TOTAL TMT</b>			<b>420</b>	<b>38</b>	<b>9%</b>
Théâtre de Mende	Pierrette Pan	JP	42	9	21%
Théâtre de Mende	F. Morel : Le soir, des lions	Musique	437	89	20%
Théâtre de Mende	L'orage et le cerf-volant	Cirque	209	26	12%
<b>TOTAL THEATRE DE MENDE</b>			<b>688</b>	<b>124</b>	<b>18%</b>
L'Arentelle	Entre deux caisses	Musique	91	30	33%
L'Arentelle	Géantissimo	JP	65	14	22%
L'Arentelle	Sans les mains et en danseuse	Conte	115	12	10%
<b>TOTAL ARETELLE</b>			<b>271</b>	<b>56</b>	<b>21%</b>
<b>TOTAL PARTENAIRES</b>			<b>1933</b>	<b>483</b>	<b>25%</b>