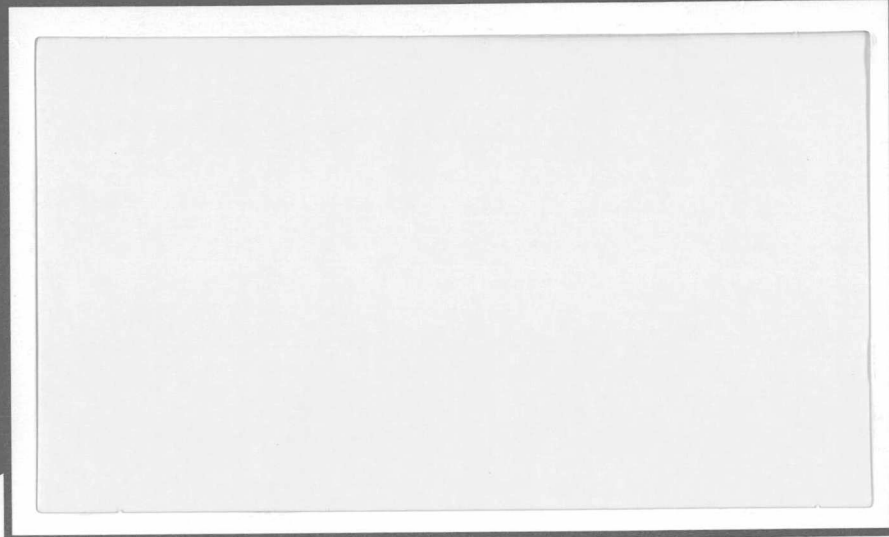


7

Centre de recherche  
pour l'étude  
et l'observation  
des conditions  
de vie



*Sou 2001-1348*

142, rue du Chevaleret

75013 PARIS

Tél. 01 40 77 85 00

Fax 01 40 77 85 09

**Sou2001-1348**

1

**CRÉDOC**

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE

# CREDOC

142, rue du Chevaleret, 75013 Paris

*A mesure confidentielle,  
public confidentiel*

**Les bénéficiaires du tarif à 50 francs  
dans les théâtres nationaux**

*Comparaison des résultats des enquêtes 2000 et 2001*

*Etude réalisée à la demande du département des études et de la prospective  
du Ministère de la culture et de la communication*

**Bruno Maresca – Jérémy Courel**

**avec la collaboration de Chrystelle Ketir**

**9 août 2001**

## Sommaire

Avertissement.....	3
Préambule .....	4
1. Une mesure de plus en plus confidentielle.....	5
2. Les « nouveaux venus » dans les théâtres nationaux ont diminué, les « habitués » ont augmenté.....	7
3. L'origine sociale des bénéficiaires n'a que peu évolué et les quelques variations ne vont pas dans le sens d'une démocratisation.....	9
4. L'aire d'attraction géographique du public des jeudis s'est amenuisée.....	12
5. La mesure risque de favoriser des bénéficiaires « systématiques ».....	13
6. L'effet d'aubaine s'est accentué .....	15
7. La hiérarchie des motivations n'a guère évolué .....	17
8. Un public qui fréquente d'autres théâtres que les salles nationales .....	19
CONCLUSION.....	21
Synthèse des résultats, théâtre par théâtre .....	24
ANNEXE 1 LE TRI À PLAT DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE .....	28
ANNEXE 2 LE QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE.....	39

## *A mesure confidentielle, public confidentiel*

Le principe du tarif unique à 50 francs dans les théâtres nationaux est entré en application le premier jeudi du mois de janvier 2000.

Dans le but d'évaluer l'évolution de la composition du public profitant de la mesure, le ministère de la Culture (DEP) a demandé au CREDOC de reconduire l'enquête réalisée en 2000, de mars à juin 2001. La même méthodologie a été utilisée de manière à pouvoir comparer ces deux vagues d'interrogation des bénéficiaires. Dans chacun des théâtres concernés, l'enquête s'est déroulée auprès des personnes se présentant au guichet d'achat des billets dans la journée et en soirée juste avant le début du spectacle.

A la différence de l'enquête réalisée en 2000 qui concernait les 5 théâtres nationaux, l'interrogation de 2001 a été limitée aux 4 théâtres qui ont continué à appliquer la mesure : Odéon, Chaillot, Colline, TNS. Elle exclue donc la Comédie Française (Richelieu et Vieux Colombier).

### *Avertissement*

L'enquête a pris en compte la programmation de sept salles de mars à juin 2001 :

1. les salles Jean Vilar et Gémier du théâtre de Chaillot,
2. le grand théâtre et le petit théâtre de la Colline,
3. la grande salle du théâtre de l'Odéon,
4. les salles Gignoux et Koltès du théâtre national de Strasbourg (TNS).

L'enquête s'est déroulée sur 16 jeudis entre le 8 mars et le 21 juin : elle a permis d'interroger près de 1 600 personnes.

Les résultats de cette interrogation ont été comparés à ceux de l'enquête 2000. Pour cela, il a fallu assurer la comparabilité de ces deux séries de données. Celle ci a été obtenue par le biais des ajustements suivants :

1°) l'élimination des données des deux théâtres de la Comédie Française (Richelieu et le Vieux Colombier) dans les résultats de l'année 2000 ;

2°) la pondération de l'échantillon 2001 en fonction de l'échantillon 2000 de manière à ce que les effectifs par théâtre aient le même poids dans les deux enquêtes.

### *Préambule*

Les chiffres présentés ci-après sont de deux types : tout d'abord, la comparaison des résultats globaux (tous théâtres confondus) des enquêtes 2000 et 2001, les effectifs par théâtre ayant été rendus comparables ; ensuite, une série de comparaisons théâtre par théâtre, dans le but d'évaluer l'impact de la mesure pour chacun d'entre eux.

L'analyse des variations observées sur les quatre théâtres pris dans leur ensemble permet de saisir les grandes tendances d'évolution des effets de la mesure entre 2000 et 2001. Toutefois, l'analyse de ces variations par théâtre complète très utilement le diagnostic. Pour deux des théâtres, Odéon et Chaillot, les effets de la mesure sont restés globalement stables. Pour les deux autres en revanche, le TNS et la Colline, les effets positifs se sont nettement amenuisés. Compte tenu de ces différences, l'analyse des résultats pris globalement est moins pertinente que celle des évolutions par salle considérées séparément.

## 1. Une mesure de plus en plus confidentielle

Rappelons la remarque liminaire du rapport de l'enquête 2000 « Il importe de relativiser les conclusions que l'on pourra tirer des résultats présentés ici, dans la mesure où ils ne reflètent que les premiers mois de fonctionnement du nouveau tarif. Ayant pu remarquer au cours de cette enquête que la mesure est encore peu connue du grand public, on ne peut s'étonner qu'elle ait profité d'abord au public le plus assidu des salles du théâtre national, public logiquement le plus rapidement informé des aubaines tarifaires. »

Depuis la campagne de lancement de la mesure début janvier 2000, il n'y a pas eu de nouvelle action de communication grand public et l'information ne circule qu'à travers les supports spécialisés qui touchent de manière privilégiée la fraction de la population qui a une pratique régulière de sorties dans les établissements culturels parisiens.

Les canaux à travers lesquels les bénéficiaires de 2001 ont appris l'existence du tarif préférentiel du jeudi, révèlent plusieurs évolutions convergentes.

1. La baisse du rôle des médias (presse-radio-TV) et de l'affichage est partout sensible, à l'exception du théâtre de l'Odéon.

« Part des personnes ayant été informées de la mesure par les médias ou l'affichage » :

	2001	2000
Odéon	45,7	48,7
Chailot	33,0	60,4
Colline	21,5	44,6
TNS	25,3	43,7
<b>Ensemble</b>	<b>32,2</b>	<b>50,0</b>

CRÉDOC, août 2001

2. A l'exception de l'Odéon, l'impact du rôle du bouche-à-oreille s'est partout renforcé ; il en va de même de la diffusion des cartons publicitaires des théâtres dans les lieux culturels.

« Part des personnes ayant été informées de la mesure par le bouche à oreille... » :

	2001	2000
Odéon	41,8	46,4
Chaillot	45,8	34,3
Colline	65,8	47,1
TNS	65,3	45,0
<b>Ensemble</b>	<b>53,4</b>	<b>43,0</b>

CRÉDOC, août 2001

Ces deux premiers constats sont concordants : ils indiquent que la mesure a souffert d'abord d'un déficit d'information auprès du « grand public ». Loin de faire boule de neige, la diffusion de l'information sur l'existence du tarif préférentiel des jeudis s'est faite principalement par le bouche-à-oreille, dans un cercle restreint. Cette situation explique, pour une large part, le constat d'une augmentation de la proportion des habitués du théâtre parmi les bénéficiaires de la mesure en 2001.

Le théâtre de l'Odéon fait exception, dans la mesure où son public paraît avoir été un peu plus sensible aux échos des médias qu'au bouche-à-oreille. Par contre pour le TNS et pour la Colline, ce dernier mode d'information est largement prédominant : il a été le moyen de connaissance de la mesure pour près des deux tiers des spectateurs interrogés. Ce fonctionnement en « vase clos », dans le cercle des aficionados, est fort peu propice à l'élargissement de la base sociale des spectateurs.

## 2. Les « nouveaux venus » dans les théâtres nationaux ont diminué, les « habitués » ont augmenté

La mesure tarifaire introduite par la ministre de la culture peut être évaluée en fonction de deux perspectives :

- a) en fonction de sa capacité à faire venir dans les théâtres nationaux des personnes qui n'ont pas l'habitude de s'y rendre même si elles fréquentent d'autres types de théâtre ; c'est la perspective « nouveaux publics » ;
- b) en fonction de sa capacité à élargir la base sociale du public qui fréquente le théâtre et en particulier les salles nationales ; c'est la perspective « démocratisation » de l'accès à la culture.

La fréquence de la sortie au théâtre au cours des douze derniers mois permet d'évaluer la part des « nouveaux publics » et celle des « habitués ». Un certain nombre d'évolutions sont manifestes.

1. La baisse de ceux qui disent aller « rarement » au théâtre est très sensible à la Colline et au TNS.

« Va rarement voir des pièces de théâtre » :

	2001	2000
Odéon	14,5	13,8
Chaillot	17,0	16,2
Colline	14,1	20,5
TNS	17,9	24,7
<b>Ensemble</b>	<b>15,7</b>	<b>18,3</b>

CRÉDOC, août 2001

« Est allé moins de 3 fois au théâtre dans l'année » :

	2001	2000
Odéon	23,0	25,6
Chaillot	24,3	25,4
Colline	17,1	30,6
TNS	24,4	45,8
<b>Ensemble</b>	<b>22,0</b>	<b>30,3</b>

CRÉDOC, août 2001



2. La hausse de ceux qui disent venir « régulièrement » est plus modérée, mais les véritables habitués ont beaucoup augmenté à la Colline et au TNS.

« Va régulièrement voir des pièces de théâtre » :

	2001	2000
Odéon	48,2	49,0
Chaillot	47,8	47,0
Colline	49,1	41,6
TNS	33,7	31,5
<b>Ensemble</b>	<b>45,9</b>	<b>43,3</b>

CRÉDOC, août 2001

« Est allé plus de 10 fois au théâtre dans l'année » :

	2001	2000
Odéon	34,2	35,2
Chaillot	34,4	33,1
Colline	41,1	30,2
TNS	27,7	13,7
<b>Ensemble</b>	<b>35,1</b>	<b>29,7</b>

CRÉDOC, août 2001

De ces constats, on peut inférer qu'il existe un lien entre les canaux d'information sur le tarif et les caractéristiques du public qui en a profité : la publicité a moins fonctionné dans le cas du TNS et de la Colline et ce sont également les deux théâtres qui ont vu leur proportion de nouveau public fléchir le plus fortement.

3. La hausse de ceux qui sont déjà venus dans le théâtre national où ils ont été interrogés est importante surtout à la Colline.

« Est déjà venu à ce théâtre » :

	2001	2000
Odéon	65,7	62,5
Colline	66,5	46,9
Chaillot	70,8	62,6
TNS	74,7	84,1
<b>Ensemble</b>	<b>68,9</b>	<b>61,9</b>

CRÉDOC, août 2001

Ces comparaisons vont toutes dans le même sens : le nombre des habitués s'est globalement accru de 7%. Là où nous avons conclu, en 2000, que le tarif à 50 francs avait fait croître la part des « non habitués » dans les théâtres nationaux, nous constatons qu'entre 2000 et 2001 le poids entre public peu assidu (moins de 3 sorties par an) et public très assidu (plus de 10 sorties) s'est inversé au bénéfice de ce dernier. Et cela sur l'ensemble des théâtres, y compris le TNS qui pourtant comptait, en 2000, près de la moitié de spectateurs occasionnels au sein de son public. Dans son cas, de 46% en 2000, cette proportion est tombée à 24% en 2001.

### *3. L'origine sociale des bénéficiaires n'a que peu évolué et les quelques variations ne vont pas dans le sens d'une démocratisation*

En 2000, le constat sur l'effet de la mesure au niveau de la démocratisation de l'accès au théâtre était le suivant : « *les caractéristiques sociologiques des bénéficiaires du tarif à 50 francs n'ont, au terme d'un semestre de fonctionnement, que faiblement élargi la base sociale du public des théâtres nationaux.* ».

**Pris dans leur ensemble, les bénéficiaires de l'année 2001 présentent un profil sociologique qui n'est guère différent de celui observé en 2000.**

1. La pyramide des âges n'a quasiment pas changé. La classe des 25-35 ans a un peu progressé mais au détriment à la fois des moins de 25 ans et des 45-54 ans. On ne peut donc parler ni de vieillissement ni de rajeunissement du public.
2. La distribution du capital scolaire a plutôt évolué à contre courant des objectifs de démocratisation recherchés par la mesure. La part des moins diplômés (diplôme inférieur ou égal au bac) s'est légèrement réduite, de 20

à 18%, tandis que la proportion de très diplômés (bac +5 et plus) est passée de 34 à près de 39%.

3. Enfin, la distribution des catégories socio-professionnelles montre peu de variations ; la part des professions des arts, des spectacles et de l'information a un peu augmenté, celle des professeurs (secondaire et supérieur) a un peu diminué. La proportion d'ouvriers et d'employés est restée stable à 11%.

« Part des personnes appartenant à un foyer de cadres et professions intellectuelles supérieures » :

	2001	2000
Odéon	79,6	75,5
Chaillot	77,8	67,4
Colline	73,7	71,7
TNS	66,7	66,3
<b>Ensemble</b>	<b>75,1</b>	<b>70,8</b>

CRÉDOC, août 2001

« Part des personnes faiblement diplômées » :

	2001	2000
Odéon	14,4	11,8
Chaillot	19,6	21,4
Colline	20,1	23,6
TNS	17,0	27,3
<b>Ensemble</b>	<b>17,8</b>	<b>20,3</b>

CRÉDOC, août 2001

« Part des moins de 35 ans » :

	2001	2000
Odéon	42,8	49,9
Chaillot	42,0	36,4
Colline	53,8	54,0
TNS	53,7	33,5
<b>Ensemble</b>	<b>47,4</b>	<b>44,5</b>

CRÉDOC, août 2001

Appréhendées théâtre par théâtre, quelques évolutions sont sensibles.

- Le public de *l'Odéon* a vieilli (43% de moins de 35 ans en 2001 contre 50% en 2000), mais le théâtre a su attirer un peu plus de personnes faiblement diplômées (14% contre 12%) même s'il demeure celui où ces dernières sont le moins bien représentées. La progression la plus notable est celle de la part du public inactif, en grande partie composé de retraités, ce qui explique le constat sur le vieillissement.
- Le public de *Chaillot* s'est au contraire un peu rajeuni (42% de moins de 35 ans en 2001, 36% en 2000) mais il ne compte pas plus de personnes faiblement diplômées (20% contre 22%). L'évolution de la composition sociale est plus sensible. La part du public cadre a nettement progressé, de 67 à 78%, ce qui peut s'expliquer par le changement radical de programmation entre 2000 et 2001 (avec le départ de Jérôme Savary). La nouvelle direction a programmé un grand nombre de spectacles de danse dont on sait qu'ils attirent habituellement un public plus « élitiste ».
- Au théâtre de *la Colline*, la part des moins de 25 ans a régressé mais les 25-35 ans ont progressé, le bilan des deux aboutissant à un impact global de la mesure sur l'âge peu marqué. Concernant les diplômes, la dégradation est un peu plus sensible qu'à Chaillot, la part des bas diplômés étant passée de 24 à 20%. Si on n'enregistre pas de variations dans la composition sociale des foyers dont sont issus les spectateurs, on constate une nette diminution du nombre des étudiants au profit des actifs occupés.
- Enfin, c'est au TNS que l'on observe les variations les plus importantes. D'un côté le public du TNS s'est nettement rajeuni (on passe de 34% de moins de 35 ans à 54%) mais, d'un autre côté, la proportion de personnes faiblement diplômées a régressé de 27 à 17%. Ceci s'explique par un

accroissement de la part des étudiants : de 19% en 2000, ils sont passés à 28% du public en 2001. Cette ouverture au jeune public est, en réalité, très sélective. Il est difficile de parler de démocratisation quand 75% du public de ce théâtre dispose d'un diplôme au moins égal à bac+3.

#### 4. L'aire d'attraction géographique du public des jeudis s'est amenuisée

En 2000, nous notions que « l'effet d'aubaine stimule la fréquentation des provinciaux et des étrangers ». Or, entre 2000 et 2001, le parisianisme du public des jeudis s'est accru.

1. La part du public résidant à Paris s'est renforcée dans les 3 théâtres parisiens.

« Part du public résident à Paris » :

	2001	2000
Odéon	66,0	63,1
Chaillot	64,2	55,5
Colline	74,1	63,3
<b>Ensemble (hors TNS)</b>	<b>68,1</b>	<b>60,6</b>

CRÉDOC, août 2001

2. La part des provinciaux a, partout, fortement diminué.

« Part du public non originaire d'Ile-de-France (y compris étrangers) » :

	2001	2000
Odéon	12,2	16,3
Chaillot	7,1	18,7
Colline	5,2	9,0
<b>Ensemble (hors TNS)</b>	<b>8,3</b>	<b>14,8</b>

CRÉDOC, août 2001

Ce renforcement de la proportion des Parisiens dans le public des jeudis des théâtres nationaux de la capitale est surtout sensible à la Colline et à Chaillot. Pour Chaillot, cette évolution s'est doublée d'un recul important de la part des provinciaux et des

étrangers. Comme précédemment, ceci s'explique vraisemblablement par les changements de programmation intervenus dans ce théâtre.

Mais on peut penser également que les insuffisances notoires des actions de communication concernant la mesure n'ont pas contribué à favoriser le rayonnement de celle-ci, particulièrement pour le public potentiel ne résidant pas dans la capitale.

### 5. La mesure risque de favoriser des bénéficiaires « systématiques »

En 2000, il apparaissait que la part des personnes qui avaient bénéficié déjà plusieurs fois de la mesure était passée de 20% en mars à 30% en juin 2000. D'où cette conclusion : « Cet accroissement régulier illustre les effets potentiellement pervers de la mesure : son utilisation par les « boulimiques » des sorties au théâtre. »

Le phénomène s'est depuis légèrement accentué. Toutefois la part de ceux qui bénéficie de la mesure pour la première fois reste largement majoritaire (67% en 2001).

1. La part des « multi-bénéficiaires » représente près du tiers du public des jeudis, surtout à l'Odéon et à la Colline.

« Part des personnes ayant déjà bénéficié de la mesure » :

	2001	2000
Odéon	35,8	24,8
Chailot	29,4	22,3
Colline	35,5	20,7
TNS	27,4	18,3
<b>Ensemble</b>	<b>32,5</b>	<b>21,9</b>

CRÉDOC, août 2001

2. la part des utilisateurs « systématiques » a fortement augmenté dans tous les théâtres.

« Part de ceux en ayant bénéficié 4 fois ou plus » :

	2001	2000
Odéon	15,9	7,7
Chaillot	14,5	7,6
Colline	19,4	5,6
TNS	17,0	3,9
<b>Ensemble</b>	<b>16,7</b>	<b>6,5</b>

CRÉDOC, août 2001

La progression du nombre des « multi-bénéficiaires » de la mesure s'est opérée de façon relativement uniforme d'un théâtre à l'autre : si elle a été un peu plus modérée à Chaillot, elle a été un peu plus intense à la Colline. Mais globalement, ces variations traduisent le processus mécanique de diffusion de la mesure dans le cercle étroit des bénéficiaires. Il est naturel qu'avec le temps, de plus en plus d'habitues des théâtres nationaux aient eu l'occasion de bénéficier du tarif à 50F.

A l'Odéon comme à Chaillot, la proportion de personnes ayant bénéficié 4 fois ou plus de la mesure a grosso modo doublé. A la Colline et au TNS, la proportion de spectateurs « systématiques du jeudi » a été multipliée quasiment par 4. Dans ces deux théâtres, le public semble donc plus enclin à exploiter le tarif à 50 francs dans le but de profiter plus largement de la programmation. Ce constat est corroboré par les motivations qu'avancent les spectateurs du jeudi pour utiliser le tarif à 50F, ainsi que dans leurs attitudes à l'égard de l'aubaine tarifaire.

## 6. L'effet d'aubaine s'est accentué

En 2000, nous avons conclu que l'effet d'aubaine tarifaire paraissait l'emporter sur l'effet d'incitation à découvrir l'art dramatique, tant pour les individus qui sont déjà de grands consommateurs que pour ceux qui fréquentent peu les salles de théâtre.

Cette tendance s'est renforcée. En particulier, le comportement consistant à attendre un autre jeudi plutôt que de réserver des places à un prix plus cher, s'est développé. De ce fait, en 2001, l'option « attendre un autre jeudi » a le même poids que l'option « payer plus cher » sa place pour être assuré de voir le spectacle souhaité. Seuls les spectateurs de Chaillot n'ont pas suivi cette tendance.

« Part des personnes préférant attendre un autre jeudi » :

	2001	2000
Odéon	41,5	42,6
Chaillot	27,8	30,8
Colline	41,8	32,8
TNS	41,8	24,4
<b>Ensemble</b>	<b>37,9</b>	<b>33,6</b>

CRÉDOC, août 2001

« Part de ceux acceptant de prendre des places plus chères » :

	2001	2000
Odéon	40,5	38,3
Chaillot	51,5	45,6
Colline	40,6	52,0
TNS	41,8	55,7
<b>Ensemble</b>	<b>43,7</b>	<b>47,0</b>

CRÉDOC, août 2001

Chaillot est le seul théâtre où la solution « prendre des places plus chères » est majoritaire (elle a même progressé), ce qui peut être regardé comme un indice de forte attractivité des spectacles programmés. En regard, la Colline et le TNS ont connu une évolution inverse, qui les ramène à la situation de l'Odéon. Dans ces trois



théâtres, on compte, en 2001, un peu plus de personnes préférant attendre un autre jeudi que de payer plus cher leur place.

Tout semble se passer comme si la mesure introduisait progressivement pour le public des habitués des théâtres nationaux une nouvelle échelle de tarif propre aux salles nationales. Un double effet pervers peut résulter de l'évolution de la perception de cette mesure. D'une part, loin d'inciter un public non averti à venir au théâtre, elle sert plutôt aux aficionados à accroître leur consommation et à réduire leur facture de sortie au théâtre. D'autre part, ces derniers s'habituant à ce nouveau tarif, la suppression de la mesure aura vraisemblablement un effet mécanique : les bénéficiaires les plus « systématiques » réduiront leur consommation dans la même proportion qu'ils l'avaient accrue grâce à ce tarif préférentiel.

## 7. La hiérarchie des motivations n'a guère évolué

En 2000, l'analyse des motivations avancées par les bénéficiaires du tarif à 50F montrait que : *« l'effet « incitatif » qui constitue le principal objectif de la mesure, à savoir favoriser la découverte du théâtre, n'est retenu que par une minorité de personnes [...] Cette motivation n'a pas plus de poids que le pur effet d'aubaine qu'induit un prix très attractif. »*.

En 2001, l'analyse de ces mêmes motivations débouche sur deux constats.

1. Les personnes interrogées ont, dans l'ensemble, donné moins de raisons pour justifier l'achat de places à 50F. Chacun des motifs invoqués est ainsi moins fréquemment cité en 2001 qu'en 2000. Cela tend à confirmer l'hypothèse de « normalisation » du nouveau tarif. Après deux années de fonctionnement, il perd son côté exceptionnel et les individus y recourent comme ils le feraient avec n'importe quelle autre forme de tarif réduit. Il ne s'agit donc plus de profiter de la mesure pour « sortir de l'ordinaire » mais au contraire de l'intégrer à l'ordinaire. Ce qui est symptomatique de la récupération par les habitués d'une mesure qui devait plutôt servir les non-initiés.
2. Malgré des variations assez sensibles pour certains motifs, la hiérarchie générale des motivations n'a pas évoluée entre 2000 et 2001. Le motif le plus fréquemment retenu, *« aller voir plus souvent des pièces de théâtre »* est cité par 60% des personnes interrogées. Bien que le classement des raisons avancées n'ait pas évolué, certaines ont régressé plus fortement que d'autres : *« emmener des enfants au théâtre »* (de 20% à 10%), *« découvrir le théâtre, ou y aller de nouveau »* (de 29% à 15%) et *« inviter des amis ou des personnes de sa famille »* (45% à 27%), ont baissé de moitié ou presque.

L'effet d'aubaine tarifaire est devenu plus manifeste qu'en 2000. En 2001, la seule justification donnée à la mesure par la majorité des bénéficiaires est l'opportunité d'aller plus souvent au théâtre.

Odéon				
2001		2000		
	« Aller plus souvent... »	58,0	« Aller plus souvent... »	72,8
	« Inviter parents, amis... »	29,1	« Inviter parents, amis... »	39,6
	« Prix attractif... »	19,9	« Prix attractif... »	35,4
	« Découvrir... »	16,8	« Découvrir... »	26,9
	« Pour les enfants... »	12,8	« Pour les enfants... »	12,1

Colline				
2001		2000		
	« Aller plus souvent... »	68,0	« Aller plus souvent... »	76,0
	« Inviter parents, amis... »	29,0	« Inviter parents, amis... »	47,3
	« Prix attractif... »	26,2	« Découvrir... »	33,1
	« Découvrir... »	14,0	« Prix attractif... »	27,4
	« Pour les enfants... »	10,1	« Pour les enfants... »	18,9

Chaillot				
2001		2000		
	« Aller plus souvent... »	67,3	« Aller plus souvent... »	66,7
	« Inviter parents, amis... »	34,3	« Inviter parents, amis... »	60,9
	« Prix attractif... »	21,8	« Prix attractif... »	37,4
	« Découvrir... »	17,2	« Découvrir... »	35,6
	« Pour les enfants... »	11,2	« Pour les enfants... »	33,0

TNS				
2001		2000		
	« Aller plus souvent... »	37,9	« Aller plus souvent... »	41,5
	« Prix attractif... »	24,2	« Prix attractif... »	35,8
	« Découvrir... »	11,6	« Inviter parents, amis... »	26,4
	« Inviter parents, amis... »	7,4	« Découvrir... »	17,3
	« Pour les enfants... »	2,1	« Pour les enfants... »	14,3

Ensemble				
2001		2000		
1-	« Aller plus souvent... »	59,9	1- « Aller plus souvent... »	66,7
2-	« Inviter parents, amis... »	26,8	2- « Inviter parents, amis... »	45,4
3-	« Prix attractif... »	22,9	3- « Prix attractif... »	33,9
4-	« Découvrir... »	15,3	4- « Découvrir... »	29,4
5-	« Pour les enfants... »	9,8	5- « Pour les enfants... »	20,4

CRÉDOC, août 2001

Les évolutions sont toutefois assez différentes d'un théâtre à l'autre.

- L'Odéon a suivi l'évolution moyenne qui, entre 2000 et 2001, montre un affaiblissement de toutes les motivations proposées dans le questionnaire.
- A Chaillot comme à la Colline, l'opportunité « *d'aller voir plus souvent des pièces de théâtre* » est restée la motivation largement dominante. Mais le fait d'être intéressé par ce nouveau tarif pour « *inviter des amis ou des personnes de sa famille* » a beaucoup régressé, en particulier à Chaillot.
- Au TNS, les motivations qui étaient déjà globalement peu affirmées en 2000, le sont encore moins en 2001. De plus, les raisons altruistes comme « *inviter des amis ou sa famille* » ou bien « *emmener des enfants au théâtre* » sont devenues quasi inexistantes. Par voie de conséquence, le TNS est le seul des 4 théâtres nationaux dans lequel les deux aspects de l'effet d'aubaine tarifaire (« *aller plus souvent...* » et « *parce que le prix est attractif...* ») arrivent aux premiers rangs des motivations.

## *8. Un public qui fréquente d'autres théâtres que les salles nationales*

La question « *quels sont les deux derniers théâtres où vous êtes allés ?* » permet de mieux cerner les habitudes du public étudié. Il apparaît que les bénéficiaires des jeudis à 50 francs ne se limitent pas aux adeptes exclusifs du théâtre national. La majorité d'entre eux fréquentent plusieurs théâtres publics ou privés. Il s'agit pour beaucoup d'amateurs du théâtre fréquentant des salles très diverses.

« Les deux derniers théâtres fréquentés : théâtres nationaux uniquement » :

	2001	2000
Odéon	14,6	14,2
Chaillot	10,2	11,8
Colline	13,3	13,9
TNS	36,2	32,8
<b>Ensemble</b>	<b>16,7</b>	<b>16,4</b>

CRÉDOC, août 2001

« Les deux derniers théâtres fréquentés : théâtres nationaux et autres théâtres » :

	2001	2000
Odéon	31,3	33,8
Chaillot	29,1	27,9
Colline	33,7	27,4
TNS	24,5	34,6
<b>Ensemble</b>	<b>30,2</b>	<b>30,5</b>

CRÉDOC, août 2001

« Les deux derniers théâtres fréquentés : théâtres non nationaux uniquement » :

	2001	2000
Odéon	54,0	52,1
Chaillot	60,7	60,2
Colline	58,7	53,0
TNS	39,4	32,5
<b>Ensemble</b>	<b>53,1</b>	<b>53,1</b>

CRÉDOC, août 2001

Globalement cette typologie des théâtres fréquentés n'a pas du tout évolué entre 2000 et 2001. Le TNS diffère des théâtres nationaux parisiens par le poids plus élevé, et qui s'est plutôt accru, des adeptes du seul TNS. Il faut rappeler que l'offre de théâtre de la région de Strasbourg est logiquement beaucoup plus réduite que celle de Paris.

## CONCLUSION

L'analyse de l'évolution des profils des bénéficiaires du tarif à 50 francs et de leurs attitudes entre 2000 et 2001, apporte un certain nombre d'éléments permettant d'évaluer l'impact de la mesure.

**Les évolutions constatées font apparaître deux tendances principales :**

- **faute de messages en direction du « grand public », la mesure tend à fonctionner en vase clos, dans le milieu des aficionados du théâtre ;**
- **le bénéfice tarifaire ne se révèle finalement attractif que pour ceux qui ont une consommation déjà importante de sorties dans différents théâtres.**

Des quatre théâtres nationaux pris en compte dans l'enquête, l'Odéon est le seul où la mesure semble avoir maintenu un effet d'ouverture : la publicité y a nettement mieux fonctionné qu'ailleurs et la proportion de nouveaux publics n'a que très peu fléchi. Le constat est le même pour Chaillot qui attire la même proportion de spectateurs occasionnels qu'en 2000. Mais du fait du changement de programmation, Chaillot a beaucoup perdu de sa capacité à attirer un public provincial ou étranger.

A l'inverse, les effets pervers de la mesure se sont particulièrement renforcés à la Colline et au TNS. Ces derniers ont vu l'afflux de public occasionnel se réduire de façon importante et le nombre des « gros » consommateurs de théâtre s'accroître. Corrélativement, c'est dans ces deux théâtres que le recours à « l'aubaine tarifaire » a le plus progressé et que le nombre des multi-bénéficiaires de la mesure s'est le plus accru.

Quelques hypothèses peuvent être dégagées de ces constats.

Si l'on en juge par l'évolution du public des jeudis dans un théâtre comme l'Odéon, on peut penser que la mesure atteint plus facilement son objectif – celui de favoriser l'ouverture du théâtre national à un public plus diversifié – dans un théâtre dont le rayonnement et la politique de communication sont en mesure d'atteindre des couches suffisamment larges de la population.

En comparaison, les théâtres dont la fréquentation est plus élitiste, souvent en raison d'une programmation plus étroite (répertoire contemporain, spectacles de danse par exemple), ne parviennent pas à utiliser la mesure du tarif à 50 francs pour élargir la fréquentation à des spectateurs peu familiers des salles de théâtre. Dans le cas de la Colline particulièrement, l'évolution sur deux ans des caractéristiques du public des jeudis attestent de l'échec de la mesure.

Celle-ci, enfin, apparaît mal adaptée au contexte des théâtres de province si l'on en juge par l'exemple du TNS. L'existence de tarifs déjà très avantageux pour les jeunes, doublé de la tendance du TNS à remplir les salles du jeudi par des abonnés, limitent grandement l'intérêt du tarif à 50 francs.

Au vu de ces résultats, il apparaît particulièrement regrettable que la Comédie Française ait cessé d'appliquer la mesure en juin 2000, compte tenu de son rayonnement (notamment auprès des provinciaux) et de son rôle prééminent dans le monde du théâtre français. A l'image de l'Odéon, il est évident que la Comédie Française est le théâtre dans lequel la mesure est le plus susceptible d'atteindre son objectif d'ouverture.

On insistera, pour finir, sur le fait qu'une mesure de politique publique comme le « théâtre à 50 francs » ne peut réussir que si les partenaires concernés (les directions

des théâtres nationaux et leur tutelle) élaborent un discours « grand public » sur les objectifs de la mesure et développent des actions de promotion volontaristes. Il est tout à fait paradoxal que le service public ne réussisse pas ce que le groupement des théâtres privés parisiens est parvenu à faire avec le tarif à 70 francs pour les moins de 26 ans qui est, aujourd'hui, bien mieux connu des jeunes que le tarif à 50 francs du théâtre national.



## *Synthèse des résultats, théâtre par théâtre*

### **Théâtre de l'Odéon**

- Stabilité de l'impact des médias dans la diffusion de la mesure et légère baisse de l'importance du bouche-à-oreille.
- Stabilité des proportions de spectateurs occasionnels et réguliers.
- Sensible vieillissement du public.
- Proportion légèrement supérieure de personnes faiblement diplômées.
- Léger accroissement de la part de public parisien et baisse du nombre d'étrangers et de provinciaux.
- Accroissement de 10% du nombre de « multi-bénéficiaires » et doublement de la part des « utilisateurs systématiques ».
- Stabilité de la part de public adoptant un comportement d'attente.
- Baisse des actifs en emploi et des étudiants et donc accroissement proportionnel des autres inactifs.
- Légère progression de la part de cadres.
- Pas de variation dans la hiérarchie des motifs d'utilisation de la mesure.

#### Synthèse :

A l'Odéon, les effets de la mesure sont restés stables.

## Théâtre de Chaillot

- Très forte baisse de l'impact de la publicité et sensible hausse de celui du bouche-à-oreille.
- Relative stabilité des proportions de public occasionnels et réguliers.
- Sensible rajeunissement du public.
- Très légère réduction de la fraction des faiblement diplômés.
- Sensible accroissement du public parisien et baisse importante des étrangers et provinciaux.
- Augmentation de 7% du nombre des « multi-bénéficiaires » et doublement de la part des « utilisateurs systématiques ».
- Léger recul des comportements d'attente.
- Légère baisse du nombre d'actifs occupés et hausse proportionnelle de celui d'inactifs et de chômeurs.
- Très forte progression de la fraction de public cadre.
- Pas de variation dans le hiérarchie des motifs d'usage du tarif à 50F.

### Synthèse :

L'importante progression du public cadre et la baisse de la part d'étrangers et de provinciaux est vraisemblablement attribuable à la programmation plus élitiste du théâtre sur la saison 2001. La très nette diminution de l'information par les médias et la progression du bouche-à-oreille vont de pair avec l'évolution du public entre les deux saisons.

## Théâtre de la Colline

- Forte baisse de l'impact des médias et forte hausse de celui du bouche-à-oreille.
- Deux fois moins d'occasionnels et hausse importante du nombre des usagers réguliers.
- Accroissement de la part des 25-35 ans.
- Baisse du nombre des faiblement diplômés.
- Accroissement sensible du public parisien et baisse du nombre d'étrangers et de provinciaux.
- Progression de 15% du nombre des « multi-bénéficiaires » et plus que triplement de celui des « utilisateurs systématiques ».
- Accroissement non négligeable de la part de personnes adoptant un comportement d'attente.
- Forte progression du public des actifs ayant un emploi.
- Pas de variations dans la structure des catégories socio-professionnelles.
- Dans la hiérarchie des motivations à utiliser le tarif à 50 F, l'effet d'aubaine tarifaire a pris le dessus sur l'incitation à la découverte du théâtre.
- Accroissement sensible de la proportion de personnes ayant récemment fréquenté des théâtres nationaux et d'autres théâtres alors que la part de ceux ne s'étant rendu que dans des théâtres « non nationaux » est en baisse.

### Synthèse :

A la Colline, la baisse du public occasionnel a été importante. Elle s'accompagne de la progression du nombre des « utilisateurs systématiques », plus importante que dans les autres théâtres, et de la généralisation des comportements d'attente, d'un jeudi à l'autre. Le public a également évolué, du fait d'un accroissement de la part des spectateurs jeunes (25-35 ans), actifs en emploi, qui fréquentent volontiers différents théâtres.

## Théâtre national de Strasbourg

- Forte baisse de l'impact des médias au bénéfice de celui du bouche-à-oreille.
- Très forte baisse du public des occasionnels et progression notable des réguliers.
- Fort rajeunissement du public.
- Forte baisse de la part des faiblement diplômés.
- Augmentation de 9% de la part des « multi-bénéficiaires » et multiplication du nombre des « systématiques » par quatre.
- Très nette progression de la fraction de public adoptant un comportement d'attente.
- Importante progression du public étudiant au détriment des retraités et autres inactifs.
- Peu de variations de la structure socio-professionnelle.
- Dans la hiérarchie des motivations, le TNS est le seul théâtre où le motif « *pour le prix...* » arrive en seconde position après « *aller plus souvent au théâtre* ».
- La part des personnes qui déclarent ne fréquenter que le théâtre national est nettement plus élevée que dans les théâtres parisiens.

### Synthèse :

Sur la plupart des aspects, les évolutions au TNS sont amplifiées par rapport à la Colline. La baisse des occasionnels et des faiblement diplômés y est plus forte, l'accroissement des « utilisateurs systématiques » et des comportements induits par l'aubaine tarifaire plus marqué.

Par ailleurs, on enregistre un net accroissement de la population estudiantine, qui bénéficie pourtant déjà de tarifs « jeunes » très incitatifs. Au TNS comme à la Colline, on constate, entre 2000 et 2001, un effet d'appel de nouveaux spectateurs plus jeunes, mais ces derniers n'ont rien de novices dans la fréquentation des salles de théâtre.

## ANNEXE 1

### Le tri à plat des résultats de l'enquête

## Le tri à plat des résultats de l'enquête (Février-juin 2001)

### Avertissement

Les tris présentés à partir de la page suivante intègrent une pondération destinée à rendre comparables les données de 2000 et 2001. Nous avons appliqué aux individus de l'enquête 2001 un coefficient de pondération fondé sur le nombre de questionnaires réalisés dans chaque théâtre, dans le but d'avoir des effectifs strictement comparables entre les deux années. Les deux questions suivantes n'ont pas été pondérées de manière à pouvoir indiquer le nombre de questionnaires réalisés par théâtre et par spectacle en 2001.

### 1- Pour quel spectacle allez-vous prendre (avez-vous pris) des places à 50 francs ?

*Question non pondérée*

SPECTACL	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Chaillot - Adriana Varella	4	0.3	4	0.3
Chaillot - Ballet Frankfurt	30	1.9	34	2.1
Chaillot - Ballet de Lorraine	10	0.6	44	2.8
Chaillot - Ballet royal de Suède	13	0.8	57	3.6
Chaillot - Blonde	1	0.1	58	3.7
Chaillot - Buenos Aires 1 3 5	2	0.1	60	3.8
Chaillot - Flamenco	35	2.2	95	6.0
Chaillot - La danse, une histoire	1	0.1	96	6.1
Chaillot - Le Grand théâtre	54	3.4	150	9.5
Chaillot - Le jardin de io io ito ito	38	2.4	188	11.9
Chaillot - Pas de Deux	31	2.0	219	13.8
Chaillot - Pourquoi j'ai jeté ma grand mère	19	1.2	238	15.0
Chaillot - Tango	129	8.1	367	23.2
Colline - Cercle de Craie Caucasien	379	23.9	746	47.1
Colline - Der Name	10	0.6	756	47.7
Colline - Gier	40	2.5	796	50.2
Colline - Médée	21	1.3	817	51.5
Colline - Visage de Feu	85	5.4	902	56.9
Odéon - Fil à la patte	268	16.9	1170	73.8
Odéon - Gémélos	40	2.5	1210	76.3
Odéon - L'Avare	233	14.7	1443	91.0
Odéon - Les Cantates	15	0.9	1458	92.0
Odéon - Presque Don Quichotte	32	2.0	1490	94.0
TNS - Iphigénie en Aulide	31	2.0	1521	96.0
TNS - L'exaltation du labyrinthe	28	1.8	1549	97.7
TNS - Maison d'arrêt	11	0.7	1560	98.4
TNS - Quelqu'un pour veiller sur mo	7	0.4	1567	98.9
TNS - Stella une pièce pour les ama	18	1.1	1585	100.0

### ➤ Nombre de questionnaires réalisés par théâtre

*Question non pondérée*

THEATRE	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Chaillot	367	23.2	367	23.2
Colline	535	33.8	902	56.9
Odéon	588	37.1	1490	94.0
TNS	95	6.0	1585	100.0

## 2- Pouvez-vous me préciser à qui ces places sont destinées, en vous comptant ?

### ➤ Vous même, votre conjoint, ou les membres de votre famille

Q2S1R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
0	94.17835	4.3	94.17835	4.3
1	1151.073	52.6	1245.252	56.9
2	741.4102	33.9	1986.662	90.7
3	128.9781	5.9	2115.64	96.6
4	54.30167	2.5	2169.942	99.1
5 et +	20.0584	0.9	2190	100.0

### ➤ Vos amis, collègues

Q2S2R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
0	1395.854	63.7	1395.854	63.7
1	383.4724	17.5	1779.327	81.2
2	212.7728	9.7	1992.1	91.0
3	109.9539	5.0	2102.054	96.0
4	53.56021	2.4	2155.614	98.4
5 et +	34.38627	1.6	2190	100.0

### ➤ Groupes d'adultes

Q2S3R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
0	2186.736	99.9	2186.736	99.9
5 et +	3.264105	0.1	2190	100.0

### ➤ Enfants de votre famille

Q2S4R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
0	2174.843	99.3	2174.843	99.3
1	5.919004	0.3	2180.762	99.6
2	4.369821	0.2	2185.132	99.8
3	2.157562	0.1	2187.29	99.9
4	1.05102	0.0	2188.341	99.9
5 et +	1.659401	0.1	2190	100.0

### ➤ Enfants de vos amis, collègues

Q2S5R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
0	2177.797	99.4	2177.797	99.4
1	1.659401	0.1	2179.456	99.5
2	3.872485	0.2	2183.329	99.7
3	3.905263	0.2	2187.234	99.9
5 et +	2.765943	0.1	2190	100.0

➤ Groupes d'enfants, de jeunes

Q2S6R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
0	2179.268	99.5	2179.268	99.5
2	2.102041	0.1	2181.37	99.6
3	1.05102	0.0	2182.421	99.7
5 et +	7.579229	0.3	2190	100.0

➤ Soit au total

Q2S7R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
0	8.795165	0.4	8.795165	0.4
1	549.8171	25.1	558.6122	25.5
2	999.1573	45.6	1557.769	71.1
3	289.4949	13.2	1847.264	84.3
4	204.1394	9.3	2051.404	93.7
5 et +	138.5962	6.3	2190	100.0

**3- Est-ce que vous allez voir des pièces de théâtre ?**

	Q3	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Rarement		341.5997	15.7	341.5997	15.7
De temps en temps		828.7567	38.0	1170.356	53.7
Régulièrement		998.8993	45.9	2169.256	99.6
C'est la première fois		9.293327	0.4	2178.549	100.0

Frequency Missing = 11.450889028

**5- Etes-vous allé au théâtre au cours des douze derniers mois ?**

Q5	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Oui	2016.547	92.8	2016.547	92.8
Non	157.4888	7.2	2174.035	100.0

Frequency Missing = 15.964532322

➤ Si oui, combien de fois

Q5SIOUIR	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
a-0	157.4888	7.3	157.4888	7.3
b-1 ou 2	315.0236	14.7	472.5124	22.0
c-3 ou 4	415.042	19.3	887.5544	41.4
d-5 à 9	506.617	23.6	1394.171	65.0
e-10 à 19	458.7602	21.4	1852.932	86.3
f-20 et plus	292.947	13.7	2145.879	100.0

Frequency Missing = 44.121412418



#### 4- Quels sont les deux derniers théâtres où vous êtes allé ?

##### ➤ Théâtre de l'Odéon

ODEON	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1982.907	90.5	1982.907	90.5
oui	207.0926	9.5	2190	100.0

##### ➤ Théâtre de Chaillot

CHAILLOT	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1971.112	90.0	1971.112	90.0
oui	218.888	10.0	2190	100.0

##### ➤ Théâtre de la Colline

COLLINE	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1926.279	88.0	1926.279	88.0
oui	263.7209	12.0	2190	100.0

##### ➤ Théâtre National de Strasbourg

TNS	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1965.187	89.7	1965.187	89.7
oui	224.8131	10.3	2190	100.0

#### 6- Etes-vous déjà venu ici ? (théâtre où se déroule l'enquête)

Q6	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Oui	1497.996	68.9	1497.996	68.9
Non	676.7913	31.1	2174.788	100.0

Frequency Missing = 15.212330389

#### 7- Etes-vous, ou avez-vous été, abonné(e) ici ... ? (théâtre où se déroule l'enquête)

Q7	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Actuellement abonné	50.6737	3.0	50.6737	3.0
A été abonné(<10 ans)	158.0953	9.5	208.769	12.5
A été abonné(>10ans)	50.34998	3.0	259.119	15.6
N'a jamais été abonné	1406.51	84.4	1665.629	100.0

Frequency Missing = 524.37149786

## 8- Etes-vous ou avez-vous été abonné(e) dans un autre théâtre ?

Q8	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Actuellement abonné	179.9635	8.3	179.9635	8.3
A été abonné(<10 ans)	353.4324	16.3	533.3959	24.6
A été abonné(>10ans)	122.0416	5.6	655.4375	30.2
N'a jamais été abonné	1511.982	69.8	2167.42	100.0

Frequency Missing = 22.580216433

## 9- Comment avez-vous entendu parler du tarif à 50 francs le jeudi ? (réponses multiples possibles)

### ➤ Par la presse écrite (journaux de spectacles...)

IPRESSE	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1584.95	72.4	1584.95	72.4
oui	605.0497	27.6	2190	100.0

### ➤ Par la radio

IRADIO	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	2125.719	97.1	2125.719	97.1
oui	64.2805	2.9	2190	100.0

### ➤ Par la télévision

ITV	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	2164.765	98.8	2164.765	98.8
oui	25.23512	1.2	2190	100.0

### ➤ Par des affiches (dans la rue, dans les transports...)

IAFFICHE	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	2140.18	97.7	2140.18	97.7
oui	49.81986	2.3	2190	100.0

### ➤ Sur d'autres lieux culturels : Dans un théâtre – Dans un cinéma – Dans un musée – Par des tracts, prospectus, cartes publicitaires...

ICULTURE	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1598.982	73.0	1598.982	73.0
oui	591.0182	27.0	2190	100.0

- Par l'entourage : Par vos amis, votre famille – Sur votre lieu de travail – A l'école (fac, lycées...) – Par des professionnels du spectacles ou sur d'autres lieux de culture

IENTOUR	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1597.731	73.0	1597.731	73.0
oui	592.2691	27.0	2190	100.0

- Par un autre moyen : Par Internet – A l'hôtel – Autre...

IAUTRE	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	2004.312	91.5	2004.312	91.5
oui	185.6882	8.5	2190	100.0

- Aujourd'hui, en venant au théâtre

IAUJOUR	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1990.487	90.9	1990.487	90.9
oui	199.5132	9.1	2190	100.0

## 10- Est-ce la première fois que vous achetez des billets au tarif de 50 francs ?

Q10	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Oui	1471.708	67.5	1471.708	67.5
Non	708.9434	32.5	2180.651	100.0

Frequency Missing = 9.3488482113

- Si non, nombre de fois où vous en avez acheté

Q10SINOR	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
1	1471.708	69.2	1471.708	69.2
2	143.4627	6.7	1615.17	76.0
3	156.4422	7.4	1771.613	83.3
4	146.861	6.9	1918.474	90.2
5 et +	207.6563	9.8	2126.13	100.0

Frequency Missing = 63.870129249

## 11- Si vous n'obtenez pas de place à 50 francs (ou si vous n'aviez pas obtenu ...): (un seul choix)

	Q11	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Vous prendrez des places plus chères		810.9497	38.0	810.9497	38.0
Vous n'irez pas voir cette pièce		340.1508	16.0	1151.101	54.0
Vous attendrez un autre jeudi		703.9201	33.0	1855.021	87.0
Vous chercherez à profiter d'un autre tarif réduit		276.3208	13.0	2131.341	100.0

Frequency Missing = 58.658666141

## 12- En ce qui vous concerne, diriez-vous que vous profitez du tarif à 50 francs :

### ➤ Pour emmener des enfants au théâtre

Q12S1R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1975.574	90.2	1975.574	90.2
oui	214.4258	9.8	2190	100.0

### ➤ Pour inviter des amis, des personnes de votre famille

Q12S2R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1602.34	73.2	1602.34	73.2
oui	587.6598	26.8	2190	100.0

### ➤ Pour aller voir plus souvent des pièces de théâtre

Q12S3R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	878.3593	40.1	878.3593	40.1
oui	1311.641	59.9	2190	100.0

### ➤ Pour découvrir le théâtre ou y aller de nouveau

Q12S4R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1855.458	84.7	1855.458	84.7
oui	334.5418	15.3	2190	100.0

### ➤ Parce que le prix est attractif, c'est tout

Q12S5R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	1689.542	77.1	1689.542	77.1
oui	500.4584	22.9	2190	100.0

### ➤ Pour une autre raison

Q12S6R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	2116.649	96.7	2116.649	96.7
oui	73.35103	3.3	2190	100.0

### ➤ *Parmi les autres raisons* : Parce que c'est la seule possibilité pour aller voir une pièce en réservant le jour même

Q12S7R	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
non	2187.842	99.9	2187.842	99.9
oui	2.157562	0.1	2190	100.0

## Signalétique

### 13- Sexe

Q13	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Homme	788.8997	36.8	788.8997	36.8
Femme	1357.287	63.2	2146.186	100.0

Frequency Missing = 43.813500913

### 14- Quel âge avez-vous ?

Q14	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Moins de 15 ans	3.153061	0.1	3.153061	0.1
15 à 24 ans	358.5917	16.4	361.7447	16.6
25 à 34 ans	671.5891	30.8	1033.334	47.4
35 à 44 ans	362.8755	16.6	1396.209	64.0
45 à 54 ans	339.0311	15.5	1735.24	79.6
55 à 64 ans	292.2559	13.4	2027.496	93.0
65 ans et plus	153.1549	7.0	2180.651	100.0

Frequency Missing = 9.3488482113

### 15- Vivez-vous ?

Q15	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Seul	1011.432	46.6	1011.432	46.6
En couple	991.0222	45.7	2002.454	92.4
Chez vos parents	124.1931	5.7	2126.647	98.1
Autre	41.66668	1.9	2168.314	100.0

Frequency Missing = 21.68584286

### 16-Quelle est la situation du chef de famille ...? (actuelle, ou la dernière exercée)

Q16	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Actif ayant un emploi	1389.656	71.0	1389.656	71.0
DdE ayant trav.	53.96842	2.8	1443.624	73.7
Retraité	269.2785	13.8	1712.903	87.5
Elève ou étudiant	223.0147	11.4	1935.917	98.9
Inactif (autre cas)	18.53196	0.9	1954.449	99.8
DdE n'ayant jamais trav.	3.208583	0.2	1957.658	100.0

Frequency Missing = 232.34201826

**17-Quelle est (ou était) sa profession ? (actuelle, ou la dernière exercée)**

Q17	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Agriculteur	3.816963	0.2	3.816963	0.2
Artisan, commerçant	27.85806	1.7	31.67502	1.9
Chef d'entreprise	38.99939	2.3	70.67441	4.2
Prof. libérale	215.4844	12.9	286.1588	17.2
Cadre fonction publique	193.8546	11.6	480.0135	28.8
Professeur (second, sup)	204.2303	12.3	684.2437	41.1
Prof. arts, information	252.8163	15.2	937.06	56.2
Cadre d'entreprise	345.103	20.7	1282.163	77.0
Prof. interm. FP	95.50265	5.7	1377.666	82.7
Professeurs des écoles	44.31237	2.7	1421.978	85.4
Prof. interm. entreprise	65.34258	3.9	1487.321	89.3
Employé	152.1588	9.1	1639.479	98.4
Ouvrier	26.43078	1.6	1665.91	100.0

Frequency Missing = 524.08989864

**18- Vous même, êtes vous ? Si individu différent du chef de famille (notamment pour les femmes en couple ou les jeunes habitant chez leurs parents)**

Q18	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Actif ayant un emploi	568.6308	52.0	568.6308	52.0
DdE ayant trav.	24.0075	2.2	592.6383	54.2
Retraité	135.6816	12.4	728.3199	66.6
Elève ou étudiant	291.9755	26.7	1020.295	93.3
Inactif (autre cas)	69.69899	6.4	1089.994	99.7
DdE n'ayant jamais trav.	3.761441	0.3	1093.756	100.0

Frequency Missing = 1096.2441336

**19-Quelle est votre profession ? (actuelle, ou la dernière exercée si retraité, ou demandeur d'emploi) Si individu différent du chef de famille (notamment pour les femmes en couple ou les jeunes habitant chez leurs parents)**

Q19	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Agriculteur	1.659401	0.2	1.659401	0.2
Artisan, commerçant	15.85349	2.2	17.51289	2.5
Chef d'entreprise	6.527384	0.9	24.04027	3.4
Prof. libérale	70.97209	10.0	95.01237	13.4
Cadre fonction publique	58.89039	8.3	153.9028	21.8
Professeur (second, sup)	126.2045	17.8	280.1073	39.6
Prof. arts, information	108.6464	15.4	388.7536	55.0
Cadre d'entreprise	102.7341	14.5	491.4877	69.5
Prof. interm. FP	87.00301	12.3	578.4907	81.8
Professeurs des écoles	19.91457	2.8	598.4053	84.6
Prof. interm. entreprise	32.20514	4.6	630.6104	89.2
Employé	74.78823	10.6	705.3987	99.8
Ouvrier	1.659401	0.2	707.0581	100.0

Frequency Missing = 1482.9419261

## 20-Quel est votre niveau de diplôme ? (le plus élevé)

Q20	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
Dip < Bac	152.6341	7.0	152.6341	7.0
Dip = Bac ou équ	233.2468	10.8	385.8808	17.8
Dip Bac +1 ou +2	285.7619	13.2	671.6427	31.0
Dip Bac +3 ou +4	654.6769	30.2	1326.32	61.3
Dip Bac +5 ou >	839.0856	38.7	2165.405	100.0

Frequency Missing = 24.594782179

## 21-Quel est le code postal de votre lieu de résidence ?

SITUGEO	Frequency	Percent	Cumulative Frequency	Cumulative Percent
a1-Alsace	356.3972	16.9	356.3972	16.9
a2-Paris I	7.522883	0.4	363.9201	17.3
a3-Paris II	13.60928	0.6	377.5293	17.9
a4-Paris III	26.553	1.3	404.0823	19.2
a5-Paris IV	12.50273	0.6	416.5851	19.8
a6-Paris V	71.80311	3.4	488.3882	23.2
a7-Paris VI	64.998	3.1	553.3862	26.3
a8-Paris VII	43.09243	2.0	596.4786	28.3
a9-Paris VIII	12.61295	0.6	609.0916	28.9
b1-Paris IX	27.82528	1.3	636.9169	30.3
b2-Paris X	61.07388	2.9	697.9907	33.2
b3-Paris XI	98.58044	4.7	796.5712	37.8
b4-Paris XII	54.43381	2.6	851.005	40.4
b5-Paris XIII	64.33634	3.1	915.3413	43.5
b6-Paris XIV	76.67015	3.6	992.0115	47.1
b7-Paris XV	90.99637	4.3	1083.008	51.4
b8-Paris XVI	60.40574	2.9	1143.414	54.3
b9-Paris XVII	57.1434	2.7	1200.557	57.0
c1-Paris XVIII	76.83919	3.6	1277.396	60.7
c2-Paris XIX	67.32684	3.2	1344.723	63.9
c3-Paris XX	165.6728	7.9	1510.396	71.7
c4-Paris sp	38.8874	1.8	1549.283	73.6
c5-Hauts de Seine	126.7862	6.0	1676.069	79.6
c6-Seine St Denis	63.94839	3.0	1740.018	82.6
c7-Val de Marne	89.89302	4.3	1829.911	86.9
c8-Seine et Marne	18.75404	0.9	1848.665	87.8
c9-Yvelines	38.11493	1.8	1886.78	89.6
d1-Essonne	33.52385	1.6	1920.304	91.2
d2-Val d Oise	19.9701	0.9	1940.274	92.2
d3-Provence	137.6087	6.5	2077.883	98.7
d4-Réunion	3.153061	0.1	2081.036	98.8
d5-Etranger	1.05102	0.0	2082.087	98.9
d6-Imprécis	23.2889	1.1	2105.376	100.0

Frequency Missing = 84.624497438

## ANNEXE 2

### Le questionnaire de l'enquête





**Enquête auprès du public des théâtres nationaux  
bénéficiant du tarif à 50 francs le jeudi**

*Le Ministère de la Culture réalise une enquête auprès des spectateurs des théâtres nationaux qui ont bénéficié du tarif à 50 francs le jeudi. Nous vous remercions de répondre à ces quelques questions.*

**1- Pour quel spectacle allez-vous prendre (avez-vous pris) des places à 50 francs ?**

.....

**2- Pouvez-vous me préciser à qui ces places sont destinées, en vous comptant ?**

		nombre
<i>des adultes</i>	1- vous même, votre conjoint, ou les membres de votre familles	<input type="text"/>
<i>(18 ans et plus)</i>	2- vos amis, collègues	<input type="text"/>
	3- groupes d'adultes	<input type="text"/>
	<i>des enfants</i>	4- enfants de votre famille
<i>(moins de 18 ans)</i>	5- enfants de vos amis, collègues	<input type="text"/>
	6- groupes d'enfants, de jeunes	<input type="text"/>
	<b>Soit au total</b>	<input type="text"/>

**places**

**3- Est-ce que vous allez voir des pièces de théâtre ?**

- 1- rarement
- 2- de temps en temps
- 3- régulièrement
- 4- c'est la première fois *passer à Q9*

**4- Quels sont les deux derniers théâtres où vous êtes allé ?**

*(Enquêteur : deux choix différents ; si 2 fois le même, noter un seul théâtre)*

1<sup>er</sup> théâtre ..... Ville .....

2<sup>ème</sup> théâtre ..... Ville .....

**5- Etes-vous allé au théâtre au cours des douze derniers mois ?**

1- oui *si oui* combien de fois ? |\_\_|\_\_|

2- non

**6- Etes-vous déjà venu ici ? (théâtre où se déroule l'enquête)**

1- oui

2- non *passer à Q8*

**7- Etes-vous, ou avez-vous été, abonné(e) ici ... ? (théâtre où se déroule l'enquête)**

1- vous êtes actuellement abonné

2- vous avez été abonné ces dernières années (moins de 10 ans) mais vous ne l'êtes plus

3- vous avez été abonné mais il y a longtemps (plus de 10 ans)

4- vous n'avez jamais été abonné

**8- Etes-vous ou avez-vous été abonné(e) dans un autre théâtre ?**

1- vous êtes actuellement abonné

2- vous avez été abonné ces dernières années (moins de 10 ans) mais vous ne l'êtes plus

3- vous avez été abonné mais il y a longtemps (plus de 10 ans)

4- vous n'avez jamais été abonné

**9- Comment avez-vous entendu parler du tarif à 50 francs le jeudi ?** *(réponses multiples possibles)*

1- par des affiches (dans la rue, dans les transports)      2- par la presse écrite (journaux de spectacles...)

3- par la télévision

4- par la radio

5- par vos amis, votre famille

6- sur votre lieu de travail

7- dans un théâtre

8- dans un cinéma

9- dans un musée

10- aujourd'hui en venant au théâtre

11- à l'école (fac, lycées...)

12- par Internet

13- par des tracts, prospectus, cartes publicitaires

14- à l'hôtel

15- par des professionnels du spectacle, ou sur d'autres lieux de culture

16- d'une autre manière précisez ..... |\_\_|\_\_|

**10- Est-ce la première fois que vous achetez des billets au tarif de 50 francs ?**

*(NB. Il s'agit uniquement du tarif à 50 francs le jeudi dans les théâtres nationaux, depuis janvier 2000)*

1- oui

2- non *si non* nombre de fois où vous en avez acheté |\_\_|\_\_|

**11- Si vous n'obtenez pas de place à 50 francs (ou si vous n'aviez pas obtenu ...): (un seul choix)**

- 1- vous prendrez des places plein tarif pour voir cette pièce quand même (ou auriez-vous pris)
- 2- vous n'irez pas voir cette pièce (ou vous n'auriez pas été ...)
- 3- vous attendrez un autre jeudi ou profiterez d'un autre tarif réduit (ou vous auriez attendu ...)

*Ne pas citer la modalité suivante – Cocher si déclaration spontanée de l'interviewé.*

- 4- Vous chercherez à profiter d'un autre tarif réduit (ou vous auriez cherché...)

**12- En ce qui vous concerne, diriez-vous que vous profitez du tarif à 50 francs :**

- 1- pour emmener des enfants au théâtre 1- oui
  - 2- pour inviter des amis, des personnes de votre famille 1- oui
  - 3- pour aller voir plus souvent des pièces de théâtre 1- oui
  - 4- pour découvrir le théâtre, ou y aller de nouveau 1- oui
  - 5- parce que le prix est attractif, c'est tout 1- oui
  - 6- Une autre raison 1- oui 2- non
- précisez .....|

\*  
\* \*

**13- Sexe** 1- homme 2- femme

**14- Quel âge avez-vous ?**

- 1- moins de 15 ans
- 2- 15 à 24 ans
- 3- 25 à 34 ans
- 4- 35 à 44 ans
- 5- 45 à 54 ans
- 6- 55 à 64 ans
- 7- 65 ans et plus

**15- Vivez-vous ?**

- 1- seul
- 2- en couple
- 3- chez vos parents
- 4- autre

**16-Quelle est la situation du chef de famille ...? (actuelle, ou la dernière exercée)**

- 1- actif ayant un emploi
- 2- demandeur d'emploi ayant déjà travaillé
- 3- retraité
- 4- étudiant *passer à Q18*
- 5- inactif (autre que retraité, étudiant, demandeur d'emploi) *passer à Q18*
- 6- demandeur d'emploi n'ayant jamais travaillé *passer à Q18*

**17-Quelle est (ou était) sa profession ? (actuelle, ou la dernière exercée)**

noter la profession en clair .....

- 1- agriculteurs
- 2- artisans, commerçants
- 3- chefs d'entreprise
- 4- professions libérales
- 5- cadres de la fonction publique
- 6- professeurs du secondaire et du supérieur
- 7- professions des arts, du spectacle, de l'information
- 8- cadres d'entreprises
- 9- professions intermédiaires de la fonction publique (administration, santé, social)
- 10- professeurs des écoles, instituteurs et assimilés
- 11- professions intermédiaires des entreprises (techniciens, agents de maîtrise, ...)
- 12- employés
- 13- ouvriers

**18- Vous même, êtes vous ?**

Si individu différent du chef de famille (notamment pour les femmes en couple ou les jeunes habitant chez leurs parents)

- 1- actif ayant un emploi
- 2- demandeur d'emploi ayant déjà travaillé
- 3- retraité
- 4- élève ou étudiant *passer à Q20*
- 5- inactif (autre que retraité, étudiant, demandeur d'emploi) *passer à Q20*
- 6- demandeur d'emploi n'ayant jamais travaillé *passer à Q20*

**19-Quelle est votre profession ?** (actuelle, ou la dernière exercée si retraité, ou demandeur d'emploi)  
*Si individu différent du chef de famille (notamment pour les femmes en couple ou les jeunes habitant chez leurs parents)*

noter la profession en clair .....

- 1- agriculteurs
- 2- artisans, commerçants
- 3- chefs d'entreprise
- 4- professions libérales
- 5- cadres de la fonction publique
- 6- professeurs du secondaire et du supérieur
- 7- professions des arts, du spectacle, de l'information
- 8- cadres d'entreprises
- 9- professions intermédiaires de la fonction publique (administration, santé, social)
- 10- professeurs des écoles, instituteurs et assimilés
- 11- professions intermédiaires des entreprises (techniciens, agents de maîtrise, ...)
- 12- employés
- 13- ouvriers

**20-Quel est votre niveau de diplôme ?** (le plus élevé)

- 1- diplôme inférieur au Bac
- 2- Bac ou diplôme équivalent
- 3- diplôme de niveau Bac+1 ou Bac+2
- 4- diplôme de niveau Bac+3 ou Bac+4
- 5- diplôme de niveau Bac+5 ou plus

**21-Quel est le code postal de votre lieu de résidence :** (cinq chiffres) /\_/\_/\_/\_/\_/

si étranger            1- CEE            2- Reste du Monde

pour Strasbourg, noter le N° de quartier (voir liste)    |\_|\_|

\*  
\*    \*

**22-Pouvez-vous me donner votre numéro de téléphone**

pour que l'on puisse contrôler mon travail

/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/

**23-Accepteriez-vous d'être recontacté pour d'autres questions portant sur les tarifs dans les théâtres?**    1- oui    2- non

**24-Date**    /\_/\_/\_//\_/\_/\_/2001  
              jour    mois

**25-Numéro enquêteur**    /\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/\_/

**26-Numéro de questionnaire**    /\_/\_/\_/\_/\_/

