

Enquête sur les publics du Séchoir – saison et Leu Tempo festival – Île de la Réunion

Aurélien Djakouane
Sociologue,
Maitre de conférence à
l'Université de Paris Ouest -
Nanterre
Directeur de l'OPPIC –
Observatoire de la Culture

Présentation

Créé en 1998 à Saint-Leu, le Séchoir est une des principales structures culturelles de l'île de la Réunion. En tant que scène conventionnée pluridisciplinaire, le Séchoir offre une saison artistique dense et variée tout en portant une des manifestations culturelles les plus importantes de l'Océan Indien : Leu Tempo festival. En 17 ans, le Séchoir a su s'imposer comme un acteur majeur de la structuration du spectacle vivant à la Réunion.

Au croisement des disciplines artistiques, le projet du Séchoir est basé sur la conquête et la sensibilisation des publics, la diffusion de créations contemporaines, l'accompagnement artistique et le développement du Leu Tempo festival. La question des publics y occupe donc une place centrale. L'équipe du Séchoir a ainsi décidé de réaliser une étude sociologique afin de préciser objectivement la composition de ses publics et de questionner plus finement son projet.

En s'adressant aussi bien aux spectateurs (de plus de 15 ans) de la Saison qu'à ceux du festival, cette étude visait à mieux connaître la sociologie des publics, leurs attentes et leurs goûts en matière de spectacle vivant tout en examinant précisément les modalités de fréquentation des différents lieux et événements animés par le Séchoir.

Réalisée entre septembre 2013 et juin 2014 (incluant l'édition 2014 du Leu Tempo Festival), cette enquête rassemble un échantillon de 2 790 questionnaires (1 471 pour la saison et 1 319 pour Leu Tempo festival). Au total, le questionnaire a été distribué lors de 58 spectacles. Le taux de représentativité de l'enquête s'élève à environ 15% (26% pour la saison et 10% pour le festival) et garantit la fiabilité des données recueillies. Ces résultats ont été complétés par des entretiens auprès de spectateurs.

Après un an de travail, les résultats que nous présentons ici témoignent de la mobilisa-

tion de toutes les équipes du Séchoir que nous remercions chaleureusement.

Cette synthèse présente une sélection des résultats les plus significatifs de cette étude. Les tableaux et graphiques ont été choisis afin d'illustrer le plus clairement possible nos observations.

Pour apprécier ces résultats à leur juste valeur, rappelons les missions confiées aux scènes conventionnées par l'État : *mettre en avant la création d'aujourd'hui et [...] des disciplines artistiques peu représentées ; soutenir la création (régionale, nationale, internationale) [...] en proposant aux artistes des outils, des moyens et un accompagnement ; favoriser l'accès aux œuvres au plus grand nombre [...] et ainsi contribuer à pérenniser un public diversifié.*

La question du public se trouve donc au cœur de la vocation des scènes conventionnées. Acteurs majeurs de la démocratisation et de la

décentralisation, ces établissements constituent des lieux privilégiés pour observer le rapport des individus au spectacle vivant. En outre, la question des publics prend un sens particulier dans le contexte socio-économique et géographique de l'île de la Réunion.

Avec une soixantaine de spectacles par an, une politique volontaire de sensibilisation et d'action culturelle et un festival phare, le Séchoir se pose comme un acteur culturel incontournable de la Réunion. Comment les spectateurs répondent à ses propositions ? Qui sont-ils ? D'où viennent-ils ? Qu'est ce qui motive leur choix ?

Toutes ces questions trouveront un début de réponse dans les pages qui suivent. Puissent-elles aussi ouvrir le débat et inciter une observation plus régulière des publics de la culture, ici comme ailleurs.

Étude réalisée entre septembre 2013 et juin 2014

SYNTHESE DES RESULTATS

Sous la responsabilité scientifique d'Aurélien Djakouane (Université de Paris Ouest / OPPIC-Observatoire de la Culture)

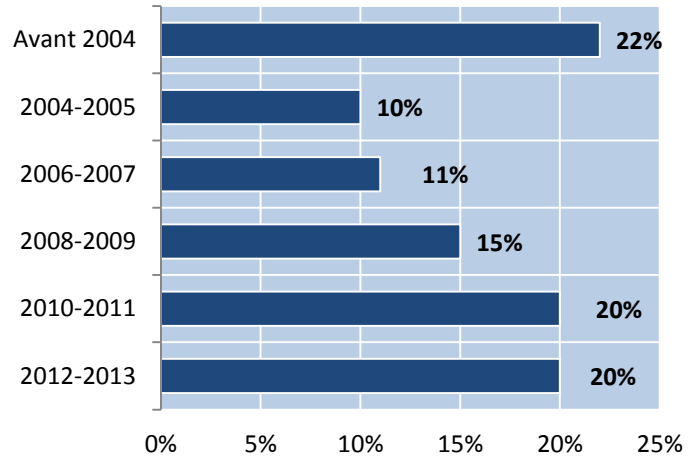
Entre fidélisation et renouvellement récent

En dehors des 34% de nouveaux venus en 2013-2014, le public du Séchoir se répartit en deux groupes. Le premier (40%) est constitué de spectateurs récemment fidélisés depuis 2010. Le second (22%) rassemble les spectateurs « historiques » du Séchoir, ceux qui en ont connu les débuts et qui viennent depuis plus de 10 ans.

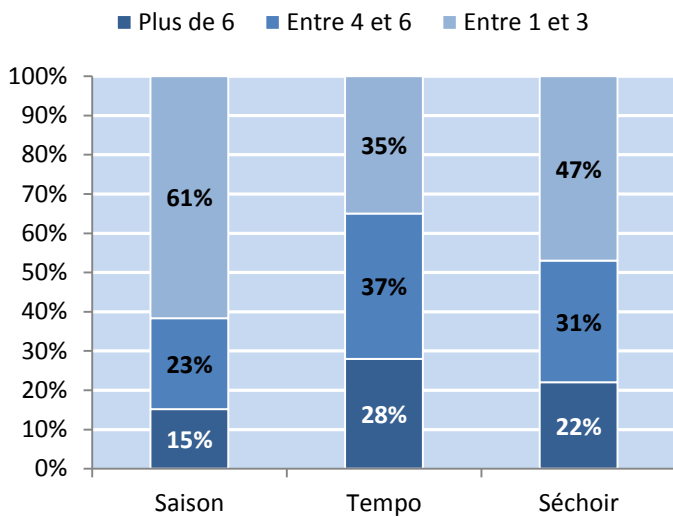
Le Séchoir réussit donc le pari de renouveler régulièrement son public, et singulièrement depuis 2010, tout en maintenant un groupe de fidèles assez conséquent.

Ici, le festival et la saison fonctionnent de manière complémentaire. Le festival participe au renouvellement régulier du public tandis que la saison fidélise un public plus assidu.

C'est aussi le cas de la programmation. Pour les plus anciens, la musique reste liée à l'identité du Séchoir. En revanche, ce sont les spectacles jeunes publics et la danse en Saison, tout comme l'action culturelle lors du festival, la parade et les spectacles de rue qui participent à fidéliser le nouveau public.



GRAPHIQUE 1. ANNÉE DU PREMIER SPECTACLE AU SECHOIR



GRAPHIQUE 2. NOMBRE DE SPECTACLES VUS L'AN PASSÉ

Genre de spectacle	Entre 1 et 3	Entre 4 et 6	Plus de 6	Total
Saison : Jeune public	36%	33%	30%	100%
Saison : Cirque	44%	35%	21%	100%
Saison : Théâtre	52%	27%	21%	100%
Saison : Danse	36%	44%	20%	100%
Saison : Musique	53%	28%	19%	100%
Tempo : Amateurs/Parade/Concerts	44%	34%	22%	100%
Tempo : Spectacles de rue	30%	46%	24%	100%
Tempo : Spectacles en salle	28%	35%	37%	100%
Moyenne	43%	33%	24%	100%

TABLEAU 1. NOMBRE DE SPECTACLES VUS SUIVANT LE GENRE DE SPECTACLE

La rencontre entre public populaire et public expert

L'intensité de la participation varie aussi en fonction du genre de spectacle vu : plus ponctuelle pour le théâtre et la musique ; plus intense pour les spectacles jeunes publics et l'offre payante du Tempo.

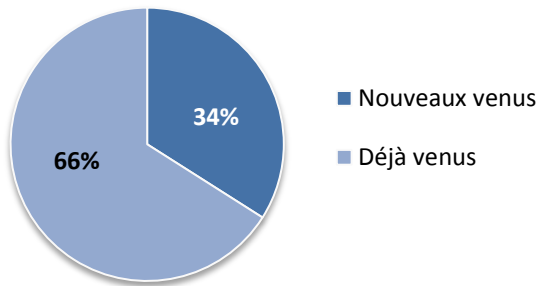
La danse en saison et les spectacles de rue du Tempo fédèrent un public plus populaire. Ce public se trouve également dans les spectacles amateurs, la parade et les concerts gratuits du Tempo.

Le mélange des esthétiques dans les gratuits du Tempo favorise la rencontre entre un public moins familier du spectacle vivant – comme le montre le succès de la parade et des scènes amateurs – et un public expert qui navigue entre gratuit et payant.

Ce sont généralement ces publics experts que l'on retrouve en Saison dans les spectacles jeunes publics et qui ont une pratique très intense de l'offre globale du Séchoir.

4 spectacles par an en moyenne

En 2013-2014, 47% des spectateurs du Séchoir ont vu entre 1 et 3 spectacles. Ils étaient 22% à en avoir vu plus de 6. En moyenne, les spectateurs viennent entre 3 et 5 fois par an. La participation est plus intense pendant le festival notamment grâce aux gratuits et à la densité de spectacles sur un nombre ramassé de jours.



GRAPHIQUE 3. LE RENOUVELLEMENT DES PUBLICS

Variable	Déjà venus	Nouveaux
Age moyen	41 ans	37 ans
Part des Hommes	35%	37%
Diplômés du supérieur	78%	67%
Revenus du foyer <2 000 €	28%	42%
Classes supérieures	40%	36%
Classes populaires	14%	25%
Viennent entre amis	39%	32%

TABLEAU 2. CARACTERISTIQUES DU RENOUVELLEMENT

L'information par les sociabilités

Pratique sociale s'il en est, la sortie au spectacle opère selon des modes de communication qui privilégient les relations sociales (44%), qui sont d'ailleurs souvent celles avec qui l'on sort. En dehors du site Internet, les technologies de communication modernes tout comme les médias restent largement en retrait.

Les habitués sont plus nombreux à utiliser la plaquette du Séchoir (30%) qui leur sert de guide, et le site Internet (16%). De leur côté, les nouveaux venus restent très dépendants de leurs relations sociales (56%) même si certains repèrent des affiches.

Enfin, ces modes d'information différent suivant le genre de spectacle vu.

Les fans de musique sont plus sensibles aux affiches, aux médias ou aux mails personnalisés que leur adresse le Séchoir. Tandis que les amateurs de cirque, de danse ou de théâtre privilégient leurs sociabilités.

En revanche, le site Internet semble une ressource précieuse (24%) pour les parents qui organisent leurs sorties familiales.

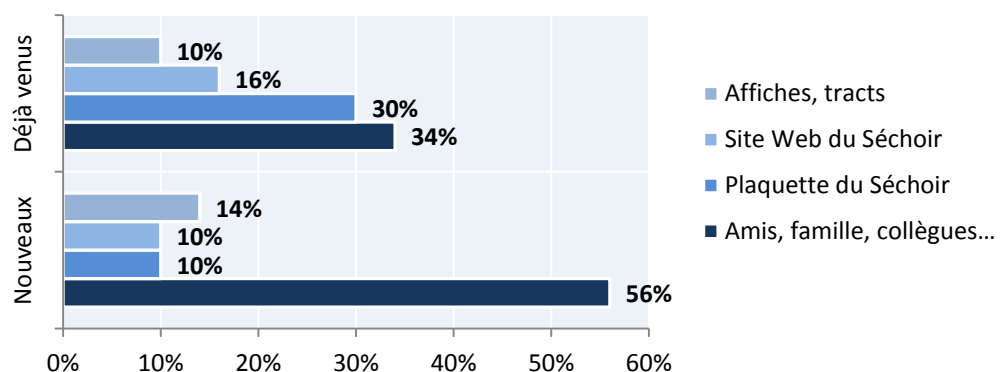


TABLEAU 3. LES SOURCES D'INFORMATION SUIVANT LE TYPE DE SPECTATEUR

Une forte capacité à renouveler les publics

34% des spectateurs interrogés assistaient pour la première fois à un spectacle programmé par le Séchoir. Il s'agit d'un taux très élevé qui souligne la capacité du Séchoir à renouveler et à élargir son public sur l'ensemble de son offre (Saison et Leu Tempo festival).

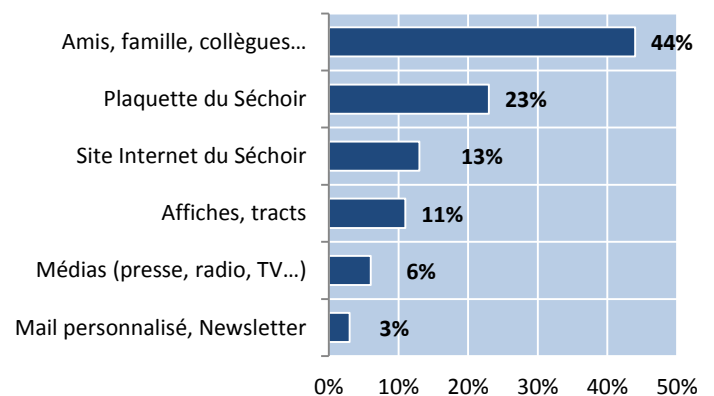
En effet, ces nouveaux venus présentent un profil sociologique différent des habitués : ils sont plus jeunes, plus masculins et davantage issus des classes moyennes et populaires.

Ce renouvellement varie en fonction du type de spectacle : plus fort pour les spectacles amateurs et la parade du Tempo (42%), la danse (45%) et la

musique (40%) en saison ; moins fort pour le cirque (28%) et les spectacles jeunes publics (24%) en Saison où le Séchoir a déjà su fidéliser un public.

Enfin, ce renouvellement est plus marqué dans les spectacles délocalisés (Vavang) de la en Saison. Proposés dans des territoires isolés où l'offre de spectacle est parfois inexistante, ces spectacles attirent un public nouveau à 51% et très populaire (43%).

Ces résultats plaident en faveur de la poursuite du travail de décentralisation culturelle, et du rayonnement des institutions sur leur territoire d'implantation.



GRAPHIQUE 4. S'INFORMER POUR SORTIR

Une sortie entre amis et en famille

La sortie au spectacle se fait rarement seul (8%). C'est encore plus vrai lorsqu'on vient pour la première fois. Dans ce dernier cas, la venue entre amis est essentielle. Mais qu'on soit nouveau ou habitué, le Séchoir attire aussi beaucoup les familles.

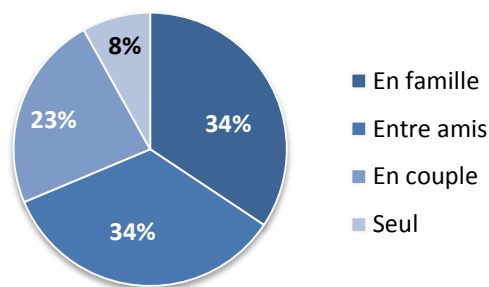
La dimension sociale des sorties varie avec le type de programmation. La sortie seule et/ou en couple est plus fréquente du côté des spectacles de théâtre, tandis que pour la musique et la danse, ce sont les amis qui priment (45% et 43%).

Plus étonnant en revanche, le rôle généralisé de la famille au-delà des spectacles familiaux.

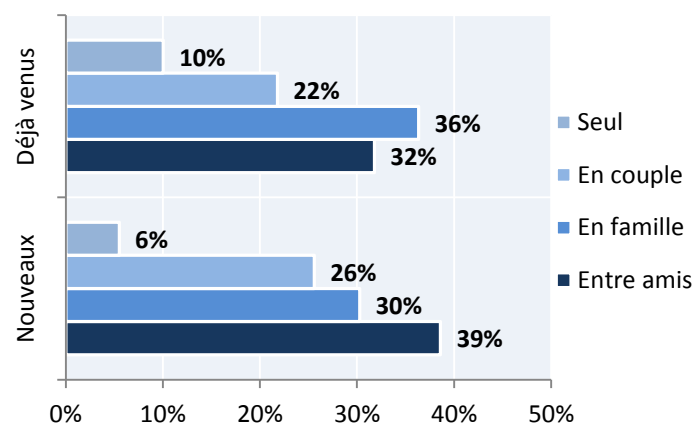
En effet, les spectateurs viennent également très souvent en famille pour voir les scènes amateurs et la parade du festival tout comme les spectacles de cirque.

L'importance des familles témoigne ici des efforts fait en matière de programmation jeune public mais aussi des actions de médiation culturelle, qui activent le rôle prescripteur que jouent les enfants auprès de leurs parents en matière de sortie culturelle.

Cela traduit enfin une spécificité de l'approche du spectacle à la Réunion où la famille constitue, bien plus que dans les univers très urbains, un vecteur de pratiques culturelles plus évident.



GRAPHIQUE 5. L'ACCOMPAGNEMENT AU SPECTACLE



GRAPHIQUE 6. L'ACCOMPAGNEMENT DES NOUVEAUX VENUS

Genre de spectacle	Amis	Famille	Couple	Seul	Total
Amateurs + Parade	32%	46%	16%	5%	100%
Jeune public	27%	61%	10%	2%	100%
Cirque	29%	51%	13%	7%	100%
Théâtre	28%	37%	25%	10%	100%
Danse	45%	28%	17%	10%	100%
Musique	43%	15%	33%	9%	100%
Moyenne	35%	34%	23%	8%	100%

TABLEAU 4. L'ACCOMPAGNEMENT SUIVANT LE GENRE DE SPECTACLE

Une motivation artistique... et sociale !

Lorsqu'ils viennent en Saison, les spectateurs du Séchoir sont surtout motivés par les artistes et les œuvres (69%).

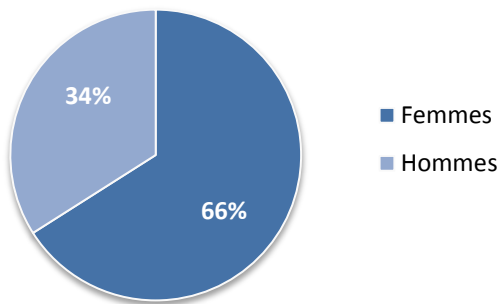
C'est en revanche une motivation plus festive (envie de sortir, de découvrir et de faire la fête) qui les poussent à venir au Leu Tempo festival (65%).

Mais, dans les deux cas, la motivation sociale (pouvoir y aller à plusieurs) et les conseils des amis, de la famille, des proches jouent un rôle central (23%).

Attrait artistique et sociabilité sont deux conditions essentielles aux sorties culturelles régulières ou occasionnelles ici comme ailleurs.

La connaissance des artistes

Si les artistes motivent les spectateurs, leur connaissance n'en est pas un facteur décisif. Seuls 40% des spectateurs connaissaient les artistes programmés le soir où ils ont été interrogés. Cette connaissance varie suivant le genre de spectacle vu : plus forte en musique (59%) et plus faible pour les spectacles pour enfants (6%) ou le cirque (29%).



GRAPHIQUE 7. REPARTITION HOMMES-FEMMES

Une dominante féminine ?

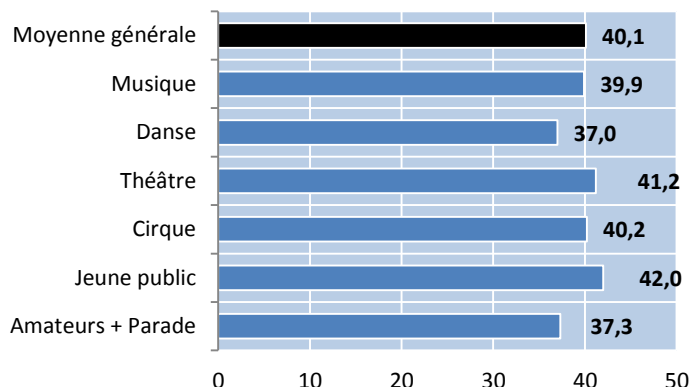
Les spectateurs sont majoritairement des spectatrices. Si ces résultats suivent une tendance nationale de féminisation des pratiques culturelles, la proportion hommes/femmes varie suivant les spectacles. La part des femmes monte à 74% pour les spectacles jeunes publics,

ce qui rappelle, au passage, le rôle central des femmes en matière de pratique culturelle au sein des familles. Les femmes sont également plus nombreuses pour la danse (70%), tandis que les hommes sont mieux représentés lors des concerts (43%).

Un public jeune ?

Avec une moyenne de 40 ans, le public du Séchoir est un public bien plus jeune que celui que l'on rencontre dans la plupart des lieux de spectacle vivant. Toutefois, ce résultat se fait aussi l'écho de la sociologie réunionnaise et de sa population plus jeune (32 ans en moyenne) qu'en métropole.

Cela étant, il semble qu'un public plus jeune survienne lors des spectacles de danse (en saison ou lors du festival) et des spectacles amateurs pendant le festival. La présence de ce public plus jeune, qui est aussi plus populaire, illustre l'effet de l'ouverture de la programmation du Séchoir.



GRAPHIQUE 8. LES MOYENNES D'ÂGE SUIVANT LES SPECTACLES

Réunionnais, quels réunionnais ?

30% des spectateurs du Séchoir habitent Saint-Leu même, et 51% la communauté de communes du Territoire de la Côte Ouest.

Qu'on soit à la Réunion ou en métropole, le public de la culture est d'abord un public local, de proximité.

Certes, à la Réunion cette question prend un sens particulier qui rappelle les liens entre inégalités sociales et inégalités culturelles. Pour répondre plus précisément à cette question, nous avons donc produit plusieurs indicateurs qui illustrent le rapport à l'île.

Lieu d'habitation	%
Saint-Leu	30%
Dans un rayon de 25 km	31%
Entre 25 km et 50 km	30%
Reste de l'île	3%
Hors de l'île	7%
Total	100%

GRAPHIQUE 9. LIEU D'HABITATION

D'abord, 77% des spectateurs ont vécu longtemps en dehors de la Réunion. Fonctionnaires mutés, natifs revenant à la Réunion pour la retraite, actifs choisissant la Réunion comme projet de vie alternatif à la métropole... Plusieurs raisons expliquent ces mobilités qui ne sont pas seulement le fait de métropolitains venant s'installer.

Ensuite, 58% des spectateurs ont vécu plus de la moitié de leur vie (au moins 20 ans) à la Réunion ; 28% y ont passé la totalité de leur vie.

Compte tenu de l'âge moyen (40 ans) des spectateurs, on comprend que ceux qui sont nés ailleurs ont vécu l'essentiel de leur vie à la Réunion : ils y ont fait une partie de leurs études, y ont fondé un foyer, fait des enfants...

Enfin, 86% des spectateurs parlent et/ou comprennent le créole.

Natifs de la Réunion ou bien Zoreys, le public du Séchoir est à l'image de l'île de la Réunion et singulièrement de la sociologie du territoire de la Côte Ouest qui accueille le plus fort taux de migrants chaque année.

Une majorité d'actifs

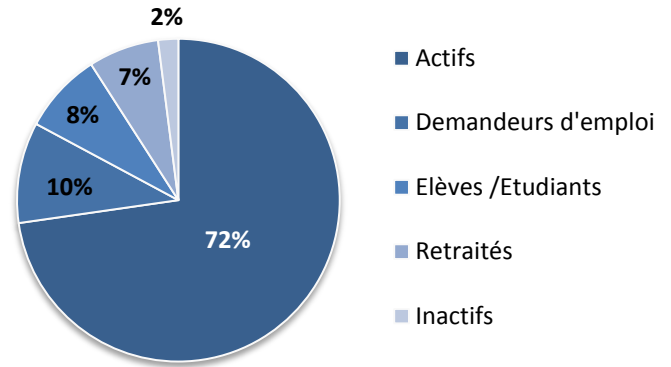
Le public du Séchoir est composé d'une large majorité d'actifs (72%). Arrivent ensuite les demandeurs d'emploi (10%), les élèves et étudiants (8%), puis les retraités (7%).

Ce résultat rappelle les liens forts qui unissent inégalités sociales et pratiques culturelles ; entre le fait d'être actif et le fait de pouvoir accéder à l'offre culturelle.

Les demandeurs d'emploi sont toutefois mieux représentés parmi les nouveaux venus (15%) tout comme les étudiants (10%).

Les demandeurs d'emploi sont deux fois plus nombreux (21%) lors des scènes amateurs, de la parade et des concerts gratuits du Tempo ; et des spectacles délocalisés de la Saison (Vavang).

De leur côté, les étudiants sont mieux représentés lors des spectacles de danse en Saison (17%).



GRAPHIQUE 10. SITUATION SOCIALE

Un public socialement moins inégalitaire qu'ailleurs

Le profil sociologique des publics du Séchoir est comparable à celui d'autres lieux métropolitains. Il est donc très distinct de la sociologie des populations nationale et réunionnaise.

Toutefois, au Séchoir, les classes moyennes (professions intermédiaires, artisans...) font jeu égal avec les classes supérieures (cadres, prof. Intel. sup.) qui dominent habituellement.

En outre, les classes populaires (employés, ouvriers, agriculteurs), ordinairement absentes des publics de la culture comptent ici pour près de 17%.

Professions et Catégories Sociales	Séchoir 2014	Théâtre de Cavailon 2004	France entière 2011	Réunion 2011
Cadres, professions intellectuelles supérieures	30%	38%	9%	4%
Professions intermédiaires	32%	24%	14%	11%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	4%	3%	3%	4%
Ouvriers	3%	1%	13%	15%
Agriculteurs exploitants	1%	1%	1%	1%
Employés	13%	5%	17%	20%
Inactifs (dont élèves et étudiants)	10%	14%	17%	31%
Retraités	7%	14%	26%	14%
Total	100%	100%	100%	100%

TABLEAU 5. REPARTITION DES CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

L'offre du Séchoir joue un rôle clé dans cette diversification sociologique du public.

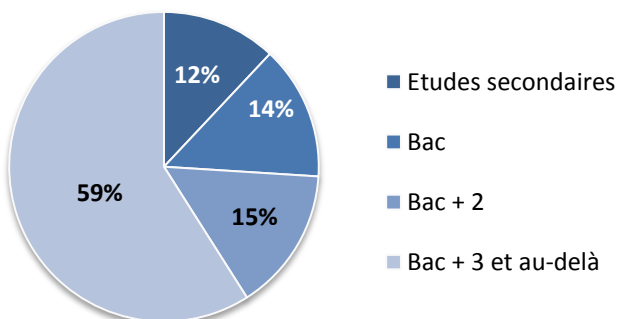
Si les classes supérieures sont plus nombreuses dans la pratique régulière de la Saison (41%) ; au Tempo, classes moyennes (43%) et populaires (20%) sont bien mieux représentées.

Les classes populaires profitent du renouvellement important du public puisqu'elles comptent pour 24% des nouveaux venus.

Elles comptent en outre pour 33% des publics des scènes amateurs, de la parade et des concerts gratuits du Tempo.

En Saison, elles représentent 19% des publics de théâtre et des concerts, tandis que les classes moyennes s'orientent vers les spectacles jeunes publics et les classes supérieures vers le cirque.

Les étudiants enfin s'orientent davantage vers la danse (18%).



GRAPHIQUE 11. NIVEAU D'ETUDE

74% de diplômés du supérieur

Le diplôme est considéré comme une variable majeure de l'accès à la culture. Plus que l'accès au travail, l'accès aux études supérieures favorise fortement l'accès aux pratiques culturelles. Le public du Séchoir ne fait donc pas exception à la règle.

Mais là encore la diversification de son offre lui permet de toucher un public moins diplômés. Ceux qui n'ont pas fait d'études supérieures sont ainsi plus nombreux dans les spectacles Vavang (50%), au Tempo (32%) et surtout lors de la parade (48%), et parmi l'ensemble des nouveaux venus (33%).

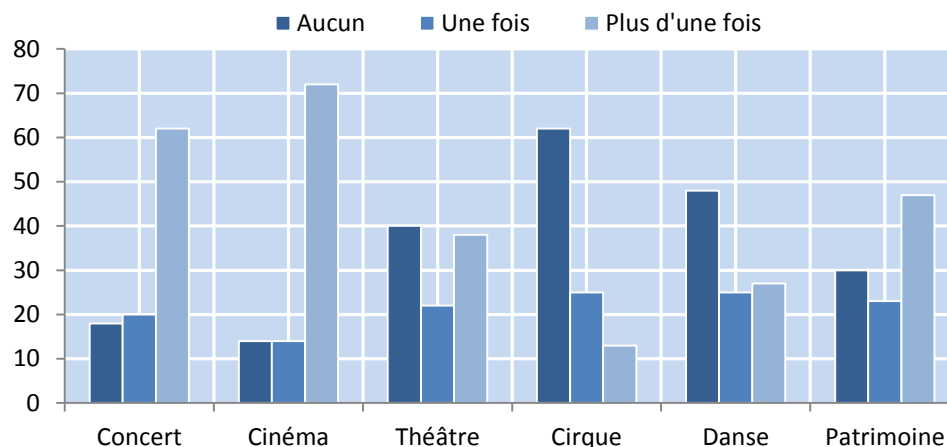
Un public peu familier du spectacle vivant

Assez souvent, cette question montre que les pratiques culturelles fonctionnent ensemble dans une sorte de cumul des sorties culturelles.

Le résultat obtenu ici est à la fois surprenant et attendu. Surprenant, car il montre que le public du Séchoir contrairement aux autres publics des équipements culturels est peu familier des sorties au théâtre, au cirque ou à la danse. Plus de 40% des spectateurs n'y sont jamais allés au cours des douze derniers mois. En revanche, ils fréquentent plus volontiers les salles de cinéma et les concerts.

C'est ici que le résultat est plus attendu. La densité des équipements culturels et la configuration de l'île de la Réunion ne permettent sans doute pas le développement de pratiques culturelles aussi fréquentes qu'en métropole. En revanche, l'offre de concerts y est dense, et les publics du Séchoir en profitent.

En conséquence, et en dehors des concerts, pour beaucoup de spectateurs interrogés, la sortie au Séchoir représente bien souvent le (ou les) seul(s) spectacle(s) de théâtre, de cirque ou de danse vu(s) dans l'année.



GRAPHIQUE 12. PRATIQUES CULTURELLES AU COURS DERNIERS MOIS

Les retombées économiques du festival

Le calcul des retombées économiques d'un festival est attendu par ses promoteurs. Le chercheur doit cependant rappeler l'extrême prudence à l'égard de ces indicateurs tant ils demeurent discutés et complexes à produire.

Notre calcul repose sur plusieurs sources déclaratives qui nous permettent de calculer avec fiabilité les retombées directes et indirectes. Trop estimatif, le calcul des retombées induites est exclu.

Les retombées directes désignent les dépenses effectuées par le festival sur son territoire d'implantation. En 2014, ces dépenses s'élevaient à 375 032 € (dont 30% pour les cachets d'artiste et les frais liés ; 30% pour les personnels ; 30% pour la technique).

Indicateurs	2014
Retombées directes	375 032 €
Retombées indirectes	980 167 €
Retombées totales	1 355 199 €
Retombées pour 1 € de subvention	7,1 €

TABLEAU 6. DETAIL DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

$$1 \text{ € de subvention} = 7,1 \text{ € de retombées}$$

GRAPHIQUE 13. LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DU FESTIVAL

Les retombées indirectes concernent les dépenses effectuées par les festivaliers n'habitant pas la commune. Ici, les dépenses des habitants ne sont pas considérées comme de nouvelles ressources pour le territoire.

Nous comptabilisons une audience totale de 51 798 festivaliers qui restent en moyenne deux jours, soit 25 899 festivaliers effectifs. 17 966 d'entre eux habitent en dehors de Saint-Leu. Ces festivaliers dépenses en moyenne 24 € par jour (hébergement, restauration, transport...) et restent en moyenne 2 jours. Ils dépensent donc 862 368 €.

S'ajoutent à cela, les recettes de billetterie (117 783 €). Les retombées indirectes s'élèvent donc à 980 167 €.

En 2014, les retombées totales du festival s'élèvent donc à 1 355 199 €.

Si on rapporte ces retombées aux 191 821 € de subventions affectées au Tempo festival, 1 € de subvention génère 7,1 € de retombées économiques sur le territoire.

Gardons-nous toutefois de considérer les retombées économiques d'un festival comme un indicateur de sa légitimité artistique ou culturelle.

Les goûts musicaux

Rock et pop arrivent en tête des préférences des spectateurs du Séchoir.

Les musiques du monde, la musique réunionnaise, le jazz, la chanson et le reggae comptent comme goûts moyens ; tandis que la musique classique et le rap et hip-hop établissent la frontière entre les goûts qui clivent et ceux qui fédèrent.

Les musiques électroniques rassemblent plus d'opposants (28%) que de fans (19%) tandis que le rap en compte autant (22%). Mais dans les deux cas, la tolérance est majoritaire puisque respectivement 53% et 56% des spectateurs l'apprécient un peu ou assez.

Les nouveaux venus préfèrent les musiques du monde et le rock tandis que les habitués sont plutôt fans de musique réunionnaise, de chanson ou de jazz.

Les classes populaires sont adeptes de musique réunionnaise, de chanson mais aussi de reggae et de musiques du monde.

Pour les classes moyennes, ce sont surtout le rock et, une fois encore, les musiques du monde qui priment.

L'orientation est similaire chez les classes supérieures, avec une ouverture sur le jazz en plus.

Pour les étudiants enfin, c'est le rap qui arrive en tête, suivi du rock et du reggae.

Genre musical	Note/20
Rock, pop	14
Musiques du monde	13
Musique réunionnaise	13
Jazz, blues, musiques improvisées	13
Chanson, variétés	13
Reggae, ska, soul.	12
Musique classique	10
Rap, hip-hop	10
Musiques électroniques	9

TABLEAU 7. LES GOUTS MUSICAUX

La singularité du public du Séchoir montre qu'en dépit d'une orientation générationnelle des préférences, les hiérarchies sociales ne pèsent que partiellement sur les goûts musicaux des spectateurs.

A de rares exceptions près, ceux-ci se retrouvent autour de goûts partagés comme les musiques du monde qui abolissent la frontière symbolique entre le savant et le populaire et les différences sociales qui vont avec.

Les goûts en matière de spectacle vivant

L'humour s'impose ici comme un genre qui fédère les publics du Séchoir.

C'est aussi le cas des spectacles de cirque, de théâtre ou de danse dont l'esprit pluridisciplinaire s'est fortement diffusé ces dernières années.

Les esthétiques plus spécifiques comme le conte, le récit ou la marionnette fonctionnent comme des goûts moyens. C'est aussi le cas des spectacles en créole.

Les goûts en matière de spectacle vivant sont peu clivants. Spectacles d'humour et formes mélangés font l'unanimité aussi bien chez les nouveaux venus que chez les habitués ; aussi bien chez les cadres que chez les employés.

Les habitués et les classes supérieures se distinguent toutefois par leur goût plus affirmé pour le théâtre et le cirque. Les classes moyennes les rejoignent sur ce dernier goût, tandis que les classes populaires préfèrent l'humour. Enfin, les étudiants se démarquent par leur attrait pour les danses urbaines et du monde.

Goût pour ...	Note / 20
Humour	14
Cirque	13
Danse	13
Théâtre	13
Conte, récit, marionnette	12
Spectacles en créole	11

TABLEAU 8. LES GOUTS EN MATIERE DE SPECTACLE VIVANT

Conclusion

Ces résultats donnent une représentation précise de la sociologie et des pratiques des publics du Séchoir

sans prétendre circonscrire les relations multiples qu'une institution entretient avec son public. Ce public, atypique à bien des égards,

offre une vision plus nuancée et plus ouverte des publics de la culture soulignant la singularité de l'offre et du positionnement du Séchoir.

Si ces résultats en appellent d'autres, ils rappellent à chacun l'intérêt d'une observation territoriale des institutions culturelles et de leurs publics.