La scène comme espace de circulation des sociabilités amatrices

Deuxième volet de l'enquête des publics de la MPAA 2025

Rapport de l'enquête des publics de la MPAA/Saint Germain

Alexandre Delorme, chercheur associé au Dicen-Idf, Damien Malinas et Raphaël Roth

Laboratoire Dicen-Idf (EA 7339) Inseac du Cnam pour la Maison des Pratiques Amateurs

SOMMAIRE

La scène comme espace de circulation des sociabilités amatrices 1
I – Enjeux et méthodes d'une enquête sur les publics amateurs 3
Méthodologie 4
I - Connaissance du site et raisons de la venue 5
1. Des profils d'accompagnement diversifiés 5
2. Le bouche à oreille des réseaux amateurs comme raison première de la venue 6
Points clés I 10
II - Profils des publics et modalités d'accompagnement 11
1. Un ancrage francilien marqué, et une majorité de venues en transports en commun 11
2. Une structure d'âge plus jeune que celle des usagers en répétition et une représentation féminine équivalente 13
3. Des profils socio-professionnels contrastés, au-delà du noyau de cadres supérieurs 14
Points clés II 15
II.- Pratiques culturelles des spectateurs 16
1. Des publics majoritairement engagés dans des pratiques de sortie culturelle 16
3. Des pratiques artistiques majoritairement tournées vers les arts vivants 17
4. Une initiation artistique peu institutionnalisée, marquée par les cercles de proximité 20
5. Des formes d'engagement élargies, à la croisée du sport, de la culture et de la participation sociale 22
Points clés III 23
IV. Des spectateur·ices peu informé·es mais curieux·ses 24
1. Une communication institutionnelle secondaire face aux dynamiques communautaires 24
2. Un potentiel d'engagement encore diffus, mais présent 26
Points clés IV 27
Conclusion : La scène comme miroir des sociabilités amatrices 28
Bibliographie 30
Table des figures : 31

I – Enjeux et méthodes d'une enquête sur les publics amateurs

Ce rapport s'inscrit dans le prolongement de l'enquête menée auprès des groupes de pratique artistique accueillis par la Maison des Pratiques Artistiques Amateurs (MPAA). Après avoir étudié les profils, parcours et attentes des amateur·ices en répétition sur les différents sites de la structure, l'enquête se concentre ici sur un autre volet de l'écosystème : les spectateur·ices assistant aux représentations organisées à la MPAA/Saint-Germain. L'objectif est d'analyser les profils, les pratiques et les modalités de fréquentation de ces publics, afin de mieux comprendre le rôle spécifique que joue ce lieu dans l'ensemble de l'institution.

La MPAA dispose aujourd'hui de trois salles de représentation : Breguet, Broussais et Saint-Germain. Parmi elles, la salle Jacques-Higelin, située à Saint-Germain, se distingue par sa taille, son niveau d'équipement et sa vocation exclusivement dédiée aux représentations. **Elle concentre l'essentiel de l'activité de diffusion de l'institution : en 2024, 44 853 spectateur·ices y ont été accueilli·es avec un taux d'occupation de 92%, contre 1 887 à Broussais et 796 à Breguet, pour un total de 235 représentations sur 208 jours.** Elle accueille des disciplines diverses telles que la musique, danse, et certaines peu présentes dans les autres salles parisiennes en dehors des grosses productions comme les comédies musicales. Le site de la MPAA/Saint Germain se distingue des autres sites, plus orientés théâtre, par sa capacité à recevoir des projets d'envergure (ensembles instrumentaux, projets chorégraphiques, troupes importantes).

La salle Jacques-Higelin constitue un point de convergence : elle est à la fois un objectif symbolique pour les amateur·ices en répétition, un objectif de restitution pour les compagnies amatrices, et un espace de rassemblement pour les proches, les pairs, les spectateur·ices engagé·es dans une culture amatrice plus ou moins institutionnalisée. Elle permet ainsi de saisir la structure relationnelle et sociale qui sous-tend la fréquentation du lieu, et de mieux comprendre les formes d'adhésion culturelle qui s'y déploient.

Méthodologie

L'étude s'appuie sur un questionnaire administré en salle et diffusé par voie numérique et sur site, recueillant 516 réponses. Elle interroge la composition des publics, leurs pratiques culturelles et artistiques, leurs usages de l'information, leur provenance géographique et leur mode d'accès au lieu. Elle s'intéresse également à leur perception de la MPAA, à leur niveau d'implication, et aux éventuelles envies de participation plus durable.

Le rapport est structuré de manière à éclairer la sociologie des publics, les motivations de leur venue, leurs pratiques culturelles et artistiques, ainsi que les liens qu'ils et elles entretiennent avec la MPAA.

I - Connaissance du site et raisons de la venue

La majorité des spectateurs interrogés assistait pour la première fois (53%) à un spectacle à la MPAA/Saint-Germain, mais une part significative (27%) des primo-spectateurs connaissait déjà l'institution ou ses activités avant de s'y rendre.

Près d'un tiers des publics (28 %) a indiqué être déjà venu une fois avant, tandis que 14 % ont déclaré venir régulièrement et 5 % « souvent ». La familiarité avec les différents lieux de la MPAA est, sans susprise, plus importante chez le publics étant venus plusieurs fois. Les spectateurs les plus assidus signalent également, dans 16 % des cas, un usage direct des espaces de répétition ou de représentation.

1. Des profils d'accompagnement diversifiés

Avez-vous déjà vu un ou plusieurs spectacles dans cette salle ?

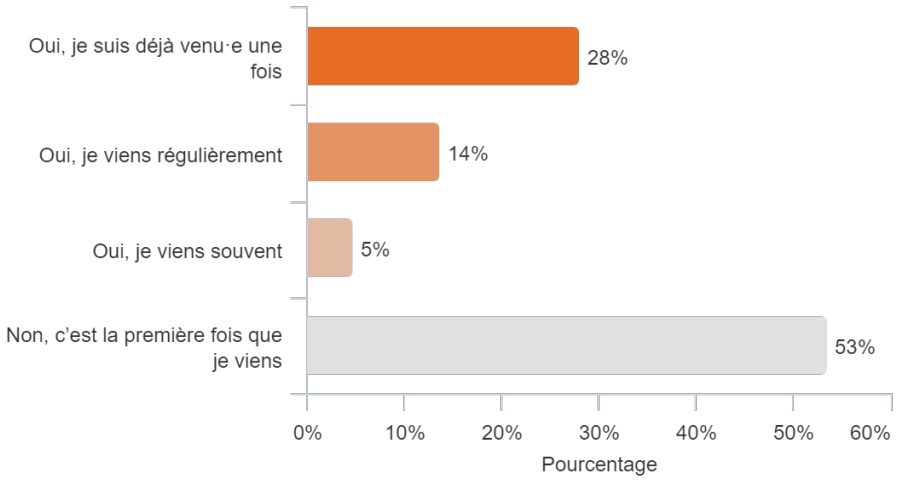


Figure 1 Ancienneté des publics de la salle Jacques Higelin (source : Enqupete des publics spectateurs MPAA 2024/2025)

La venue aux spectacles de la MPAA/Saint Germain s'inscrit dans une sociabilité partagée chez les publics. Les spectateurs viennent majoritairement en groupe restreint, mobilisant leurs cercles de proximité. Les amis constituent la configuration la plus fréquente : 46% des répondants déclarent avoir assisté au spectacle dans ce cadre. Les sorties familiales (22 %) et les venues en couple (21 %) suivent de près, formant un bloc homogène de fréquentation liée à l'environnement immédiat des artistes.

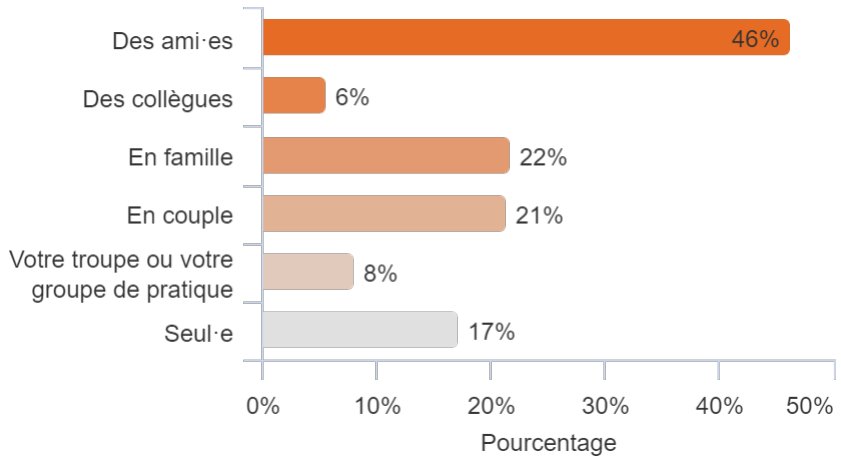


Figure 2 Accompagnement des publics (source : enquête des spectateurs de la MPAA/SAint Germain 2024/2025)

Les spectateurs venus seuls représentent une part significative mais minoritaire, soit 17 % de l'ensemble. Cette proportion témoigne de l'existence d'un public potentiellement plus autonome, moins directement intégré dans les réseaux relationnels des groupes programmés. Les venues en tant que membre d'une troupe ou d'un groupe de pratique concernent 8 % des répondants, et celles effectuées avec des collègues 6 %, proportions relativement faibles en comparaison des autres modalités.

L'ensemble des données montre que la très grande majorité des spectateurs, plus de quatre sur cinq, se rendent aux représentations en étant accompagnés. Le spectacle amateur, tel qu'il est accueilli à la MPAA/Saint-Germain, semble d'abord appréhendé comme un moment collectif, fondé sur des dynamiques de soutien, d'appartenance et d'affinité. Ces formes de participation s'appuient moins sur des logiques de diffusion autonome que sur des relations interpersonnelles activées par la présence d'un proche sur scène ou par la circulation d'informations au sein de collectifs préexistants.

2. Le bouche à oreille des réseaux amateurs comme raison première de la venue

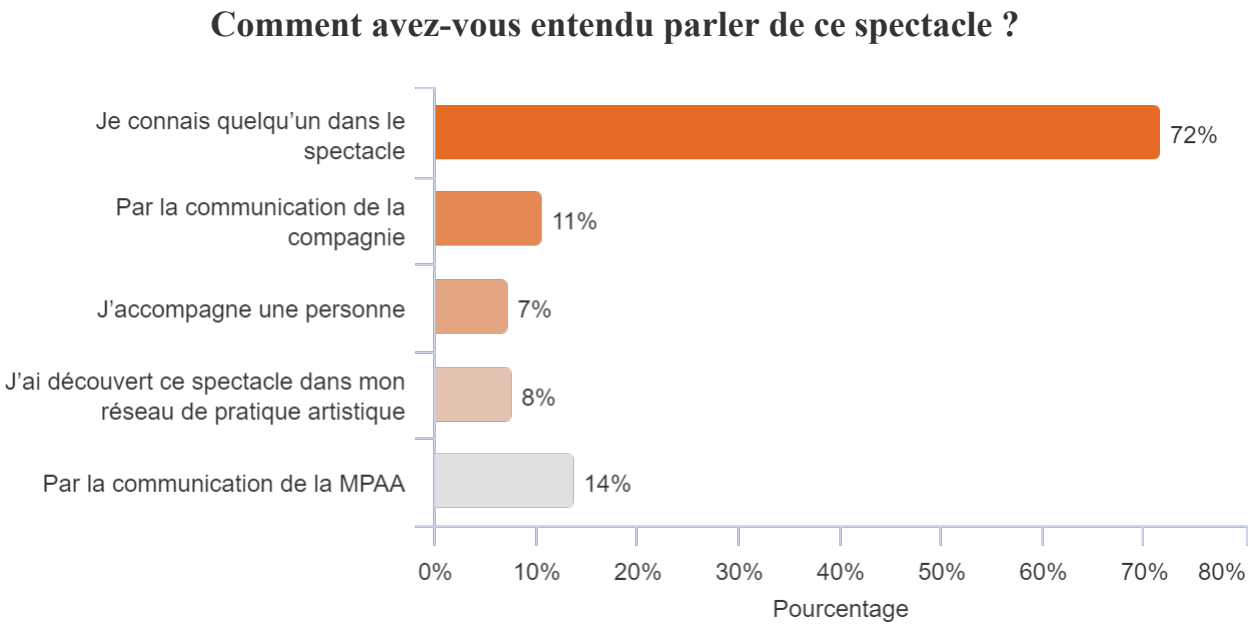


Figure 3 Source d'information des spectateurs (enquête des publics de la MPAA/Saint Germain 2024/2025)

L'analyse des réponses à la question « comment avez-vous entendu parler de ce spectacle ? » confirme la prépondérance des logiques relationnelles et des communautés amatrices dans la fréquentation des représentations à la MPAA/Saint-Germain. La très grande majorité des spectateurs, soit 72 %, indiquent avoir été informés de l'événement par la présence d'une personne connue sur scène. Ce chiffre, nettement dominant, relègue les vecteurs institutionnels à une position secondaire : seuls 14 % des répondants mentionnent la communication émanant directement de la MPAA, tandis que 11 % citent celle portée par les compagnies elles-mêmes.

Ce premier constat général se précise lorsqu'on examine la structure des accompagnements et son incidence sur les modalités d'information. Les spectateurs venus seuls se caractérisent par une orientation informationnelle singulière : 39 % d'entre eux déclarent avoir été sensibilisés au spectacle par les outils de communication de la MPAA, soit une proportion deux fois plus élevée que dans l'ensemble de l'échantillon. Ce public, moins inséré dans les cercles de proximité des artistes, semble réactiver une forme de fréquentation autonome, plus directement attentive à l'offre culturelle en tant que telle.

À l'inverse, les spectateurs présents avec leur troupe ou leur groupe de pratique se distinguent par un usage quasi endogène de l'information. Ils sont 39 % à évoquer leur propre réseau artistique comme vecteur de découverte du spectacle, ce qui atteste d'un fonctionnement en circuit relativement fermé, où les pratiques amatrices s'organisent selon des logiques de co-présence et de soutien mutuel au sein de communautés constituées.

Les spectateurs venus en famille ou en couple s'inscrivent dans une configuration relationnelle plus affective : dans ces deux cas, environ un quart

des répondants déclarent avoir été invités ou sensibilisés au spectacle par une personne proche se produisant sur scène.

Enfin, dans le cas des sorties entre amis, la communication portée par les compagnies joue un rôle particulièrement structurant. Elle est mentionnée par 60 % des répondants de cette catégorie, ce qui souligne l'efficacité de ces dispositifs auprès des cercles de sociabilité informelle ou amicale des participants.

Ces différents profils d'information révèlent ainsi des logiques différenciées de mobilisation : d'une part, une fréquentation motivée par des relations personnelles ou familiales ; d'autre part, une dynamique propre aux groupes de pratique, qui fonctionne selon une logique communautaire ; enfin, un public plus autonome, mobilisé par des supports institutionnels, qui fréquente la salle sans nécessairement entretenir de lien direct avec les artistes présents.

4. Types de spectacles vus

L'analyse des genres programmés révèle une forte concentration autour de la comédie musicale, qui représente 52 % des spectacles déclarés par les répondants. Cette surreprésentation s'explique en partie par le calendrier de l'enquête : la majorité des passations s'est déroulée au cours du second semestre 2024, période au cours de laquelle les comédies musicales occupaient une place importante dans la programmation de la salle Jacques-Higelin.

À distance de ce genre dominant, le théâtre constitue 22 % des spectacles vus, suivi des concerts (13 %), de la danse (12 %), du chant ou des chorales (7 %) et, plus marginalement, d'autres formes artistiques.

Le spectacle que vous avez-vu ou venez voir est un spectacle de :

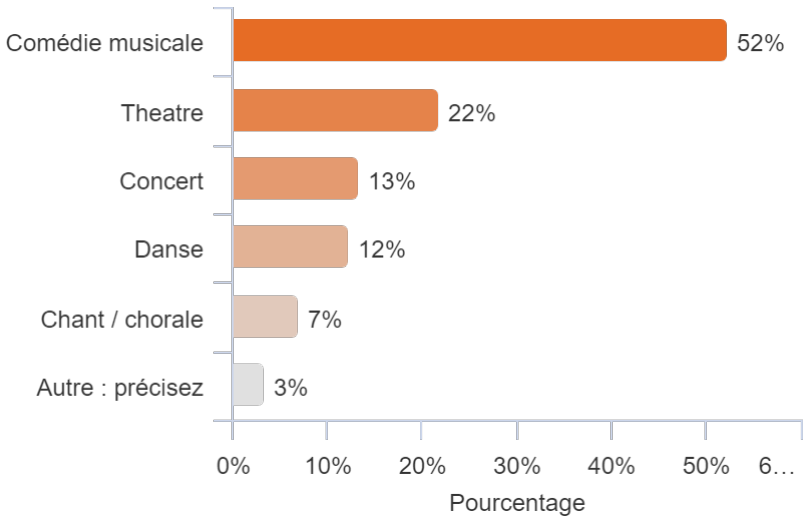


Figure 4 Source : enquête des publics de la MPAA/ Saint Germain 2024/2025

Les spectacles de comédie musicale sont souvent portés par des collectifs nombreux, mobilisant des réseaux d'amis, de familles ou de pratiquants, ce qui peut contribuer à renforcer l'effet d'entraînement observé dans les données précédentes. L'importance du genre dans le profilage des publics pourrait donc s'expliquer autant par le type d'esthétique proposée que par les modalités de production et de mobilisations associées à chaque forme artistique.

Pour autant, les données croisées entre le type de spectacle vu et le mode d'information déclaré ne permettent pas de confirmer une segmentation différenciée des publics selon les genres. Le fait de venir voir une comédie musicale, un concert ou une pièce de théâtre ne modifie pas substantiellement le canal par lequel l'on a été informé. Ce constat confirme que les logiques relationnelles repérées précédemment, à savoir le fait de connaître quelqu'un sur scène, et d'être mobilisé par un groupe ou un entourage proche, traversent l'ensemble des esthétiques proposées sans distinction marquée.

Les relations interpersonnelles constituent le principal levier de mobilisation : la connaissance d'un artiste sur scène explique l'essentiel des venues, bien avant les dispositifs de communication classiques. Trois logiques de fréquentation coexistent : une mobilisation affective (famille, amis, couples), une dynamique communautaire (troupes ou groupes de pratique) et une fréquentation autonome plus marginale, portée par les canaux institutionnels.

Trois logiques de fréquentation coexistent : une mobilisation affective (famille, amis, couples), une dynamique communautaire (troupes ou groupes de pratique) et une fréquentation autonome plus marginale, portée par les canaux institutionnels.

Points clés I- Connaissance du site et raisons de la venue

La majorité des spectateur·ices découvre la MPAA Saint-Germain à l'occasion d'un spectacle dont ils connaissent une personne sur scène. L'invitation directe joue un rôle central, au-delà des circuits de communication classiques. La venue se fait majoritairement en groupe ou en duo, dans une logique de sociabilité partagée. L'attrait principal du lieu réside dans la participation d'un·e proche, plus que dans la notoriété de la structure ou de la programmation.

Les dynamiques de sociabilités amatrices structurent fortement la fréquentation :

83 % des spectateur·ices viennent accompagné·es, majoritairement par des ami·es, de la famille ou des membres de leur troupe, dans une logique de soutien collectif.

- **Un renouvellement important des publics est observé à chaque spectacle :**

53 % assistaient pour la première fois à un événement à Saint-Germain, témoignant d'une venue motivée avant tout par la présence d'un·e proche sur scène (72 %).

- **La fidélité se construit autour des troupes plutôt que du lieu :**

27 % des primo-publics connaissaient déjà la MPAA, et 14 % déclarent venir régulièrement, posant les bases d'un engagement pérenne.

- **Les esthétiques programmées n'influent pas sur les logiques de venue :**

Malgré la prédominance des comédies musicales (52 %), les canaux d'information restent dominés par les relations interpersonnelles, sans segmentation marquée selon les genres.

II - Profils des publics et modalités d'accompagnement

1. Un ancrage francilien marqué, et une majorité de venues en transports en commun

Provenance des publics par département de région parisienne

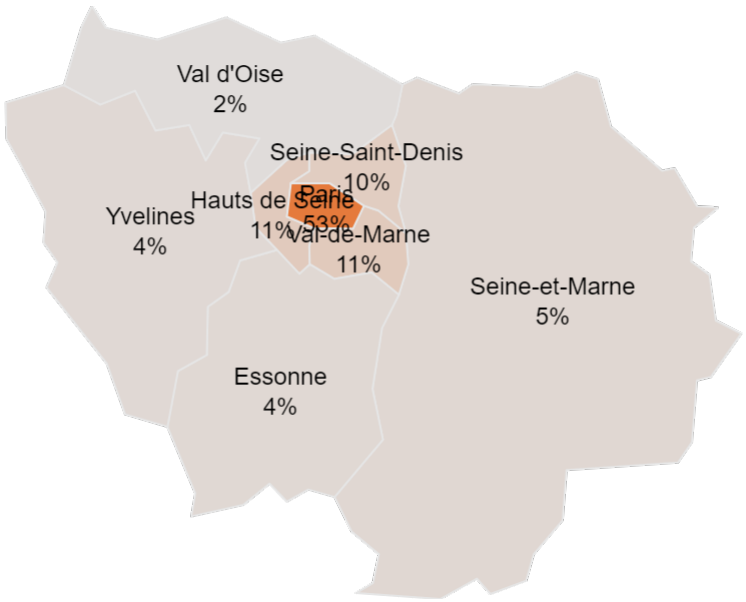


Figure 5 Provenance géographique des publics de la MPAA/SAint Germain

La distribution territoriale traduit un ancrage local fort, avec plus d'une personne sur deux en provenance de Paris (53%) tout en confirmant le rayonnement métropolitain de la salle Jacques-Higelin, avec une fréquentation limitrophe de Paris conséquente. Effectivement, les trois départements de la petite couronne sont bien représentés : les Hauts-de-Seine et le Val-de-Marne regroupent chacun 11 % des spectateurs, suivis de près par la Seine-Saint-Denis (10 %). Les départements de grande couronne apparaissent de manière plus marginale, avec 5 % pour la Seine-et-Marne, 4 % pour l'Essonne et les Yvelines, et 2 % pour le Val-d'Oise.

La participation de publics résidant hors de Paris s'explique principalement par la composition géographique des groupes programmés. Une part importante des spectateurs semble ainsi se déplacer pour assister à la représentation d'un proche, sans lien direct avec le site, mais en réponse à une invitation ou à une dynamique relationnelle.

Par quel moyen de transport êtes-vous venu·e à la MPAA ?

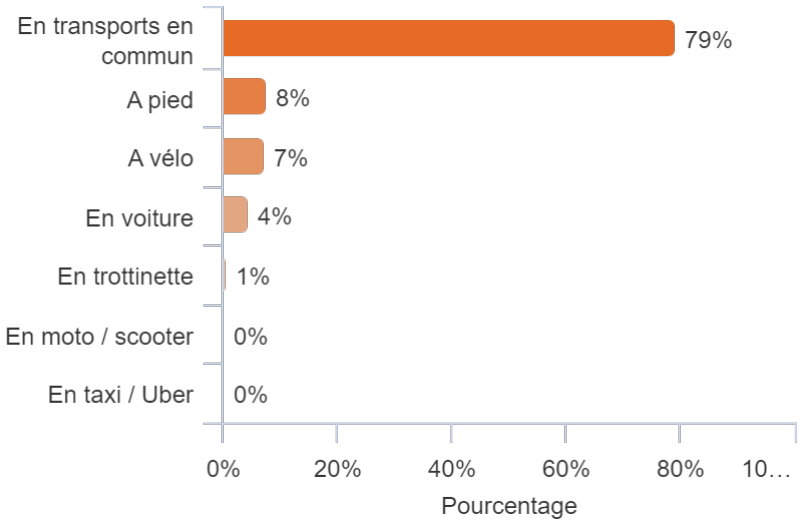


Figure 6 Source : enquête des spectateurs de la MPAA/Saint-Germain 2024/2025

Le recours aux transports en commun est largement majoritaire parmi les spectateurs : 79% déclarent avoir utilisé ce mode de déplacement. Viennent ensuite la marche (8 %), le vélo (7 %), puis la voiture (4 %). Les autres moyens déclarés sont marginaux : 1 % mentionnent la trottinette, aucun répondant ne déclare être venu en taxi, en VTC ou en deux-roues motorisé.

On note une association nette entre le mode d'accès et la modalité d'accompagnement : les personnes venues seules déclarent plus souvent des modes actifs (vélo, marche), tandis que les venues en groupe, en famille ou en couple sont davantage associées aux transports en commun.

2. Une structure d'âge plus jeune que celle des usagers en répétition et une représentation féminine équivalente

La classe d'âge la plus représentée parmi les spectateurs se situe entre 25 et 31 ans (26 %), suivie de près par les 32–48 ans (24 %) et les 49–60 ans (21 %). Les plus de 60 ans constituent 17 % de l'échantillon, tandis que les moins de 25 ans en représentent 12 %.

En comparaison avec les personnes engagées dans les ateliers ou les répétitions, le public des représentations apparaît significativement plus jeune. Cette singularité s'explique en partie par l'effet de composition des groupes sur scène, souvent constitués de jeunes adultes, et par la dynamique familiale de mobilisation. La présence de spectateurs plus âgés correspond en grande partie à des accompagnants (parents, grands-parents), tandis que celle des plus jeunes (frères, sœurs, neveux) s'inscrit dans un registre de soutien ou d'implication relationnelle. Cette structure d'âge indique ainsi l'existence de transmissions générationnelles par les cercles de proximité, en dehors des circuits de médiation institutionnelle.

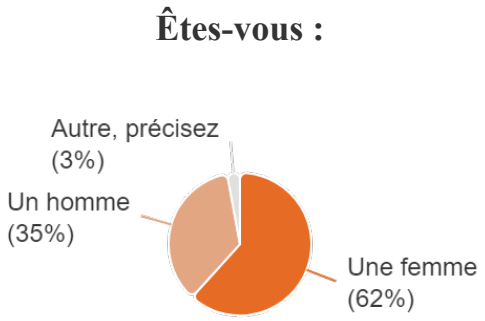


Figure 7 Répartition de genres chez les publics de la MPAA/ Saint Germain

Parmi les répondants, 62 % se déclarent « une femme », 35 % « un homme » et 3 % choisissent l'option « autre, précisez ». Cette répartition est cohérente avec l'autre volet de l'enquête auprès des pratiquants où la participation féminine est généralement plus marquée.

3. Des profils socio-professionnels contrastés, au-delà du noyau de cadres supérieurs

La structure des publics selon la situation socio-professionnelle révèle une forte présence de cadres et professions intellectuelles supérieures dans des proportions similaires à l'ensemble des publics de la MPAA, qui représentent 43 % des répondants. Nous notons dans l'ensemble, une structure très similaire aux publics des autres sites de la MPAA, confirmant qu'il est à l'image de la communauté des amateurices, avec une représentation plus forte des cadres et professions intelecturelles, tout en ayant une forte représentativité des personnes sans activité professionnelle, et des retraités. La proportion d'étudiants est plus forte chez les spectateurs que les pratiquants.

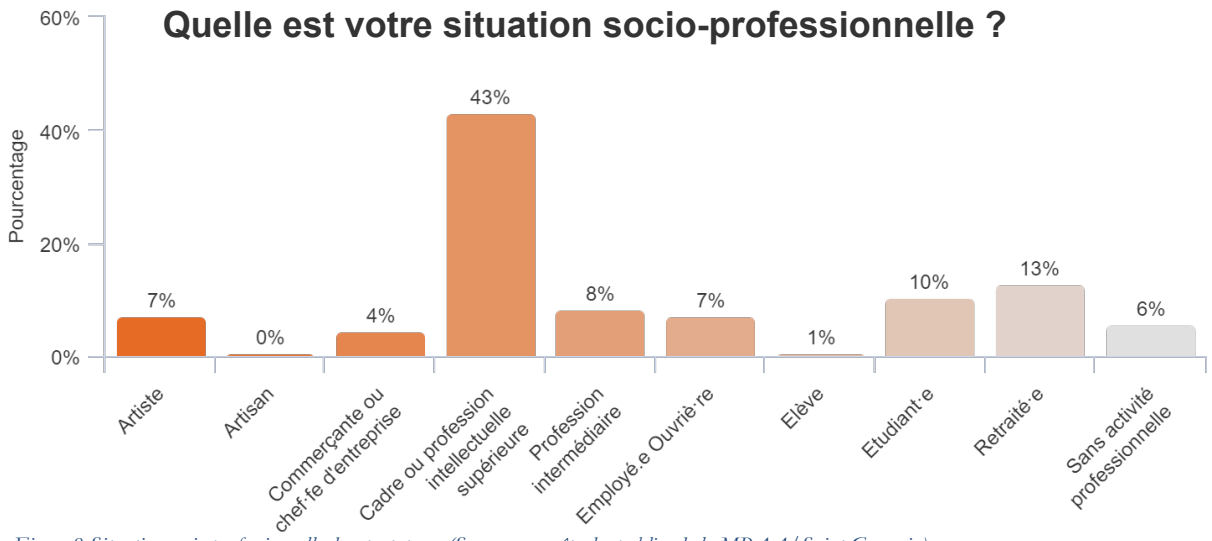


Figure 8 Situation socio-professionnelle des spectateurs (Source : enquête des publics de la MPAA/Saint Germain)

La part des employé·es et ouvrier·es, bien que minoritaire, demeure significative. Elle contraste avec les données habituelles des lieux culturels parisiens où ces catégories sont généralement peu représentées. La logique d'invitation personnelle ou familiale, propre aux spectacles amateurs, semble favoriser une **diversification des profils sociaux** dans les salles, en atténuant les effets de barrière culturelle.

Le croisement avec le type de spectacle vu indique que les spectateurs « Cadre ou profession intelectuelle supérieure » sont surreprésentés dans les comédies musicales (55 %), mais sous-représentés dans les spectacles de théâtre et concerts (17 % chacuns). Les retraité·es, étudiant·es et employé·es se répartissent de manière plus équilibrée entre théâtre, comédie musicale et danse. Ces variations indiquent que les différents genres artistiques n'attirent pas les mêmes segments socioprofessionnels, même si le levier d'accès reste prioritairement relationnel.

II.- Pratiques culturelles des spectateurs

1. Des publics majoritairement engagés dans les sorties culturelles

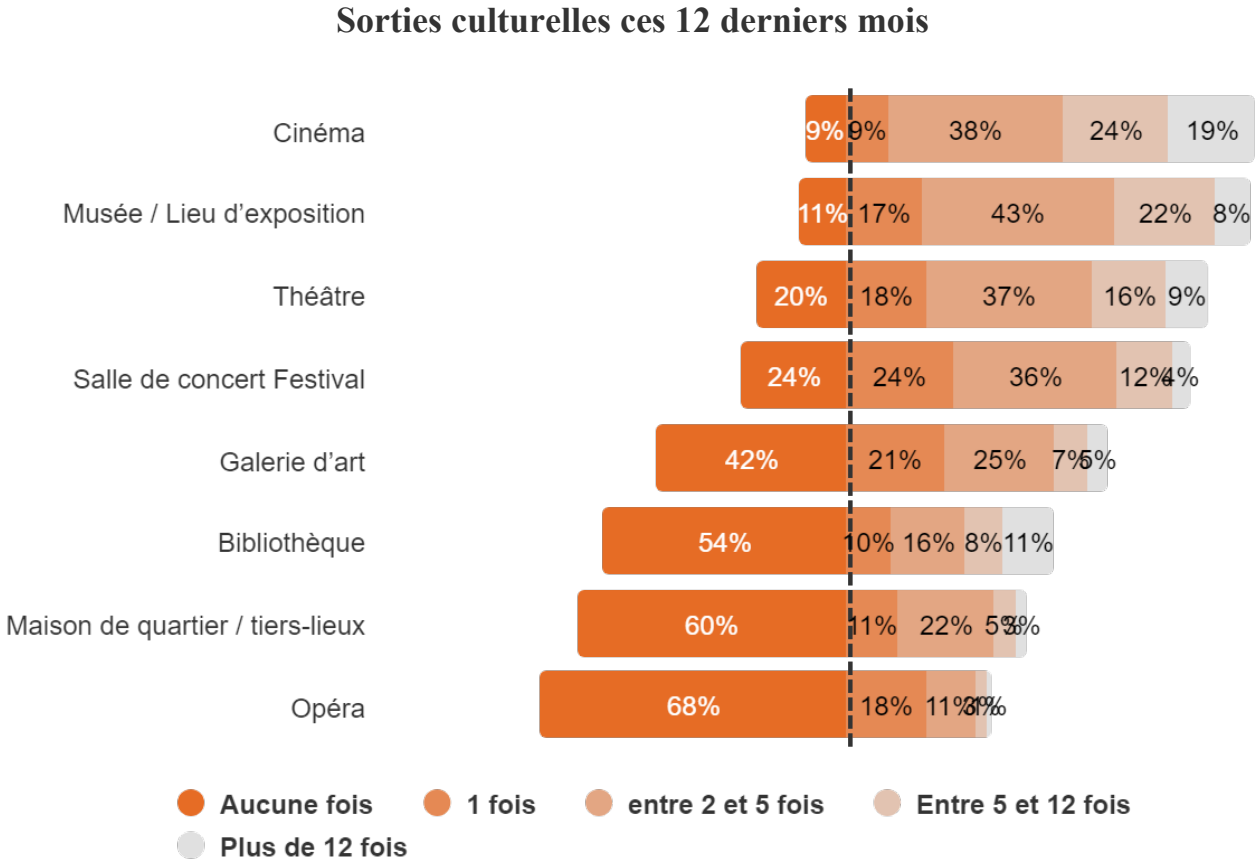


Figure 9 Nombre de sorties culturelles par type de lieu dans les 12 derniers mois. Source : enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain

Les spectateurs de Saint-Germain présentent globalement des habitudes de fréquentation culturelle soutenues, en particulier en rapport avec les études nationales du Département des Etudes et prospectives du Ministère de la Culture. L'enquête permet d'objectiver ce profil à partir de leurs déclarations sur les douze derniers mois

Le cinéma constitue le lieu le plus fréquenté : seuls 9 % déclarent ne pas y être allés, tandis que 38 % y sont allés entre deux et cinq fois, 24 % entre cinq et douze fois, et 19 % plus de douze fois. Cette assiduité témoigne d'une pratique culturelle régulière et relativement ancrée. Le théâtre est également bien représenté, avec 37 % des répondants s'y étant rendus entre deux et cinq fois, et 25 % plus de cinq fois dans l'année. La fréquentation

des musées ou lieux d'exposition suit un profil proche : 43 % entre deux et cinq fois, et 30 % plus de cinq fois.

Les galeries d'art présentent un taux de fréquentation plus modeste mais néanmoins significatif : 21 % des spectateurs y sont allés une seule fois, 25 % entre deux et cinq fois, et 13 % plus de cinq fois. Ces chiffres traduisent une exposition régulière aux arts visuels pour une part non négligeable du public. À l'inverse, les bibliothèques ne semblent pas constituer un espace culturel fréquenté par la majorité des répondants : 54 % n'y sont pas allés du tout, et seuls 19 % y sont allés plus de deux fois dans l'année. Ce constat vaut également pour les maisons de quartier ou tiers-lieux (60 % de non-fréquentants), et plus encore pour l'opéra, que 68 % des répondants n'ont jamais fréquenté au cours de l'année.

Cette cartographie des pratiques culturelles permet d'esquisser le profil d'un public socialement intégré aux circuits culturels « légitimes » que sont les musées, le théâtre ou le cinéma, mais moins inséré dans les réseaux de proximité ou les équipements alternatifs. Ces données doivent toutefois être interprétées dans le contexte spécifique de Saint-Germain : il s'agit d'un lieu de diffusion à destination de groupes amateurs, situé en cœur de Paris, et donc susceptible d'attirer des publics culturellement actifs.

2. Des pratiques artistiques majoritairement tournées vers les arts vivants

Avez-vous une ou plusieurs pratiques artistiques ?

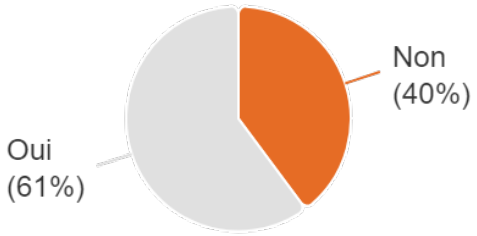


Figure 10 Présence d'au moins une pratique artistique chez les spectateurs de la MPAA/Saint-Germain

L'étude des pratiques culturelles du public fréquentant les spectacles MPAA/Saint Germain, contextualisée au regard des données nationales sur les comportements culturels français, révèle un profil de

consommateur·rices culturel·les dont l'intensité et la diversité des pratiques dépassent largement les moyennes observées dans la population générale.

Le cinéma constitue l'activité culturelle la plus pratiquée par les spectateur·rices MPAA, avec seulement 9 % déclarant ne pas avoir fréquenté de salles au cours de l'année écoulée. Ce taux de pénétration de 91 % dépasse de 28 points les moyennes nationales établies par l'enquête DEPS "*Cinquante ans de pratiques culturelles en France*", menée en 2018 auprès de 9 200 personnes représentatives de la population française métropolitaine, qui situe à 63 % la proportion des 15 ans et plus ayant fréquenté une salle de cinéma au moins une fois dans l'année. La répartition par intensité confirme cette appétence: 38 % des spectateur·rices MPAA se rendent au cinéma entre deux et cinq fois par an, 24 % entre cinq et douze fois, et 19 % plus de douze fois, contrastant avec la prépondérance de spectateur·rices occasionnel·les dans la population générale (46,6 % selon les données CNC de décembre 2024).

Pour le théâtre, l'écart avec les pratiques nationales s'accentue de manière significative :

- 37 % des spectateur·rices MPAA déclarent s'y être rendus·es entre deux et cinq fois dans l'année, tandis que 25 % affichent une fréquentation supérieure à cinq représentations annuelles.

Ces chiffres contrastent radicalement avec l'enquête DEPS 2018 qui établit à 12 % seulement la proportion de français·es de 15 ans et plus ayant assisté à un spectacle de théâtre au moins une fois dans l'année. L'écart de 50 points observé illustre une consommation théâtrale qui relève d'une logique d'engagement culturel soutenu plutôt que de sortie occasionnelle.

La fréquentation muséale suit cette même dynamique d'intensification : 43 % des spectateur·rices MPAA déclarent avoir visité des musées ou lieux d'exposition entre deux et cinq fois dans l'année, et 30 % plus de cinq fois.

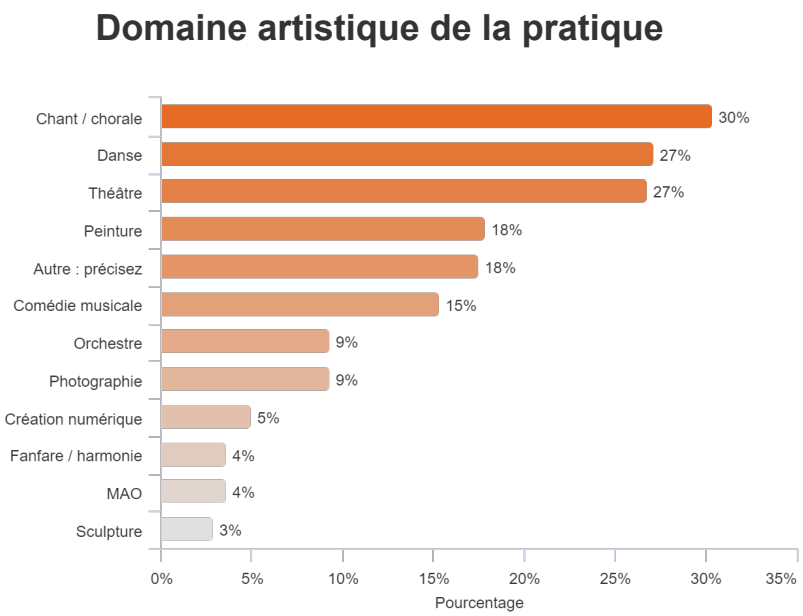


Figure 11 Source : Enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain

Cette multi-fréquentation systématique dépasse quantitativement les données nationales qui indiquent que 39 % des français·es ont visité un musée ou une exposition au cours de l'année 2018 selon le DEPS, sans distinguer les modalités de fréquentation.

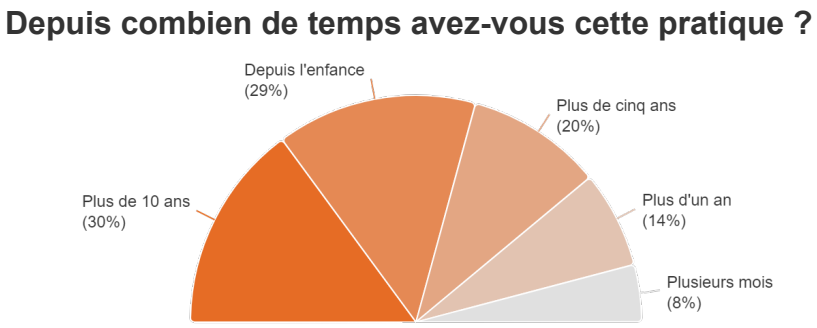


Figure 12 Source : Enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain

Cette transversalité des pratiques culturelles intensives révèle une caractéristique fondamentale des publics amateurs : l'absence de hiérarchisation entre formes culturelles légitimes et populaires. Les données attestent d'une consommation massive et indifférenciée qui traverse l'ensemble des équipements culturels, du cinéma grand public aux institutions muséales les plus établies. Cette omnivorie culturelle, qui caractérise les publics à fort capital culturel selon les travaux de Richard Peterson, trouve ici une illustration particulièrement nette dans la régularité et l'intensité des fréquentations observées.

L'analyse de ces pratiques de consommation culturelle prend une dimension particulière lorsqu'elle est mise en regard de l'investissement temporel déjà important que représentent les activités de pratique artistique amateur.

L'enquête sur les amateur·ices révèle un engagement hebdomadaire soutenu dans leurs disciplines artistiques, suggérant que cette intensité de consommation culturelle s'ajoute à des emplois du temps déjà fortement structurés par la pratique. **Cette coexistence entre pratique intensive et consommation massive confirme l'hypothèse selon laquelle la culture constitue le centre de gravitation de la vie sociale et individuelle de ces publics.**
Cette convergence entre intensité des pratiques et diversité des consommations culturelles dessine le portrait de publics pour lesquel·les l'engagement culturel ne se limite pas à un domaine spécialisé mais irrigue l'ensemble de leur rapport au temps libre et à la sociabilité. La culture apparaît ainsi comme un principe organisateur central, structurant à la fois les pratiques individuelles, les choix de loisirs et les modalités de participation à la vie culturelle urbaine.

Le croisement avec les réponses sur la durée de la pratique (Q10) montre une implantation ancienne de ces activités dans la trajectoire des personnes concernées. Près de 60 % des pratiquants déclarent une ancienneté supérieure à 10 ans, répartis entre « depuis l'enfance » (29 %) et « plus de 10 ans » (30 %). Seuls 8 % indiquent pratiquer depuis quelques mois, ce qui témoigne d'un ancrage durable de ces pratiques dans les parcours de vie. Ce public, bien que non exclusivement constitué d'usagers réguliers de la MPAA, manifeste donc une familiarité forte avec l'univers artistique amateur.

3. Une initiation artistique peu institutionnalisée, marquée par les cercles de proximité

Comment avez-vous été initié·e à votre pratique artistique ?

Les modalités d'initiation à la pratique artistique renseignent utilement sur les conditions d'entrée dans l'univers amateur. Les spectateurs pratiquants

interrogés à Saint-Germain déclarent majoritairement avoir été initiés hors du cadre scolaire, par le biais de cours privés (26 %), d'associations (24 %), ou en autodidacte (24 %). Ces trois canaux représentent ensemble près des trois quarts des parcours d'initiation. À cela s'ajoute une initiation au sein de la famille (20 %), qui joue un rôle non négligeable dans la transmission des pratiques artistiques, en particulier dans les disciplines comme la musique ou la danse.

Les institutions culturelles plus formelles, comme le conservatoire (15 %) ou l'université (11 %), sont mentionnées par une minorité des répondants. L'éducation nationale en tant que telle, qu'il s'agisse d'enseignements artistiques classiques (13 %) ou d'interventions d'artistes (5 %), reste marginale dans les parcours déclarés.

Comparativement aux publics des autres sites de la MPAA (résultats cumulés de l'enquête publique), les spectateurs de Saint-Germain sont davantage passés par des structures informelles ou des cercles familiaux. Sur l'ensemble de la MPAA, 32 % des répondants avaient été formés en association, 31 % en cours privés, et 26 % dans des cadres associatifs. Le conservatoire était cité par 19 %, et l'autodidaxie par 22 %. Cela confirme que le public de Saint-Germain s'inscrit dans un profil amateur engagé, mais hors des cadres les plus institutionnalisés.

Cette orientation confirme également que l'univers de la pratique artistique amatrice repose sur une pluralité de trajectoires, souvent liées à des dynamiques locales, des ressources sociales proches, ou des opportunités saisies hors parcours scolaire formel. Elle interroge enfin la place des dispositifs d'Éducation Artistique et Culturelle (EAC), encore peu évoqués ici.

4. Des formes d'engagement élargies, à la croisée du sport, de la culture et de la participation sociale

Au-delà des pratiques artistiques, une part importante des spectateur·ices de la MPAA Saint-Germain déclare s'engager dans d'autres formes d'activités personnelles ou collectives. Le domaine le plus mentionné est celui du sport, pratiqué par 54 % des répondant·es. **Ce chiffre, particulièrement élevé, éclaire la proximité entre univers sportifs et pratiques artistiques amatrices : ces deux champs partagent une logique d'engagement soutenu, souvent régulier, structuré par des rythmes collectifs, des lieux de pratique, et une culture de la progression partagée.**

Contrairement à la sphère artistique, où des distinctions hiérarchiques peuvent exister entre arts légitimes et arts populaires, les pratiques sportives ne sont pas soumises à des clivages symboliques aussi marqués. La distinction s'y joue davantage sur le degré d'engagement, amateur ou professionnel, que sur la valeur intrinsèque de la discipline. En ce sens, l'univers du sport fournit un modèle éclairant pour penser la légitimité des pratiques amatrices artistiques : il permet de concevoir l'investissement des amateur·ices comme structurant, autonome, et porteur de reconnaissance, sans passer nécessairement par une institutionnalisation ou une logique de professionnalisation.

Cet engagement sportif est accompagné d'autres formes de participation. **Un quart des répondant·es (25 %) déclare un engagement citoyen, révélant une attention portée aux enjeux sociaux et aux dynamiques collectives**. La cuisine (17 %), les arts plastiques (16 %) et le jardinage (14 %) illustrent un ensemble de pratiques inscrites dans des sociabilités domestiques ou associatives, dans lesquelles la création, le soin ou la transmission occupent une place importante.

Si d'autres domaines restent plus marginalement cités comme la politique (10 %) ou la santé (8 %) , ils témoignent néanmoins d'une certaine diversité des répertoires d'engagement. Ces données renforcent l'idée que les spectateur·ices de la MPAA constituent un public aux pratiques étendues, traversé par des formes d'investissement volontaire et autonome, qui ne se limitent ni à la consommation culturelle ni aux cadres professionnels classiques. Ce capital d'expérience fait des spectateur·ices des interlocuteur·ices potentiel·les pour les dispositifs de formation, de programmation partagée ou de participation citoyenne que peut proposer la MPAA.

Points clés III.- Pratiques culturelles des spectateurs

Les pratiques culturelles déclarées sont diversifiées et soutenues, notamment dans les domaines du cinéma, du théâtre et des musées. Une majorité des spectateur·ices déclare avoir pratiqué une activité artistique au cours de sa vie, souvent en amateur·rice. Les trajectoires sont hétérogènes, mêlant initiations institutionnelles et parcours autodidactes, avec des différences marquées selon les groupes d'âge.

•Une forte appétence culturelle, au-delà de la seule pratique amatrice

91 % des spectateur·ices vont au cinéma au moins une fois par an, 62 % vont au théâtre au moins deux fois, et 73 % visitent des musées ou lieux d'expositions.

Des parcours artistiques construits hors des circuits institutionnels

- 24 % ont commencé en autodidactes, 26 % par des cours privés,
- 24 % en association
- contre seulement 15 % via les conservatoires

Des engagements croisés révélant un profil actif et curieux

- 54 % des spectateur·ices pratiquent aussi un sport régulier,
- 25 % sont engagés dans des associations ou actions citoyennes.

IV - Des spectateur·ices peu informé·es mais curieux·ses

1. Une communication institutionnelle secondaire face aux dynamiques communautaires

Les résultats du questionnaire confirment que **les canaux d'information institutionnels de la MPAA jouent un rôle marginal dans la mobilisation des publics de Saint-Germain**. 65 % des personnes interrogées déclarent ne pas s'informer sur les activités de la structure (Q14), alors même que 46 % indiquent n'avoir jamais entendu parler de la MPAA avant de remplir le questionnaire (Q13). Parmi celles et ceux qui la connaissent, seul·es 25 % déclarent avoir connaissance des différentes activités proposées, tandis que 21 % en ont simplement entendu parler « de nom », et seulement 7 % l'identifient comme un lieu de répétition. Cela témoigne d'une **connaissance partielle et très inégale de l'institution**.

Vous tenez-vous informé·e des activités de la MPAA ? (Plusieurs réponses possibles)

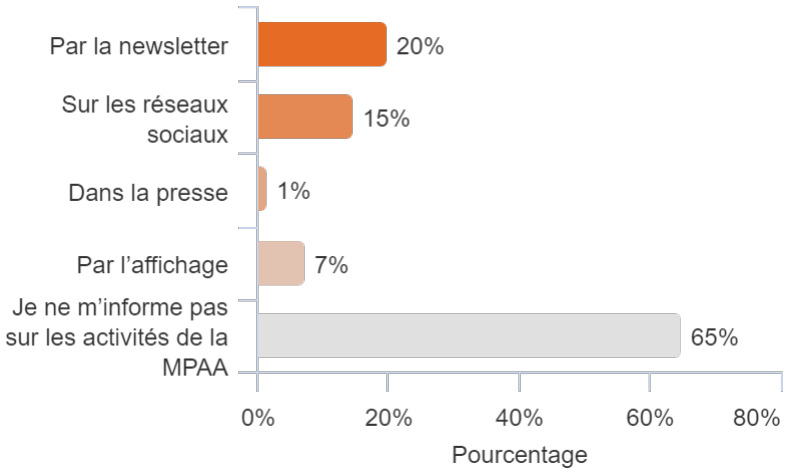


Figure 13 Source : enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain

Cette méconnaissance ne signifie pas une absence d'intérêt, mais reflète **une structuration horizontale des pratiques de fréquentation**, reposant davantage sur les liens interpersonnels que sur les dispositifs de communication. Ce sont en effet les circuits communautaires d'information, notamment les réseaux d'amateur·ices et les cercles

amicaux ou familiaux qui assurent la transmission de l'information et motivent la venue au spectacle. Cette logique est confirmée par le tableau croisé entre genre et source d'information : 78 % des hommes et 69 % des femmes déclarent connaître quelqu'un dans le spectacle vu (croisement Q17×Q5), bien plus que celles et ceux ayant découvert la représentation via la communication de la MPAA (seulement 9 % des hommes et 17 % des femmes).

Les canaux numériques comme la newsletter ou les réseaux sociaux sont utilisés, mais de manière ciblée : 20 % des répondant·es citent la newsletter, 15 % les réseaux sociaux. Ces deux modalités sont particulièrement mobilisées par les usager·ères déjà impliqué·es dans une **communauté de pratique artistique** : 30 % des personnes déclarant avoir une ou plusieurs pratiques artistiques affirment connaître les activités de la MPAA (contre seulement 15 % de celles sans pratique). Cela suggère une **corrélation entre engagement artistique personnel et connaissance approfondie de la structure**.

Enfin, la qualité perçue de l'expérience offerte à Saint-Germain repose **moins sur la notoriété institutionnelle que sur l'ambiance propre aux spectacles amateurs**. Plusieurs personnes mentionnent leur attachement au lieu pour sa convivialité, la diversité des propositions, et le climat bienveillant. **La relation entre salle et scène y est plus poreuse qu'en théâtre institutionnel**, avec une forte présence de proches des artistes, ce qui produit une forme d'enthousiasme collectif et une valorisation affective de l'événement. **La MPAA devient alors un espace culturel de proximité, ancré dans des logiques relationnelles plutôt qu'institutionnelles.**

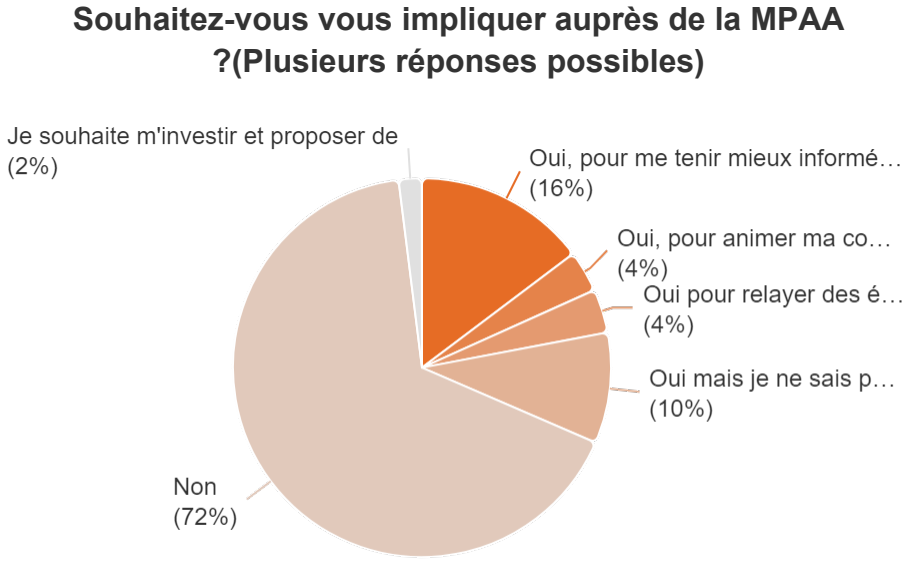
Croisement entre la connaissance de la et ses et les pratiques artistiques Avez-vous une ou plusieurs pratiques artistiques ?

13. CONNAISSEZ-VOUS LA MAISON DES PRATIQUES ARTISTIQUES AMATRICES (MPAA) ET SES ACTIVITÉS AVANT DE RÉPONDRE À CE QUESTIONNAIRE ?	8. AVEZ-VOUS UNE OU PLUSIEURS PRATIQUES ARTISTIQUES ?		
	NON	OUI	TOTAL
Oui, de nom	19%	22%	**21%**
Oui, pour la location des salles de répétition	5%	8%	**7%**
Oui, pour la location des salles de spectacle	10%	11%	**10%**
Oui, je connais les différentes activités proposées par la MPAA	15%	30%	**24%**
Non, je ne connaissais pas	57%	39%	**46%**
TOTAL			

Figure 14 Source : Enquête des publics de la MPAA Saint-Germain 2024/2025

2. Un potentiel d'engagement encore diffus, mais présent

Malgré la faible participation aux autres activités de la MPAA — seules 24 % des personnes interrogées déclarent y prendre part (Q15), dont 17 % aux spectacles programmés, 6 % au festival « Les Remontantes », 5 % à Enchantez-vous, et des pourcentages marginaux pour les autres dispositifs , des signes d'intérêt pour un engagement futur apparaissent dans les réponses. À la question sur la volonté d'implication (Q16), 16 % des répondant·es souhaitent être mieux informé·es, 4 % aimeraient animer une communauté de pratique, 4 % désirent relayer des événements, et 10 % expriment une volonté de s'engager sans savoir comment.



Ces chiffres suggèrent qu'un **noyau de spectateur·ices intéressé·es par une relation prolongée avec la structure existe**, mais que les modalités d'implication disponibles sont peu connues ou jugées peu accessibles. La proposition de formats contributifs plus souples — présence sur Azimut, relais informel d'information, participation à des projets ponctuels — pourrait constituer un levier pertinent. L'objectif n'est pas nécessairement de transformer tou·tes les spectateur·ices en usager·ères réguliers, mais de **multiplier les points de contact avec la structure**, dans une logique d'écosystème culturel ouvert.

Conclusion : La scène comme miroir des sociabilités amatrices

L'enquête menée auprès des spectateur·ices de la MPAA/Saint-Germain révèle une forme de fréquentation structurée avant tout par les dynamiques relationnelles issues du monde amateur. Si 54 % des répondant·es déclarent venir pour la première fois, leur profil témoigne d'une proximité manifeste avec la pratique artistique : 61 % déclarent une pratique personnelle, et 30 % des pratiquant·es connaissent les différentes activités de la MPAA. Leur profil sociologique est étroitement symétrique à celui des usager·ères en répétition, en termes de catégories professionnelles comme de répartition disciplinaire. La spécificité du public de la MPAA/Saint-Germain réside donc moins dans une différence de nature que dans la forme d'engagement et de lien avec la scène : une relation directe, affective, souvent portée par la proximité sociale avec les artistes.

Ce lien s'exprime dans la nature même des venues : 72 % des spectateur·ices déclarent connaître une personne sur scène, qu'il s'agisse d'un·e ami·e, d'un·e membre de leur famille ou d'un·e camarade de pratique. Cette configuration dominante ancre le spectacle dans un tissu communautaire où la salle n'est pas simplement un espace de diffusion, mais un lieu d'expression partagée. La scène Jacques-Higelin devient ainsi un dispositif de reconnaissance collective, où les réseaux d'amateur·ices trouvent à se rendre visibles dans une configuration valorisante.

Cette logique communautaire s'étend au-delà des disciplines artistiques : 53 % des répondant·es déclarent également pratiquer une activité sportive, renvoyant à un régime d'engagement fondé sur la régularité, le collectif, et l'implication personnelle. Le parallèle avec le sport est éclairant : à l'instar des pratiques amatrices, il repose sur une distinction non de discipline, mais de degré de professionnalisation, permettant une reconnaissance sociale sans hiérarchie artistique. Cette transversalité renforce l'idée que les spectateur·ices de la MPAA/Saint-Germain relèvent d'une même culture de la pratique que les artistes sur scène.

Le poids des initiations familiales ou associatives dans les trajectoires culturelles est également plus marqué. On observe des formes d'engagement qui ne passent pas par les institutions classiques de formation, mais qui n'en

traduisent pas moins une forte familiarité avec les univers artistiques. Pour autant, les envies d'implication sont bien présentes : 16 % des répondant·es souhaitent être mieux informé·es, et 10 % expriment le désir de s'engager sans en connaître les modalités. Ce sont là des leviers à activer, notamment par la mise en place de formats de participation souples : contributions à Azimut, relais d'information dans les cercles de pratique, participation ponctuelle à des projets collectifs.

La MPAA s'inscrit dans cette dynamique comme un espace ressource et d'accompagnement permettant l'accueil et la mise en visibilité de ces pratiques. Elle accompagne les formes d'organisation existantes, soutient les réseaux informels d'amateur·ices, et facilite la mise en relation sans en infléchir les logiques. Le lien entre les publics et la structure repose ainsi moins sur l'adhésion à une programmation que sur la reconnaissance d'un lieu facilitateur, à l'écoute des besoins d'un milieu structuré de manière autonome. En accueillant des troupes de Paris et du Grand Paris, en fournissant des espaces adaptés à la répétition comme à la représentation, et en rendant possible la diffusion de projets rarement visibles ailleurs, la MPAA assume une fonction complète dans le parcours amateur. Elle répond aux difficultés concrètes d'accès aux équipements, tout en contribuant à la structuration de la scène amatrice francilienne. En tant que pivot, elle articule les différents niveaux de pratique, les territoires et les temporalités, consolidant ainsi sa place dans le tissu culturel régional comme point d'ancrage, d'appui et de circulation des pratiques et des personnes.

Bibliographie

Bodineau, P., Tainturier, F., & Debarnot, E. (2006). Les pratiques en amateur et l'éducation artistique : un défi pour la politique culturelle en Bourgogne. Dijon : Conseil économique et social de Bourgogne.

Bordeaux, M.-C., & Kerlan, A., avec la collaboration de Détrez, C., & Lemonchois, M. (2025). Évaluer l'éducation artistique et culturelle : Enjeux épistémologiques et politiques de la recherche. Paris : Presses de Sciences Po

Dubois, V., Méon, J.-M., & Pierru, E. (2009). Les mondes de l'harmonie. Enquête sur une pratique musicale amateur. Paris : La Dispute.

Ethis, E. (2005). Sociologie du cinéma et de ses publics. Paris : Armand Colin.

Flichy, P. (2010). Le sacre de l'amateur. Paris : Éditions du Seuil.

Guillou, L., Malinas, D., Roth, R., & Royon, C. (2019). Éducation artistique et culturelle. Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 27 juin 2019. Dernière modification le 9 février 2023. Accès : https://publictionnaire.huma-num.fr/notice/education-artistique-et-culturelle

Guy, J.-M. (1996). Les jeunes et les sorties culturelles : Fréquentation et images des lieux de spectacles et de patrimoine dans la population âgée de 12 à 25 ans. Paris : Ministère de la Culture, Département des Études et de la Prospective, La Documentation française.

Guy, J.-M. (2016). Les représentations de la culture dans la population française. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, Département des études, de la prospective et des statistiques.

Hennion, A. (2009). Réflexivités. L'activité de l'amateur. Réseaux, 153(1), 55-78. https://shs.cairn.info/article/RES_153_0055?tab=texte-integral

Hennion, A., Maisonneuve, S., & Gomart, E. (2000). Figures de l'amateur : Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui. La Documentation française.

Jenkins, H. (2008). La convergence culturelle. Paris : Armand Colin.

Malinas, D. (2008). Portrait des festivaliers d'Avignon : Transmettre une fois ? Pour toujours ? Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

Simmel, G. (1911). Le concept et la tragédie de la culture. Dans La tragédie de la culture et autres essais (1988). Marseille : Rivages.

Table des figures :

Figure 1 Ancienneté des publics de la salle Jacques Higelin (source : Enqupete des publics spectateurs MPAA 2024/2025) 5
Figure 2 Accompagnement des publics (source : enquête des spectateurs de la MPAA/SAint Germain 2024/2025) 6
Figure 3 Source d'information des spectateurs (enquête des publics de la MPAA/Saint Germain 2024/2025) 7
Figure 4 Source : enquête des publics de la MPAA/ Saint Germain 2024/2025 9
Figure 5 Provenance géographique des publics de la MPAA/SAint Germain 11
Figure 6 Source : enquête des spectateurs de la MPAA/Saint-Germain 2024/2025 12
Figure 7 Répartition de genres chez les publics de la MPAA/ Saint Germain 13
Figure 8 Situation socio-professionnelle des spectateurs (Source : enquête des publics de la MPAA/Saint Germain) 14
Figure 9 Nombre de sorties culturelles par type de lieu dans les 12 derniers mois. Source : enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain 16
Figure 10 Présence d'au moins une pratique artistique chez les spectateurs de la MPAA/Saint-Germain 17
Figure 11 Source : Enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain 18
Figure 12 Source : Enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain 19
Figure 13 Source : enquête des publics de la MPAA/Saint-Germain 24
Figure 14 Source : Enquête des publics de la MPAA Saint-Germain 2024/2025 25