



la maison
des métallos,
établissement
culturel
de la ville
de paris

Etude des publics de la Maison des métallos

Etude réalisée par l'agence L'Oeil du public

Premiers éléments d'analyse

Conseil d'administration du 03/02/2017

Introduction

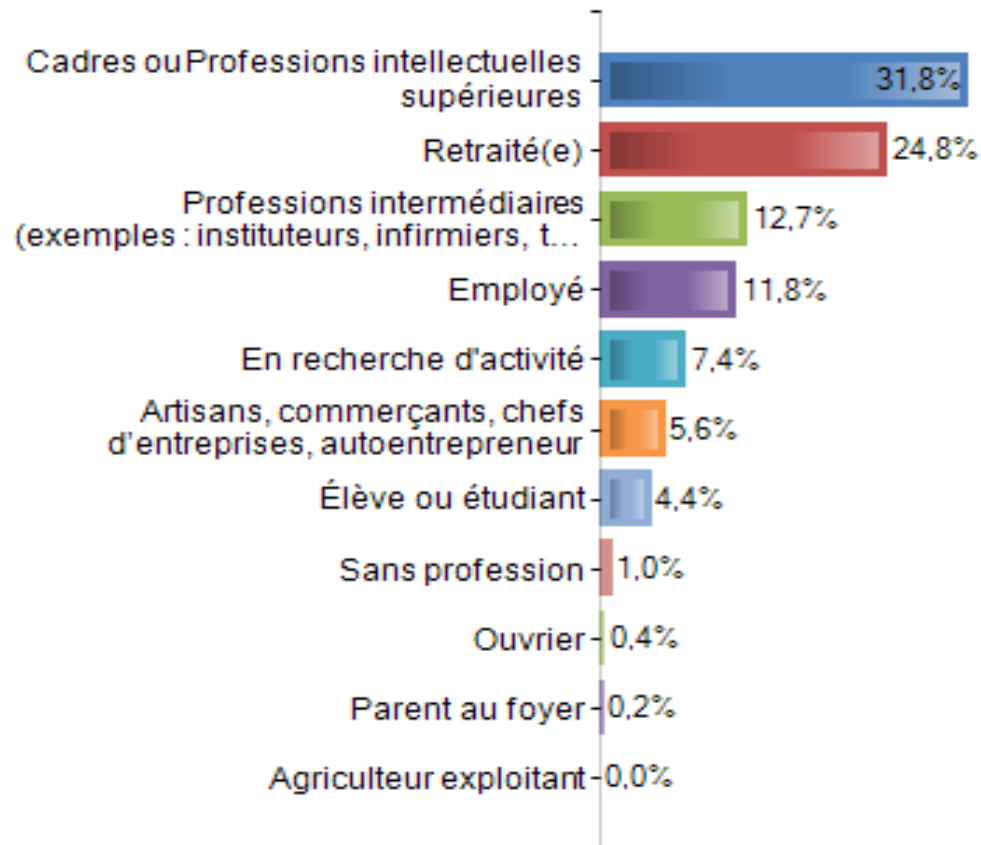
- Objectifs :
 - Connaissance des publics individuels (acquis et potentiels) de la Maison des métallos
 - Comprendre leurs fréquentation et liens avec la Maison des métallos
 - Définir et mettre en œuvre une stratégie adaptée de développement, d'élargissement et de fidélisation des publics individuels
- Méthodologie : Analyse quantitative et qualitative
 - Enquête de terrain par questionnaire du 24 mai au 20 juillet 2016 : 1140 réponses
 - 10 entretiens en face à face avec du public occasionnel ou fidèle de profils différents
 - Résultats de l'enquête transmis fin décembre 2016

Sociologie et pratiques culturelles

- Profil générationnel du public individuel :
 - 20% jeunes moins 35 ans
 - 50% Actifs 35-60 ans
 - 30% Inactifs/Retraités plus de 60 ans
- Grands traits socio-démographiques
 - Majoritairement féminin ->77%
 - Personnes travaillant dans la culture -> 37%
 - Familles -> 20% ont des enfants

Sociologie et pratiques culturelles

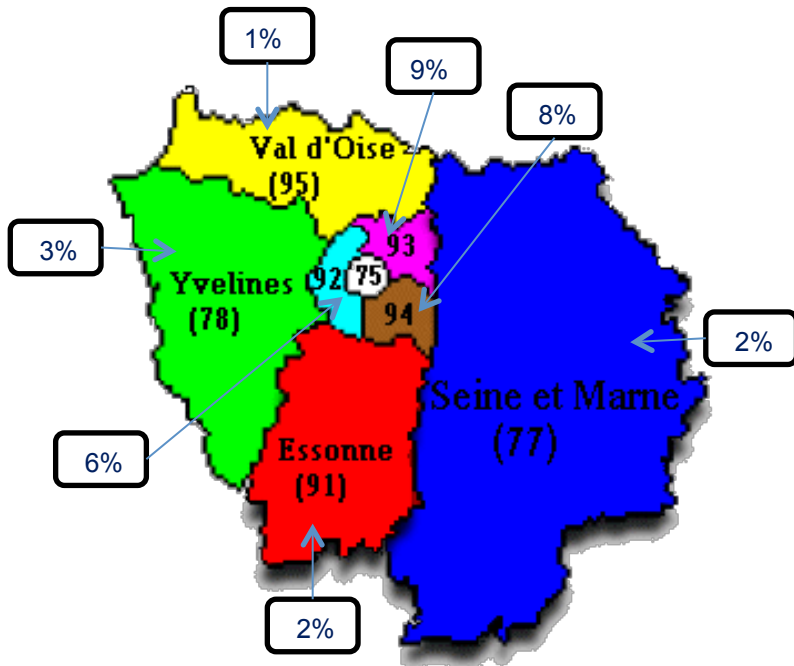
- Les professions et activités des publics individuels



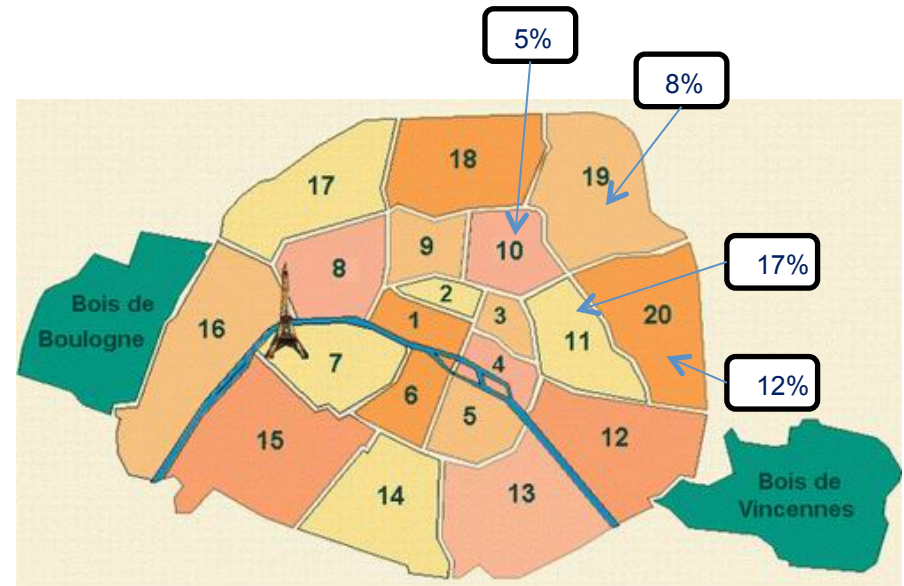


Sociologie et pratiques culturelles

- Origine géographique des publics individuels



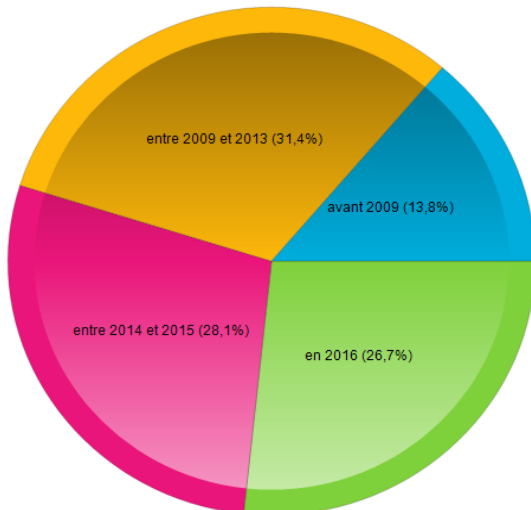
31% du public total vient d'Ile-de-France (hors Paris)



66% du public total vient de Paris
42% du public total vient des 10^{ème}, 11^{ème}, 19^{ème} et 20^{ème} arrondissement

Fréquentation et liens avec la Maison des métallos

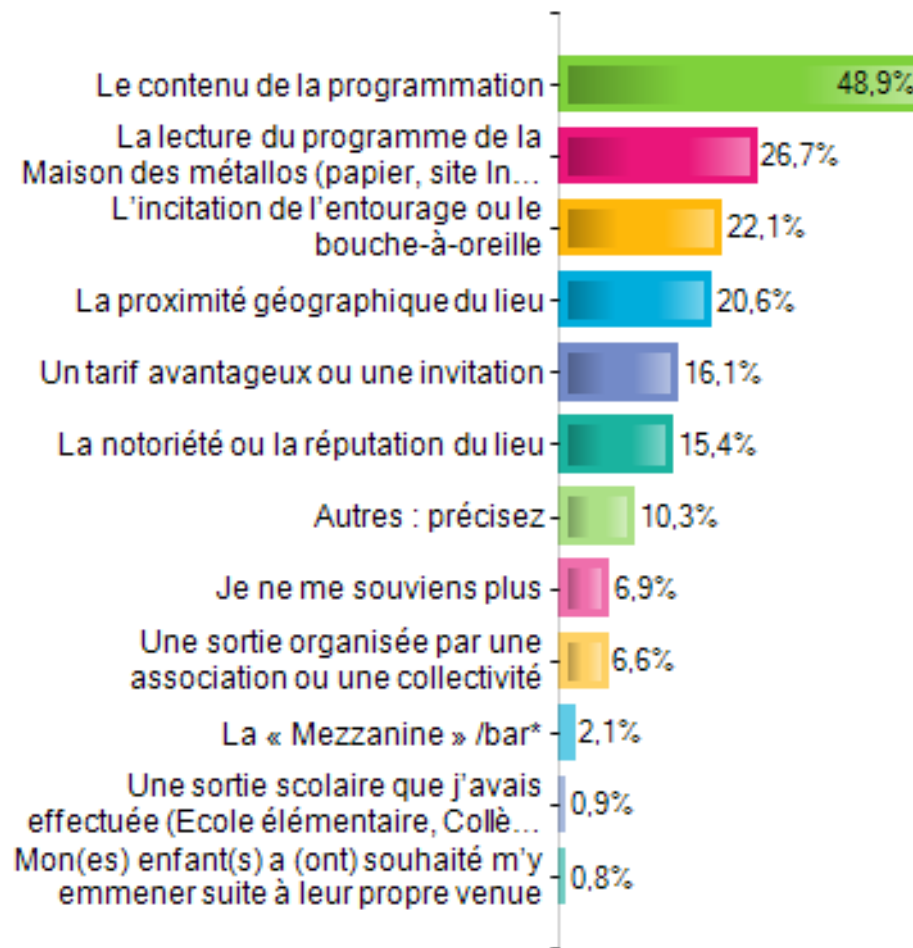
- Connaissance de la Maison des métallos
 - 92% connaissent et sont déjà venus (dont *3% venus seulement sur la mezzanine)
 - 5% connaissent mais ne sont jamais venus
 - 3% ne connaissent pas
- Date de première fréquentation des publics



- ➔ Fort renouvellement des publics depuis 2013
- ➔ Rajeunissement des nouveaux publics (24% de moins de 35 ans contre 15% avant 2014)

Fréquentation et liens avec la Maison des métaux

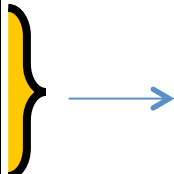
- Motivations de la 1^{ère} venue



Fréquentation et liens avec la Maison des métaux

- Rythme de fréquentation

Typologie	fréquence sorties /an	
tres occasionels	1 à 2 fois	46%
occasionels	3 à 5 fois	38%
réguliers	6 à 9 fois	7%
très régulier	plus de 10	8%



1	25%
2	21%
3	19%
4	10%
5	9%

Fréquentation et liens avec la Maison des métallos

- Type de manifestation fréquentée
 - A dominante théâtre : 60%
 - Rencontre, débat, projection : 51%
 - Exposition : 46%
 - Focus thématique (exposition, spectacle, rencontre-débat sur une même question de société) : 35%
 - Festival (Biennale Internationale des Arts de la Marionnette, Kalypso, Paris Hip hop...) : 11 %
 - A dominante danse : 11%
 - Fête des métallos : 11%
 - A dominante musique : 8 %
 - Restitution d'ateliers : 6%
 - Installations numériques : 5 %

Fréquentation et liens avec la Maison des métallos

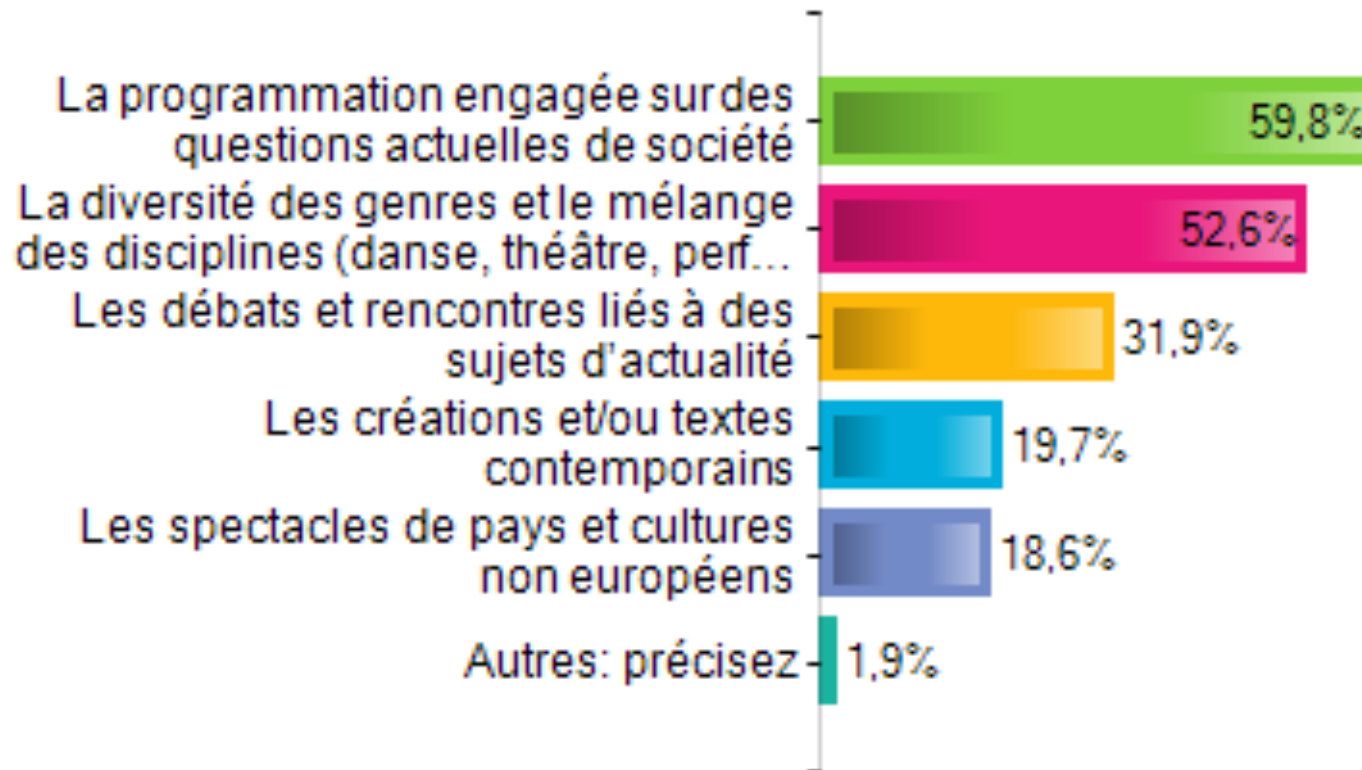
Type de manifestation	% du public fréquentant	% des manifestations dans la programmation (moyenne de 2013 à 2015)
Spectacle vivant (théâtre, danse, musique et festival)	90%	40%
Rencontre, débat, projection	51%	23.5%
Expositions	51%	21.5%
Fête des métallos	11%	3%
Ateliers	6%	8.5%

La fréquentation apparaît en lien avec la part de chaque type de manifestation dans la programmation des Métallos.

Est à noter que 35% du public indique fréquenter des focus thématiques déclinant à la fois en expositions, spectacles, rencontres, débats et projections. La circulation des publics est donc une réalité comprise du projet.

Fréquentation et liens avec la Maison des métaUos

- Intérêts pour le projet de la Maison des métaUos



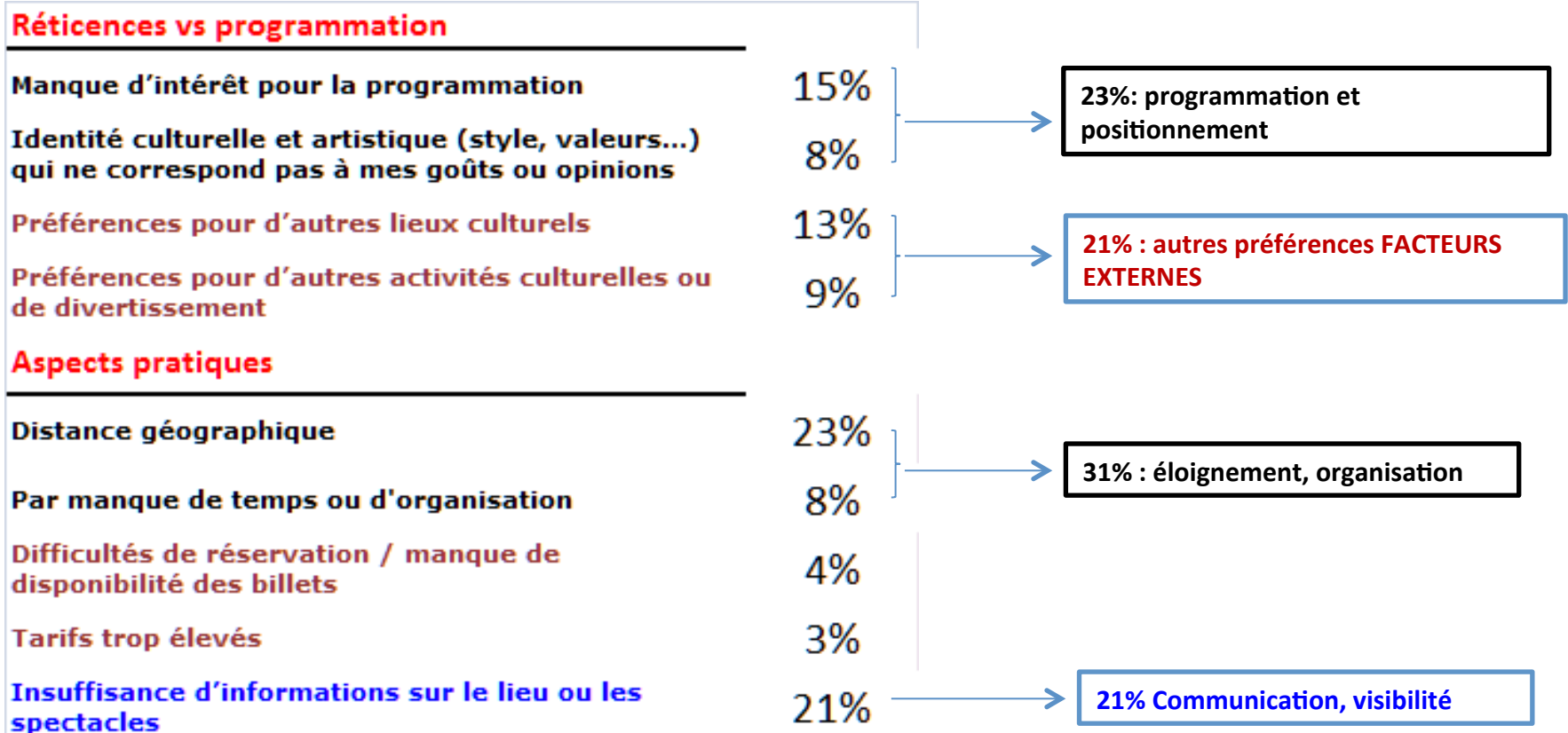
Fréquentation et liens avec la Maison des métallos

- Taux global de satisfaction

	très satisfait (e)	plutôt satisfait (e)	Satisfac tion	plutôt insatisfait (e)	très insatisfait (e)	Insatisfac tion	<i>non concerné (e)</i>
Spectacles	43%	51%	94%	4%	2%	6%	11%
Expositions	36%	54%	91%	8%	2%	9%	27%
Rencontres, projections, débats	48%	49%	97%	2%	1%	3%	29%

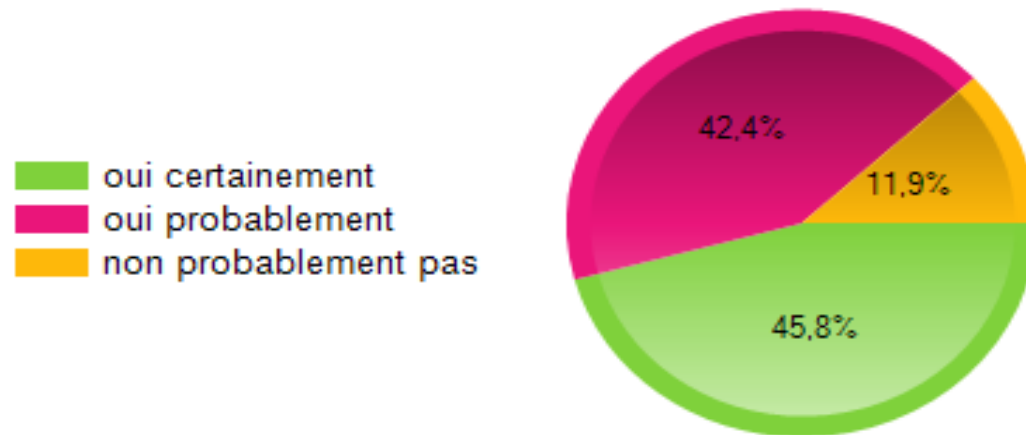
Fréquentation et liens avec la Maison des métaux

- Freins à la fréquentation du non public individuel



Fréquentation et liens avec la Maison des métallos

- Public individuel potentiel : perspective de fréquentation



➔ 90% de non public envisage de fréquenter la Maison des métallos



Fréquentation et liens avec la Maison des métallos

- Le projet comme outil de relations aux publics

