

**« De l'influence du numérique sur le spectacle vivant,  
Un outil perturbant ou dynamique ? »**

**Conséquences et perspectives en matière de médiation culturelle**



## Remerciements :

*Ce mémoire n'aurait pas pu voir le jour sans l'aide et la participation d'un certain nombre de personnes, qu'elles en soient remerciées chaleureusement :*

*Merci donc à :*

**Xavier DUPUIS** pour son attention bienveillante, ses recommandations pertinentes et son écoute attentive.

**Eric LEGUAY** Consultant expert en médias numériques qui a accepté d'être mon directeur de mémoire, pour sa compréhension, ses conseils éclairés et son soutien sans faille.

**Laure PRESSAC** Responsable de la mission stratégie, prospective et numérique au Centre des monuments Nationaux, pour m'avoir transmis son énergie, sa réactivité et pour m'avoir ouvert la voie de la réflexion, soutenu dans mes premières démarches et recherches avec passion.

**Anne LE GALL** Directrice de la communication et du développement. L'Avant Seine / Théâtre de Colombes (92). Formatrice auprès de professionnels (stratégies de communication culturelle, digitale et globale) et chargée d'enseignement (Sorbonne-Nouvelle / Paris III, Institut d'Etudes Européennes / Paris VIII). Anne Le Gall est cofondatrice et présidente du TMNlab, pour m'avoir offert son temps précieux et m'avoir ouvert les yeux sur les possibilités du numérique dans le spectacle vivant.

Merci également à toutes les personnes qui m'ont apporté leurs vision, éclairage, connaissances, expériences et réactions à mes interrogations sur le sujet :

**Murielle MAURIAC** Conservateur général du patrimoine - Conservateur régional adjoint - Site Bordeaux - conservateur de la grotte de Lascaux).

**Emmanuelle SCHMITT** Directrice générale - Ecla, agence régionale pour le cinéma, l'écrit, le livre et l'audiovisuel-Bordeaux.

Les artistes et professionnels rencontrés qui m'ont offert leur temps et leurs expériences :

**Maurin DONNEAUD** Spécialisé dans le design d'interaction et la programmation d'objets physiques, impliqué dans plusieurs projets de développement de textiles-électroniques.

**Pauline DAUZAS** et **Zuzanna LLICZKO**, étudiantes en Master 1 à la Sorbonne, sur le numérique et le patrimoine pour leur participation à ce travail.

**Shelly DE VITO** et **James** du Centre d'arts Contemporains des Moulins de Paillard (Sarthe) pour m'avoir ouvert leur réseau professionnel.

**Mourad MERZOUKI** Directeur du Centre Chorégraphique national de Créteil et du Val-de-Marne / Compagnie Käfig pour m'avoir offert de longues minutes de son temps.

**Laure KUJAWA** Responsable des relations publiques et de l'Accueil studio du Centre Chorégraphique National de Créteil et de la compagnie Käfig, pour son précieux retour d'expérience en médiation culturelle.

**Françoise WEYL** pour son amicale vigilance et son regard exigeant.

Merci également à tous ceux qui ne souhaitent pas être nommés mais dont l'aide et les encouragements m'ont été très précieux.

**« Le calcul numérique est un moyen de détermination. Le calcul algébrique est un moyen de représentation »**  
Cahiers II, Mathématiques de Paul Valéry

*Des outils du numérique....*



### **Préambule :**

*Ce mémoire a vu le jour à l'issue du cursus de Master 2 « Management des organisations culturelles » à Dauphine. La prise de conscience de « l'envahissement » du numérique dans le spectacle vivant m'est apparue d'une façon évidente. En réalité depuis vingt-cinq ans il s'incrétait déjà via les captations vidéo des spectacles, mais aussi au travers des progrès techniques sur les tables de son et les jeux d'orgue lumière par exemple.*

Or notre époque parle encore de « révolution » numérique, mais en réalité, il n'y en a pas eu, sauf à considérer que « l'évolution numérique » est une révolution permanente, ce qui n'est pas mon cas.

Le numérique comme la télévision ou le téléphone font partie intégrante de nos vies.

Il m'a paru intéressant de faire un point à un instant T et de questionner cette problématique de l'influence du numérique sur le spectacle vivant et ses conséquences sur le public. De ce questionnement est né ce travail.

## Table des matières :

Remerciements :	2
Préambule :	3
Synthèse :	7
Introduction :	9
Référence historique :	10
<b>A) Influence du numérique :</b>	<b>11</b>
A – 1 État des lieux de la façon dont le numérique est aujourd’hui de plus en plus imbriqué dans le secteur culturel notamment par le spectacle vivant	11
• Le numérique est omniprésent dans le secteur culturel et notamment dans le spectacle vivant.	11
• Où en est le spectacle vivant sur cette problématique ?	11
A – 2 Comment le numérique perturbe-t-il le spectacle vivant ?	12
• Le risque serait donc dans une perturbation grandiose dans le cycle de la vie humaine.	12
• La crainte de la perturbation totale et définitive est posée	12
A – 3 Quel est le rapport entre le numérique et le théâtre ?	15
• Comment ces outils avantagent-ils la créativité ou au contraire la contrarie ?	15
• Quels sont les écueils d’une « sur utilisation » du numérique dans la représentation des œuvres textuelles théâtrales ?	15
• Si le numérique était une évolution positive au service du texte et du plateau ?	16
A – 4 Quel est l’apport de l’art numérique dans la création chorégraphique ?	17
• Le corps transfiguré par le numérique	17
• Alors la question se pose : Le numérique n’est-il pas en train de redonner à la danse contemporaine, sa valeur d’exploration de nouveaux territoires ?	18
Quid de l’apport de l’art numérique à la création scénographique dans le travail de la "Compagnie Käfig", par le chorégraphe Mourad Merzouki	18
• Ces trois artistes talentueux réussissent grâce à « Pixel » à faire évoluer la danse vers un subtil dialogue entre prouesses techniques des danseurs et illusions de la projection.	19
• Le numérique, un outil performant ou handicapant ? Ou quand l’artiste réinvente l’utilisation du numérique au service de son art:	21
• L’apport du numérique dans la danse contemporaine est une proposition artistique qui se superpose pour devenir une part des œuvres elles-mêmes ? Le danger n’est-il pas de se répéter ?	24
A – 5 Quel est l’apport de l’art numérique dans la musique et l’invention d’instrument, type OMNI ?	24
• Que représente le numérique pour un artiste musicien ?	26
• De quelle façon se fera la vulgarisation pour une commercialisation démocratique de ces instruments du futur ? Et de quel futur ?	28
• Quelle perspective et quelle médiation par rapport au public peuvent être souhaitées en termes de vulgarisation et de démocratisation, notamment commerciale ?	28
• L’artiste devient un marchand mais reste évidemment un créateur	28
• L’industrie musicale est-elle arrivée au bout de sa métamorphose numérique ? Comment rémunérer au juste prix le travail des artistes créateurs musiciens ?	29
A – 6 Quelles pistes le numérique offre-t-il aux spectacles vivants ?	30
• Quel type de constat concernant l’émergence du numérique dans le spectacle vivant peut-on faire ?	30

• Les connexions en mobilité vers un théâtre	30
• De l'utilisation du numérique sur scène à la crainte engendrée de la disparition du « vivant » par les institutions, or c'est TOUT l'inverse de ce que produit le numérique	30
• Comment le numérique permet la rencontre du patrimoine et du spectacle vivant ? Aujourd'hui en quoi peut-il être spectaculaire ?	31
• Cette interaction entre spectacle vivant et numérique : Acte créateur ou simple gadget technologique ?	33
• Une nouvelle approche du patrimoine grâce au numérique	34
• Quand le patrimoine se met en valeur par le numérique	35
• De l'importance de l'influence du numérique sur le patrimoine	35
• Le patrimoine virtuel une bonne ou une mauvaise chose dans l'absolu ?	35
• La préservation, la reconstitution : Un acte quasi politique au sens « gestion de la cité »	36
• Depuis longtemps déjà le numérique a investi le patrimoine par ce que l'on appelait « : Les sons et lumière ».	37
• Quand toutes les musiques sont impactées par le numérique : Un progrès ou un détournement ?	38
• L'Opéra et l'innovation numérique, un mariage forcé ou un mariage de raison ?	39
• L'Évènementiel musical et les nouvelles technologies	39
• Le thème était les arts vivants à l'ère numérique : Ou comment le numérique a transformé notre réalité et la notion d'art.	39
• Quand le numérique réinvente et sublime les mouvements du corps grâce aux vêtements pour produire de la musique	41
• Le facteur dynamisant et positif du travail de recherche	41
• Une évolution musicale	42
• Quand la magie même est impactée par le numérique : Le détournement du réel, dans la magie est sans doute, par nature, un point commun avec la pensée numérique	44
• Les pistes que le numérique offre au spectacle vivant sont multiples et quasi infinies	45
<b>Conclusion de la partie A :</b>	<b>45</b>
• Comment pouvons-nous atteindre la génération de l'ère numérique ? La technologie étouffe-t-elle la créativité ou, au contraire, ouvre-t-elle les portes de l'imaginaire ?	45
<b>B) Le public :</b>	<b>45</b>
• La perception et l'impact du numérique au service des publics ?	45
• La perception des spectacles vivants à travers le numérique : des moments d'émotion :	45
• De quelle façon le public associe le numérique à une certaine modernité ? Supports et médias des nouvelles consommations :	46
• Les techniques ne sont pas seulement des outils, ce sont des structures de la perception	46
<b>B – 1 : Comment le numérique impacte dans les théâtres en France vis-à-vis du public ?</b>	<b>47</b>
• Comment les professionnels perçoivent le numérique ? Quel sont les transformations induites, dans les métiers du spectacle, par ces outils ?	47
• Peut-on dire que le numérique change l'écriture d'un art comme le théâtre ?	48
• Et sur le plateau, qu'est-ce qui change ?	48
• Et du côté du public, qu'en est-il de la visibilité des œuvres ?	48
• Dans ces interactions de co-création entre l'humain et le numérique, où est la place du spectateur ?	49
• Que penser des expérimentations théâtrales où interviennent des interactions numériques avec le public ?	49

<b>B – 2 : Le numérique est en train de modifier les relations entre spectacles vivants et notamment le théâtre et le public</b>	<b>49</b>
• Le théâtre est-il toujours au service du texte ? Ne se laisse-t-il pas manger par la technologie ?	50
• Pour les spectateurs ? Est-ce-que le numérique modifie la fréquentation des publics ?	50
• Quels sont les différents outils numériques mis en place en direction des publics ? De la part des structures et des tutelles (type Ministère de la Culture et de la Communication) ?	51
• Est-ce-que ce travail de mise en place d’outils numériques, a un impact sur les publics en général et sur quel type de public ? Est-ce-que c’est mesurable. Est-ce mesuré ?	52
• Que reste-il du dialogue, de la prise de parole et des réseaux sociaux : Lequel des trois a le plus de chance de remplir les salles ?	52
<b>B – 3 : Dans la médiation culturelle, quelles sont les innovations ? Et en matière d’action culturelle vers des publics nouveaux ?</b>	<b>53</b>
• La notion de territoire « couvert » par un lieu est transformé par le numérique, de quelle façon ?	53
• L’exemple des « tiers lieux » dans les musées adapté aux Théâtres	53
• Comment la médiation culturelle via le numérique peut-elle s’exprimer ?	54
<b>B – 4 : Comment faire de la promotion et aller à la rencontre des publics</b>	<b>55</b>
<b>B – 5 : Quelle évolution sur la fréquentation des publics ?</b>	<b>55</b>
• La fréquentation : Peut-on constater une réelle évolution de la fréquentation des lieux grâce à l’utilisation des outils numériques ?	55
• Est-ce qu’il existe une statistique nationale sur cette problématique qui est : le numérique remplit les salles ?	56
<b>B – 6 : Quel est l’impact de l’ère numérique sur le rapport aux habitants et aux territoires pour les Théâtres ?</b>	<b>57</b>
• Le numérique modifie les relations entre spectacle vivant et publics	58
<b>B – 7 : Quels sont les débouchés économiques de l’omniprésence du numérique dans le spectacle vivant ? Comment imaginer les choses sur un plan managérial et économique ?</b>	<b>59</b>
• Le premier secteur impacté par les outils numériques dans le spectacle vivant est sans doute depuis 20 ans avec l’arrivée d’internet : la musique, les concerts et les productions qui en découlent	59
• Des smartphones pour écouter la musique et interagir pendant les spectacles	59
• La fréquentation pour plus de rentabilité économique	60
• En France, les salles et les festivals utilisent aussi les outils numériques	60
• Pourquoi est-il nécessaire d’améliorer la connaissance de son public et pour quel management de celui-ci ?	61
• Comment les mutations commerciales évoluent grâce aux outils numériques ?	62
<b>Conclusion de la partie B :</b>	<b>63</b>
<b>C : Le spectacle vivant à l’ère numérique : mutations et perspectives ?</b>	<b>63</b>
• Dès lors, il s’agit d’imaginer les « bonnes pratiques » pour une meilleure utilisation des innovations numériques et comment les mettre en place ?	63
- L’utilisation en direction du public	65
• Créer des partenariats d’entreprises pour promouvoir le spectacle vivant	66
- L’utilisation par les professionnels	66
<b>Conclusion de la partie C :</b>	<b>67</b>
<b>Conclusion générale :</b>	<b>68</b>
<b>Annexes et références :</b>	<b>73</b>



## Synthèse :

Ce mémoire a pour vocation de s'interroger sur l'influence du numérique dans le spectacle vivant à un instant T, et en regardant le chemin parcouru d'une façon non exhaustive, depuis que celui-ci a investi ce secteur d'activité, ainsi que son impact sur « les » publics.

Évidemment il n'a pas la prétention de couvrir tout le prisme posé par cette interrogation, mais bien de faire un focus du moment et de poser la question de son influence positive ou négative sur le secteur culturel.

Il s'agit aussi de tordre le cou à une idée reçue. Il n'y a pas actuellement de révolution numérique, elle a eu lieu il y a des décennies, en revanche, il y a bien une évolution permanente du numérique ou plutôt, de la façon de se servir de ses outils dans le secteur de la culture.

**Le spectacle vivant** est bien en évolution sur le plan artistique grâce au numérique ; les chorégraphes et les metteurs en scène s'en emparent régulièrement en utilisant les outils à leur disposition afin de dynamiser leur inventivité et leur créativité.

Le constat est là, de nouveaux langages esthétiques s'écrivent à l'aune des possibilités offertes par les outils numériques. Sans doute ses actions artistiques peuvent paraître timides et confidentielles. De plus en plus d'artistes mélangent, dans une transversalité créatrice, les genres du spectacle vivant et les possibilités du numérique.

**Des lieux** agissent dans le bon sens et cherchent des solutions innovantes pour une meilleure visibilité du travail des artistes qu'ils produisent ou diffusent, en direction d'un public toujours plus attentif aux nouvelles technologies.

**Dans le domaine du théâtre** les artistes conçoivent des scénographies nouvelles avec les outils numériques et réinventent le rapport à la scène.

Mais c'est sans doute dans **la danse contemporaine** que le mouvement est le plus visible et le plus avancé.

**Le secteur musical** dans sa diversité a été le premier touché par toutes les possibilités d'accès aux œuvres via les serveurs et le streaming. Ces nouvelles méthodes de « merchandising » ont réinventé le secteur marchand de la musique tout en impactant négativement les ventes de CD. Les majors compagnies comme les producteurs indépendants ont fait varier leurs stratégies pour toucher le public en investissant massivement dans le spectacle vivant, les concerts et les festivals. Les outils numériques ont changé les paradigmes du succès ou de l'insuccès des œuvres et des artistes par leur rapidité d'impact et leur force d'intrusion et de conviction sur le public. Le bon vieux « bouche à oreille » se fait maintenant en un clic. Nous verrons comment la profession s'est adaptée aux nouvelles contraintes imposées par la modernité des outils numériques. Comment le modèle économique du secteur musical a dû se renouveler pour ne pas disparaître.

Dans la musique ces outils ont également fait avancer la création. Des artistes musiciens se sont transformés en inventeurs, se sont emparés du numérique pour produire de nouveaux instruments. Avec ces musiciens nous réinterrogerons le rapport à la musique, à la création en général, mais également aux modes de fonctionnement marchands. Nous verrons comment les artistes sont obligés d'évoluer pour faire vivre le modèle économique, né de la transformation de leur pratique et de la diffusion de leurs œuvres via les outils numériques.

Ce travail fera une incursion vers le rapport entretenu entre **le patrimoine, le spectacle vivant et le numérique**. Il n'est pas nouveau. Le patrimoine a depuis très longtemps été le support de projection racontant des histoires, ou a servi de scénographie naturelle pour des représentations du spectacle vivant. Les théâtres antiques (comme pour les Chorégies d'Orange) sont des exemples patents parmi beaucoup d'autres.

Les outils numériques ont également des fonctions de numérisation liées à la préservation ou la reconstruction voire à la modélisation en 3D de lieux en péril ou détruits mais peuvent également être des vecteurs d'une mémoire historique recouverte.

**Les relations en direction du public**, dans leur diversité, seront explorées. La transformation de celles-ci reliées à l'émergence des outils numériques dans le spectacle vivant est à l'origine de l'évolution des pratiques.

Le rapport au public est fortement remis en question et les réseaux sociaux ont tout bouleversé dans la diffusion de l'information notamment.

Les professionnels du secteur s'approprient les outils du numérique pour aller chercher de nouveaux publics, avec plus ou moins de succès, mais le mouvement est lancé et la dynamique progresse dans cette direction.

Il est surprenant de constater le peu de moyens mis à la disposition **des lieux de diffusion ou des lieux ressources**, consacré à la formation des personnels sur ces outils numériques en matière de communication, de marketing et de fidélisation du public.

Certes le mouvement s'accélère mais bien après d'autres secteurs d'activité, on sent une réticence et une crainte d'une perte de pouvoir et d'envahissement des outils, au détriment de la créativité mais aussi d'une certaine qualité de rapport avec le public.

Pourtant le numérique modifie d'une façon positive les relations entre spectateurs, professionnels de la communication et du marketing dans les lieux et les artistes.

Cela change aussi les modes d'action en matière de management d'équipe et oblige les structures à travailler différemment en imaginant d'autres interactions entre le public et les artistes. Il faut créer et rechercher des passerelles pour atteindre différents publics nouveaux.

**Le rapport à l'institution**, le Ministère de la Culture en priorité, est également dans un processus d'évolution et celle-ci doit se positionner vis-à-vis de ces changements de méthodes d'appréhension du public. Il n'est pas improbable d'imaginer qu'une structure type « Observatoire des pratiques entre les outils numériques et le spectacle vivant » puisse se mettre en place, afin d'accompagner cette mutation.

**Explorer « les bonnes pratiques »** dans le domaine de l'interaction entre le numérique et le spectacle vivant devient une nécessité. Des propositions seront émises sur l'utilisation de ces « bonnes pratiques » vis-à-vis des professionnels du spectacle vivant, qu'ils soient administratifs, directeurs de lieux, techniciens, artistes ou producteurs/ diffuseurs. Des idées d'interactions en direction du public sont déjà envisagées et imaginées.

**Les collectivités territoriales doivent en matière de politique culturelle s'emparer de la problématique**, et imaginer des procédures, alors que la baisse des dotations pousse les élus à s'interroger sur les choix à faire, les modes de fonctionnement, la prise en compte de la culture sur les territoires. Comment les outils numériques peuvent participer à une refondation des moyens d'action, en lien avec les professionnels du secteur et d'une démocratisation de la culture sur les territoires, comme d'un accès facilité, en évitant de tomber dans le piège de la culture standardisée.

**L'utopie** envisagée dans la conclusion de ce travail est que les artistes soient à l'origine des changements de pratiques entre le numérique et le spectacle vivant. En lien avec des structures et des lieux de formation, les professionnels, les producteurs, les lieux et salles de spectacle ainsi que les artistes doivent inventer le rapport juste et équilibré de l'influence du numérique dans le spectacle vivant, en direction des nouvelles générations.

Il s'agit de faire **un pari philosophique** autant qu'artistique et culturel, sur l'avenir des bonnes pratiques des outils numériques en interaction avec le spectacle vivant pour les rendre accessibles et incontournables dans leurs fonctions créatrices et artistiques, portées par des artistes précurseurs.



## Le numérique : Mot ou concept ?

**"Le numérique n'est plus une dimension du savoir, c'est l'époque du savoir." Bernard Stiegler**

Aujourd'hui le mot « numérique » comme son utilisation sert à définir un ensemble de pratiques usuelles à travers des objets qui en sont les supports. On parlera de « device » pour désigner ces supports numériques. On définit des objets de notre quotidien dont on dit qu'ils sont des « objets numériques ».

On a souvent parlé à la fin du XXe siècle de « nouvelles technologies » – parfois en précisant : « NTIC » (nouvelles technologies de l'information et de la communication) – ou de « nouveaux médias », ou encore d'« environnements virtuels » ou plus simplement d'informatique ou d'électronique.

Venant en droite ligne des premiers ordinateurs des années 1960, le numérique est, par nature, un outil technologique informatique qui transforme nos vies en profondeur, plutôt qui transforme notre perception du monde, grâce à un mode de calcul spécifique binaire.

Nous sommes aujourd'hui entourés « d'objets » numériques, nos téléphones, télévision et autres tablettes en sont les preuves visibles et les plus accessibles. La finalité de ces outils est de rendre une qualité de service dont le premier d'entre eux est d'être un accès facile aux informations de tous ordres et de toute nature.

**Michel Serres** (Historien des sciences et agrégé de philosophie) nous explique que les nouvelles générations grandissent dans un monde bouleversé par le numérique et ses applications. Ces changements sont comparables à ceux de la fin de l'Antiquité. Il dit à propos des générations nouvelles : « *Soyons indulgents avec eux, ce sont des mutants. La planète change ils changent aussi* ». Il annonce « un nouvel humain » qu'il baptise « Petite Poucette » en référence à la femme et l'importance prise dans nos sociétés modernes par le combat féministe, dont il se dit partisan et proche.

« Petite Poucette » est surtout une génération (les 17 – 30 ans) dont la capacité est d'envoyer des sms avec ses pouces. Il explique un changement comparable à la fin de l'Empire romain ou à la Renaissance. En 2012 il publie un essai aux éditions Le Pommier : *Petite Poucette*.<sup>1</sup> Son texte détaille sa réflexion sur « les humanités numériques ». Le titre fait référence aux pouces avec lesquels les nouvelles générations pianotent sur leur téléphone portable et ont immédiatement accès « au monde ».

Pour lui le grand tournant de cette mutation sociétale se situe dans les années 1965-1975, « *lorsque la nature notre mère est devenue notre fille* ». C'est-à-dire que tout est bouleversé, le langage, l'accès à la culture, l'écriture, les apprentissages, tout, à cause de la naissance et rapidité d'évolution des outils numériques qui grâce à « deux pouces » nous donnent accès à la connaissance formelle. Il en va de même pour la culture, par exemple si vous cherchez un poème et son auteur dont seul un vers vous reste en mémoire. Avant le numérique vous seriez allé le chercher dans une bibliothèque et cela aurait pris du temps. Aujourd'hui il suffit de « taper » ce vers sur internet pour immédiatement avoir les informations recherchées. C'est donc la réalité d'aujourd'hui. Le numérique a, entre autres choses, changé le temps.

« La petite Poucette » de Michel Serres a bousculé et aboli les appartenances et les usagers culturels. Les frontières, les religions, les options politiques. Le soi-disant univers virtuel des nouvelles technologies est vieux comme le monde pour Michel Serres. Les nouvelles technologies n'ont fait qu'accélérer le virtuel mais ne l'ont pas créé. Il cite madame Bovary qui faisait l'amour virtuellement, ou Ulysse et Don Quichotte personnages de créations artistiques et culturels virtuels.

Le monde et l'humanité sont à la porte de chacun car la vraie nouveauté c'est l'accès universel aux personnes via Facebook et autres médias numériques. L'idée de Michel Serres est juste de nous dire que tout notre environnement et notre vie quotidienne peut se manipuler et se gérer avec seulement 2 pouces.

Se pose alors l'utilisation de l'information recueillie par les outils numériques et sa pertinence ? Nous avons beaucoup plus accès à l'information aujourd'hui mais savons-nous faire le tri ? A nous de trier sélectivement : d'un côté les fausses, d'un autre les inappropriées, ou encore les inutiles. Faut-il savoir beaucoup ou savoir vraiment ?

## Référence historique :

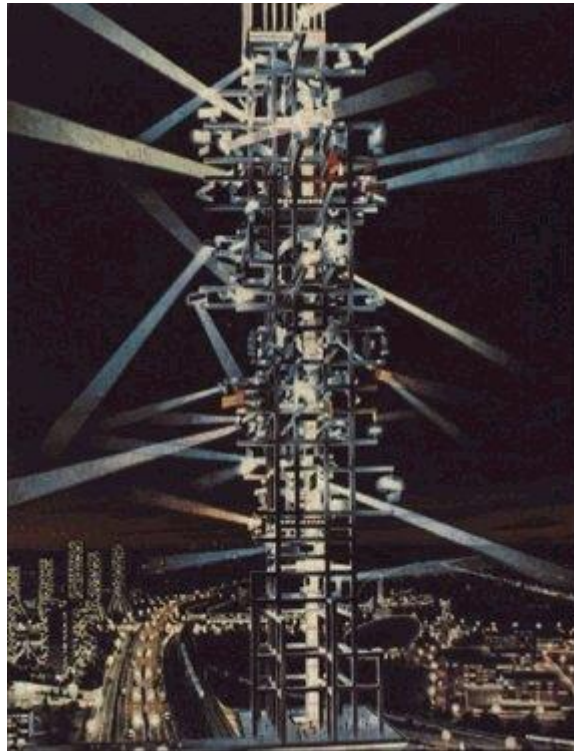
Les moyens d'expression artistique se sont emparés assez rapidement des possibilités qu'offrent le numérique en matière de création artistique. Les chorégraphes s'approprient très naturellement les possibilités proposées par les nouvelles technologies comme le numérique.

**Philippe Decouflé** est fortement influencé par le travail d'**Alwin Nikolais** danseur, chorégraphe américain particulièrement actif en France dans les années 1970. Celui-ci fut pionnier dans la réalisation de chorégraphies où il mélangeait la lumière, le corps, la musique et où chaque discipline avait une place égale pour en faire des spectacles complets. Comme lui Philippe Decouflé crée des « spectacles totaux », qui incluent souvent, outre l'aspect chorégraphique, un travail important sur la plastique (costumes, lumières, etc.) et a recours à la vidéo pour sa chorégraphie d'ouverture et de clôture des jeux Olympiques d'Albertville. Il crée une compagnie de danse « électrique et très créative » pour faire des spectacles « totaux » mélangeant danseurs et nouvelles technologies d'alors.

Concernant le patrimoine un autre fait est marquant concernant les effets de l'utilisation du numérique, c'est l'histoire de la reproduction partielle puis intégrale de la grotte de Lascaux.

Nous voyons là avec ces deux exemples, de quelle façon cet outil peut modifier notre approche face à la culture. En particulier vis-à-vis du patrimoine, du spectacle vivant mais également dans le rapport aux publics.

Le numérique contemporain est issu d'une double culture, celle de la cybernétique de **Nicolas Schöffer** qui est un sculpteur et plasticien français d'origine hongroise. Il est l'un des principaux acteurs de l'art cinétique, mais surtout de l'art cybernétique, appelé aujourd'hui art interactif, en réalisant les premières œuvres en temps réel de l'histoire de l'art et de la contre-culture US Beat Génération « Sex Drug & Rock&Roll ».



La T.L.C. de Paris la défense de 24 mètres de haut demeure le grand œuvre de N. Schöffer dont il disait : « *L'existence virtuelle de la tour aurait de puissants effets visibles et imprévisibles* ». Elle n'a jamais été construite en « vrai ».

**Où en sommes-nous aujourd'hui de l'utilisation de cet outil** dont on dit qu'il a été une « révolution » ? marketing qui n'a jamais été utilisé par les artistes, car la création numérique n'est pas « Révolutionnaire » en tout cas moins que Dali...

**Est-ce une opportunité ou un danger pour nos sociétés du futur ? Cette automatisation, présentée comme une troisième « révolution industrielle » fait peur.** Le but de l'expression artistique n'est-elle pas de nous mettre en danger ?

Finalement si l'on retourne en arrière, faut-il craindre le numérique et les changements qu'il annonce autant que nos ancêtres du XIX<sup>e</sup> siècle lorsqu'ils découvraient le train à vapeur ? Celui qui a permis à un grand nombre de Parisiens partant de la gare Saint-Lazare d'aller découvrir ces peintres, novateurs et géniaux en leurs temps et leurs œuvres décriés, qu'étaient les impressionnistes ? Sans la découverte de la gouache, pas de peinture de Van Gogh et

pas d'impressionnistes. Ces peintres qui devinrent bien malgré eux pour certains des artistes d'un nouvel art bourgeois, récupérés pour des visées tant artistiques, que marchandes et politiques.

Donc le numérique c'est comme le train du XIX<sup>e</sup> siècle. Il fait peur, il fascine, il progresse (très rapidement dans son utilisation et ses pratiques) et permet des avancées technologiques. L'art et les artistes s'en emparent avidement d'une façon naturelle. Le but de toute expression artistique est d'être précurseur, d'innover et par là même de mettre la société face à ses contradictions, ses peurs, ses solutions son mystère et son évolution. Heureusement que Jimmy Hendrix, Eddie Cochran ont été là pour faire naître le rock and roll, et Elvis Presley pour en faire une musique populaire autant qu'inventive et subversive à leur époque.

## A) Influence du numérique :

### Le numérique est-il un facteur de dynamisme ou un facteur perturbant dans le spectacle vivant ?

La définition du théâtre d'Évry, concernant les arts numériques, est décrite en 2011, par **Nicolas Rosette**, conseiller artistique et numérique au théâtre de l'Agora d'Évry en disant que : « *l'art numérique, c'est déjà de l'Art, une entrée poétique, interrogé, réalisé, imaginé, par des artistes qui s'emparent du média informatique ou de sa représentation, le numérique et font du théâtre informatique pour parler du monde à travers les œuvres des dramaturges.* »

### A – 1 État des lieux de la façon dont le numérique est aujourd'hui de plus en plus imbriqué dans le secteur culturel notamment par le spectacle vivant

- **Le numérique est omniprésent dans le secteur culturel et notamment dans le spectacle vivant.**

La révolution numérique est-elle une imposture comme le dit **Jean-Michel Besnier** dans *le Cube*, la revue (création et société numérique dans le n° 12 de juin 2017. <sup>2ii</sup>

« *Le numérique consacre-t-il une véritable révolution ? Je l'ai longtemps pensé, comparant l'avènement de la procédure de numérisation à la révolution métaphysique qu'aurait voulu réaliser **Descartes** avec sa mathesis universalis : selon le philosophe, l'algèbre aurait pu unifier l'intégralité des domaines du savoir en permettant quelque chose comme la modélisation des données issues de tous les champs de la connaissance (la mécanique, la médecine, la musique, la morale...); il en serait résulté la matrice d'une science générale de l'ordre et de la mesure, capable de nous rendre « comme maître et possesseur de la nature... ».*

L'auteur de cet article a longtemps cru que la procédure consistant à coder toute réalité en séries de 0 et de 1 avant de la soumettre à quelques algorithmes simples, relayait le rêve de Descartes et qu'elle allait homogénéiser l'ensemble des objets du monde, les rendre interchangeables et manipulables à volonté. De fait, on est bien près d'avoir atteint l'idéal cartésien : le monde est devenu plat, comme dit **Thomas Friedmann**, à l'instar de la nature qui était devenue intégralement géométrique avec Descartes et **Galilée**.

Les artistes, en s'emparant du numérique, ont pu modifier des manières de voir le monde, de le comprendre, voire de l'interpréter. Ils ont chamboulé le rationalisme de Descartes, donner une lecture de la vie en société un regard différent où l'art, la poésie ont pu reprendre toutes leurs places dans l'Humanité. Sans pour autant nier la philosophie de Galilée, lui qui par ses mesures scientifiques et son observation a mis les astronomes et les physiciens dans l'obligation de déduire la vraie figure de la Terre. Le paradoxe, s'il y en a un, c'est que le numérique et ses algorithmes scientifiques permettent de sublimer le regard rationaliste porté sur le monde grâce aux différentes façons dont les artistes l'utilisent.

- **Où en est le spectacle vivant sur cette problématique ?**

Le numérique impacte le spectacle vivant en profondeur. L'impact se fait d'une façon technologique, du point de vue de la perception émotionnelle, esthétique et harmonieuse du monde. Les secteurs culturels, artistiques et de l'économie créative sont également touchés. Il remet en cause les modes d'accès, les modes de production, les modes de diffusion ainsi que les modes d'appropriation de la culture.

Il modifie les rapports entre les spectateurs et le public, quelles que soient les disciplines ou les formes esthétiques choisies.

Dans l'étude « *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique* » l'enquête de 2008 d'**Olivier Donnat** <sup>3iii</sup> faisant un parallèle avec les pratiques culturelles des Français d'aujourd'hui, on peut constater sans pouvoir disposer d'enquête plus récente que les mutations liées au numérique sont toujours plus importantes et surtout avancent inexorablement dans la façon de perturber, de modifier, ou d'enrichir c'est selon, nos vies quotidiennes. En effet, on ne peut imaginer un stop de la progression de l'utilisation du numérique dans le secteur de la culture, tant cet

2

3

outil fait partie de façon naturelle des générations qui arrivent. Combien de parents entendons-nous dire : il est né avec l'écran ? Il est question de l'écran interactif de l'ordinateur, du mobile ou des tablettes.

## A – 2 Comment le numérique perturbe-t-il le spectacle vivant ?

Le numérique change nos paradigmes et bouleverse nos vies. Il a changé notre façon de vivre, notre monde au quotidien donc c'est un changement de perception du Monde et non un changement du Monde (téléphone mobile ou plutôt Smartphone, montre connectée, etc...) mais il a également modifié notre regard, nos sensations et notre ressenti sur le spectacle vivant.

Les jeux vidéo et les lunettes immersives en VR de type Oculus Rift sont des gadgets attractifs mais ne sont déjà plus d'une nouveauté récente. En fait le numérique a transformé depuis plusieurs dizaines d'années nos modes de vie et ce que l'on tente de nous faire passer pour de la modernité n'est que la façon dont les objets numériques sont vulgarisés pour des raisons économiques, ce qui n'est en rien une nouveauté en soi.

En revanche, les artistes ont, grâce au numérique, modifié leur approche suivant le contexte et la nature de leur art pour créer des mondes imaginaires toujours plus techniquement pointus sans être pour autant plus subversifs, mais dont la technique mise au service de la poésie nous fait croire au surnaturel et sublime nos émotions.

De la même façon qu'il a modifié notre façon de penser, notre rapport à l'autre, nos rêves et notre imaginaire, le numérique transforme la façon dont les artistes lisent le monde et nous le restituent d'une façon allégorique. Le miroir déformant qu'ils nous renvoient en tant qu'artistes et notamment les artistes du spectacle vivant, par nature en lien avec la transformation artistique et métaphorique de notre monde. Ils sont chargés de « re-présenter » (présenter RE c'est-à-dire « nous » en présentation sociale modifiée par le regard des autres et leurs a priori) le monde pour mieux nous mettre face à nos peurs, nos envies, nos émotions profondes enfouies sous des siècles d'éducation et ne peuvent plus se passer de ses technologies dont on peut penser qu'elles sont intrusives.

Les artistes sont dans l'obligation d'être innovants en permanence et se doivent d'utiliser cette technologie pour imaginer des mondes créatifs nouveaux. Le numérique fabrique de nouvelles expériences interactives et immersives.

À cela Jean-Michel Besnier répond : « *Les révolutions dans l'ordre de la connaissance sont toujours dictées par l'audace et le génie humain. Quoi de commun avec cette prétendue révolution numérique qui a pour principal résultat de transformer les hommes eux-mêmes en code-barre, en container à gènes décryptables, en anatomie offerte au scanner ? Quelle révolution si l'humain est condamné à partager son environnement avec des objets supposés intelligents qui vont établir entre eux une communication qui l'exclura ? Quel avenir radieux est donc promis aux hommes portés par une révolution qui, au mieux, prédit la fin de l'histoire – c'est-à-dire la mondialisation achevée et technologiquement réglée – et au pire, la suppression de l'humanité ?*

- **Le risque serait donc dans une perturbation grandiose dans le cycle de la vie humaine.**

Au minimum une banalisation et une uniformisation, qui se traduiraient aussi chez les artistes du spectacle vivant comme ceux des arts plastiques, de la danse ou d'autres disciplines encore.

En somme, comme au XX<sup>e</sup> siècle, un « embourgeoisement » planifié des spectacles, comme nous avons le théâtre de boulevard dit « théâtre bourgeois » et le théâtre « subventionné » censé être nécessairement novateur soutenu par les institutions supposées interroger le « nouveau », et regardé par des connaisseurs de ce type de spectacle, quand le théâtre de boulevard est vu par le peuple. Les innovations techniques envahissant le domaine réservé du plateau, tant dans la pensée du monde que dans sa transcription et sa restitution comme dans sa forme et sa réalisation scénique et artistique.

- **La crainte de la perturbation totale et définitive est posée**

« *Qui suis-je, moi, unique, individu, générique aussi bien ?* », se demande Michel Serres. « *Un chiffre indéfini, déchiffrable, indéchiffrable, social et pudique, accessible-inaccessible, public et privé, intime et secret, inconnu parfois de moi et exhibé en même temps. J'existe donc je suis un code, calculable, incalculable comme l'aiguille d'or plus les tas de paille où, enfouie, elle dissimule son éclat* » (*Petite Poucette*, p.77)

**Alors oui, les nouvelles technologies sont présentes partout y compris sur les scènes du spectacle vivant : théâtre, danse, musiques, arts du cirque, arts de la rue...**

Quoiqu'en dise Jean-Michel Besnier, il s'agit plus d'une évolution vers la dématérialisation et son acceptation, qu'une révolution en marche et dont les artistes se seraient emparés résolument avec une volonté d'innovation créatrice puissante et en responsabilité, en direction des publics au service de l'art vivant. En fait la notion de « Révolution » est du Marketing dont le vocable est surutilisé par les leaders numériques qui vendent des objets de consommation à obsolescence programmée mais ce n'est pas un mot utilisé par les artistes.

## ✓ Comment les artistes s'emparent du numérique

Toutes les activités artistiques sont touchées, « la danse, le théâtre, la musique jusqu'à la création du concept « Art Numérique » et d'autres formes encore inconnues il y a peu comme la création de gants ou de tissus ou d'instruments de musique mis à la disposition d'artistes pour faire naître chaque jour une création sensorielle et émotive nouvelle et différente.

**Hervé Fisher**, artiste-philosophe, né à Paris en 1941, à la double nationalité, canadienne et française (Québécois) à qui l'on doit de nombreux articles spécialisés, participations à des ouvrages collectifs et conférences dans le domaine des arts, de la science et de la technologie, en rapport avec la société, a parallèlement mené une carrière d'artiste multimédia. Fondateur de l'art sociologique (1971), il a, lors des célébrations du 400<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la ville de Québec, le 3 juillet 2008, été évoqué par le premier ministre québécois, comme étant un véritable découvreur de ce qu'il a nommé « la planète numérique ». Celui-ci est considéré comme un passeur de diffusion multimédia et des cultures numériques entre la France et le Canada. Il annonçait avec simplicité les bouleversements que le numérique allait apporter à nos sociétés contemporaines et futures.

Il exprimait ainsi sa certitude de l'importance de cette évolution : « *En ce début de millénaire, l'espèce humaine doit faire face au choc du numérique qui envahit tous les secteurs d'activité. Un choc qui ouvre jusqu'à la boîte de Pandore des manipulations génétiques... Nous vivons une révolution fascinante qui, trop souvent, s'accompagne d'un retour de la pensée magique. Assisterons-nous, sans esprit critique, au triomphe des cybers primitifs ? L'âge du numérique sera aussi décisif pour l'aventure humaine que l'ont été l'âge du feu ou l'âge du fer. N'est-il pas urgent alors de repenser les fondements de notre humanisme pour maîtriser notre destin ?* »

Il parle autant du « Choc du numérique » dans un ouvrage en 2001, que du « romantisme numérique » dans un livre de 2002.<sup>iv4</sup> En 2011, il lance le *tweet art* ou *tuit art*, avec la création de petites icônes numériques à caractère philosophique et interrogatif, qu'il diffuse sur Twitter.

Il est sans doute l'un des tous premiers à avoir pressenti et théorisé les bouleversements, les enjeux artistiques autant qu'économiques par rapport au public vis-à-vis de l'art numérique et de ses applications.

## ✓ Pour exemple, un espace de création en Arts Numériques

Depuis 7 ans maintenant, **Fées d'hiver**, qui est un espace de création en Arts Numérique cogéré par des artistes (plasticiens, musiciens, compagnies de spectacles vivants, danseurs, metteurs en scène circassiens, performeurs, informaticiens) produisent ensemble des œuvres qui comportent résolument une écriture contemporaine et novatrice.

Si le propos est une vraie question, même si on ne peut pas nier que le numérique change les paradigmes et bouleverse nos vies. Il a ainsi changé notre façon de vivre au quotidien (téléphone mobile, montre connectées...etc...) . La pratique artistique en reste inchangée, le médium d'expression a dû s'adapter, se maîtriser, se contrôler, s'autographier pour ne s'attacher qu'à sa grammaire.

Dans cet espace de création, on trouve ces expressions diverses au sein des champs artistiques différents qui illustrent comment chacun d'eux s'est emparé de ces nouveaux langages après une longue période de recherche et dans une maîtrise assumée aujourd'hui.



**Corps Tangibles**

Exemple la *Cie Mobilis Immobiles* qui a créé un spectacle, Mondes interactifs immersifs pour Workshops tout public. Corps Tangibles proposent 10 tableaux interactifs qui captent les corps qui y pénètrent pour révéler des mondes sensibles qui réagissent au geste avec une précision hallucinante grâce aux dernières innovations technologiques.



Ces artistes ont défriché, grâce aux technologies numériques, des expérimentations possibles dans la pratique des spectacles vivants. Ils ont inventé une nouvelle grammaire dans les expressions des champs artistiques multiples et diverses.

C'est un langage nouveau (plus nouveau que dans les années 1960) qu'ils mettent en scène et si le propos artistique reste identique, c'est le moyen d'expression qui a dû s'adapter à leur désir de créativité, et à leurs expressions premières



« L'essentiel est invisible » de la compagnie « Phosphène » est un spectacle multimédia interactif où les effets sonores et visuels sont pilotés par le geste ou le jeu des musiciens, c'est aussi un concept de rock qui convoque l'électronique et le numérique pour le plaisir des yeux et des oreilles.

Ces artistes partagent, au sein du « **LABo des Fées** », la pratique d'un nouveau médium d'expression autour **des nouvelles technologiques numériques** et produisent des installations plastiques interactives et des objets intelligents au service du spectacle vivant : danse, théâtre, musique, arts du cirque et de la rue. Ils expérimentent des voies nouvelles dans l'écriture artistique.



« *Les Ondes contigües* » / LABo Fées

Expérimentation pluri-artistique qui place 3 acteurs dans des lieux différents dans une installation interactive qui les relie entre eux par un système interactif qui modifie et interagit sur le jeu de chacun.

Souvent, les œuvres se nourrissent du lieu qui les accueille pour révéler un territoire où les publics sont invités à déposer des paroles, des actes, des gestes, des traces dans des spectacles ou des installations.

Des ateliers pédagogiques accompagnent régulièrement leurs sorties sur ces différents territoires. À l'intérieur du **chaudron des Fées**, les artistes associés se croisent, avec chacun leurs univers et leurs maîtrises technologiques pour s'associer entre eux et former autant d'équipes artistiques qu'ils le souhaitent afin de coproduire des créations et de répondre à des appels à projets artistiques sous le Label "**Fées d'hiver**". Ils peuvent ainsi participer activement à toutes ces expérimentations en produisant des projets audacieux à une certaine époque.

Les artistes ont défriché ces nouvelles écritures qu'offrait l'arrivée de ces outils. Ne pas tomber dans le gadget ou l'effet facile et gratuit, était le piège qu'ils ont contourné, c'est alors un véritable langage interactif entre eux et le public qui s'est imposé à eux et au public.

## A – 3 Quel est le rapport entre le numérique et le théâtre ?

L'étude produite par le TMNLab en 2016<sup>v5</sup> donne des résultats très contrastés.

Le principe a été d'étudier le rapport du numérique et la scène au travers d'un échantillon de scènes publiques : les théâtres privés, les théâtres subventionnés par le ministère de la Culture, les théâtres financés par les collectivités territoriales et ceux qui bénéficient de co-financement. Au total 51 théâtres privés, 6 théâtres nationaux, 38 centres dramatiques nationaux dont 3 centres dramatiques régionaux, 71 scènes nationales, 126 scènes conventionnées, 135 scènes et théâtres de ville, et 19 lieux non labellisés.

Cet état des lieux s'est intéressé aussi bien aux questions d'équipements, aux pratiques vis à vis des publics qu'aux usages d'un point de vue organisationnel. Mais cette étude a laissé de côté les praticiens.

Pourtant on sait que le numérique change la pratique et l'écriture des formes scéniques et particulièrement celle du théâtre.

- **Comment ces outils avantagent-ils la créativité ou au contraire la contrarie ?**

**Scott Walters** (Professeur d'art dramatique à l'UNC Asheville depuis 1998) nous dit :  
« *Nous ne pouvons pas maintenir le XXI<sup>e</sup> siècle à l'écart du théâtre plus longtemps* ».

Dans l'étude du 8 juillet 2013 et lors du 67<sup>e</sup> Festival d'Avignon, réalisée par **Nicolas Rosette** et **Christophe Castro** : *Théâtre est-ce que le numérique change quelque chose ?*<sup>vi6</sup>, nous fait sentir combien la question des écritures théâtrales se voit transformée par l'outil numérique. C'est autant l'écriture elle-même qui est impactée que les supports scénographiques que sont la musique et les projections vidéo, mais aussi les décors en trois D.

Ces pratiques permettent d'augmenter le rapport émotionnel entre le public et les praticiens de la scène (nous verrons avec les chorégraphes que cette transformation modifie également les écritures chorégraphiques.)

- **Quels sont les écueils d'une « sur utilisation » du numérique dans la représentation des œuvres textuelles théâtrales ?**

Les esthétiques ont évolué et les technologies ont considérablement simplifié l'utilisation des outils numériques et la façon de s'en servir avec une plus grande facilité.

L'informatique et le numérique sont partout, tant sur les « jeux d'orgues » lumière que dans la possibilité de projection vidéo et les tables de mixage de son depuis les années 1960, même si les transformations dans leur utilisation continuent de se faire à la marge. (Les ingénieurs du son vous expliquent que, tous les deux, trois ans environ la table de mixage que vous avez ne se fait plus du tout et qu'il est temps d'en changer.)

En réalité, les fabricants, de table de mixage comme la marque « Zéphyr » ou les jeux d'orgue lumière de marque « Galatec constructeur » par exemple, ont compris les méthodes de marketing qui font vendre, sous prétexte de modernité, tant les techniciens du spectacle vivant sont « friands » de « nouveautés permanentes » même s'il est vrai que le numérique fait muter régulièrement les modes d'emplois et les fonctionnalités dans l'usage.

Qu'en est-il de la lisibilité et de l'intelligibilité des œuvres ? Certains metteurs en scène donnent souvent le sentiment de faire « surjouer » les œuvres en y introduisant un langage pléonastique entre la technique et le texte.

La création commune entre les comédiens, la dramaturgie et l'utilisation systématique de moyens numériques peut parfois alourdir considérablement l'esthétique comme le sens au détriment de l'émotion. Le spectateur ne peut plus faire son « travail » qui consiste à faire le bout de chemin intellectuel et émotionnel entre la proposition artistique du metteur en scène et des acteurs, et son imaginaire, l'histoire qu'il se raconte.

On peut se demander si le théâtre proposé est toujours au service du texte et de quoi parle-t-il tant la surdose de technologie peut étouffer son message et sa pensée universelle.





- **Si le numérique était une évolution positive au service du texte et du plateau ?**

Certains théâtres, comme celui d'Évry par exemple, ont interrogé les interactions entre le théâtre et les arts numériques. Le premier constat fait, est que ce qui était considéré comme de l'art numérique hier, la vidéo synchronisée avec le plateau ou la musique, est totalement banal aujourd'hui. C'est devenu du spectacle vivant « normal ». Ainsi l'évolution de l'art numérique renvoie les innovations d'antan à des normes d'aujourd'hui. Donc la définition est en permanence en évolution comme son concept et son résultat.

Ainsi donc à l'ère numérique, le rapport entretenu entre l'art dramatique et les évolutions technologiques, esthétiques et sociétales ont un impact et changent nécessairement la pratique de son art pour le comédien, comme sur le processus de création voulu par son metteur en scène et son auteur.

On peut s'interroger sur le fait qu'utiliser des outils numériques en scène puisse mettre en danger l'art du comédien. Lorsque le cinéma parlant est arrivé, il a signé la fin de carrière de grandes stars du cinéma muet dont on découvrirait soit une voix ne correspondant pas du tout à leur physique, soit un jeu exacerbé lié à l'habitude du jeu d'acteur venant du théâtre. Le son au cinéma a modifié le jeu et la pratique de l'art dramatique. Les écoles d'apprentissage de théâtre ont dû évoluer puisque la double perception, image et voix, nourrissait l'action. Du reste c'est ainsi et en partie à cause de cela que sont nées aux États-Unis des écoles d'acteurs comme « l'Actor Studio » de Lee Strasberg même si son origine venait de Russie emmenée par Tchekhov et Stanislavski au milieu du XX<sup>e</sup> siècle. Le jeu s'est focalisé sur la psychologie du personnage et non plus sur la démonstration du sentiment ou de l'action du personnage.

Alors quid du changement du jeu de l'acteur à cause des outils numériques ? En réalité, celui-ci ne change pas, il s'adapte de la même façon que les danseurs se sont adaptés dans un spectacle comme PIXEL de **Mourad Merzouki**. Ce qui change, ce n'est donc pas le jeu, un mauvais comédien reste un mauvais comédien et un bon restera bon ; en revanche appréhender les outils numériques influençant la scénographie demande de se réinterroger sur la façon de jouer en intégrant l'outil numérique comme un partenaire et surtout de la part des metteurs en scène demande un véritable apprentissage, des outils nouveaux de sorte qu'ils subliment leur création.

De fait, loin de nuire au comédien, une bonne utilisation du numérique peut augmenter l'émotion produite sur le public. En revanche une utilisation exacerbée, pléthorique de l'outil numérique qui augmenterait les lumières, les effets intempestifs d'image projetée mélangée au son trop fort peuvent nuire au jeu de l'acteur, sauf si une séquence de cette nature devient un choix, et si c'est un parti pris du metteur en scène. En réalité, dans ce cas, c'est l'utilisateur des outils qui est en cause et non les outils numériques, qui par nature ne font que ce pour quoi ils sont programmés.

#### A – 4 Quel est l'apport de l'art numérique dans la création chorégraphique ?

La danse intègre elle aussi l'intervention du numérique dans sa pratique et ses expériences scéniques. Une mutation s'opère grâce à une génération d'artistes et de chorégraphes présents au festival des Bains numériques en 2012.

- **Le corps transfiguré par le numérique**

Le corps, fondamental dans la danse contemporaine comme dans toutes les danses, est là pour être mis en avant grâce à l'outil numérique. Il va être transformé et sublimé : de matière brute il devient objet d'art magnifié par les outils numériques. L'histoire de l'écriture scénographique se trouve complètement bouleversée par ce nouveau média.

Ce sont sans doute les chorégraphes qui les premiers ont senti l'intérêt et la façon dont ils allaient pouvoir se servir des outils du numérique, avant les scénographes ou metteurs en scène de théâtre, ils ont perçu la transformation profonde qui naîtrait du mariage du corps et de la technologie informatique.

« Escapes tactiles » de la compagnie K crée ainsi une « réalité augmentée », dans la chorégraphie de ce spectacle. En effet la musique et la danse se mélangent l'une l'autre en une création commune par les « touchés » et l'écriture chorégraphique des danseurs.

La musique n'est plus un ajout extérieur, mais une partition exécutée en direct par les danseurs eux-mêmes grâce aux capteurs de leurs vêtements. Autrement dit : le numérique rend ici audible l'émotion auparavant silencieuse transmise par les danseurs, qui par essence n'est jamais la même d'une interprétation à l'autre.

Chaque année, le festival des Bains numériques d'Enghien-les-Bains, dédié aux arts digitaux, est l'occasion de constater la richesse des rapports entre danse contemporaine et technologies du numérique.

15 juin 2012. Deux danseurs se frôlent, s'évitent, se caressent, se touchent brusquement ou se saisissent l'un de l'autre dans la salle des fêtes d'Enghien-les-Bains, et la musique de se transformer selon les modulations de chaque mouvement, de chaque jeu de touches, tour à tour discrète ou omniprésente, fluide ou saccadée, rêveuse ou mélancolique, harmonieuse ou presque dissonante...

Ce couple, par sa simple chorégraphie, crée une magie de sons et, dans une moindre mesure, de lumières. La réussite de cette fusion du corps et de la musique tient aux capteurs numériques qui habillent de pied en cap la femme et l'homme sur scène. Ce spectacle, « Escapes tactiles », est la création de la compagnie K. Danse et de Scénocosme, duo référence des arts numériques ayant reçu le prix de la création Arts visuels et technologies des Bains numériques en 2010 pour sa pièce « Light Contacts ».



Et voilà que, deux ans plus tard, « Escapes tactiles » est l'un des symboles les plus convaincants de la manière dont les nouvelles technologies transforment désormais la danse contemporaine...

- **Alors la question se pose : Le numérique n'est-il pas en train de redonner à la danse contemporaine, sa valeur d'exploration de nouveaux territoires ?**

Les valeurs se voient inversées dans le rapport entre l'homme et la machine dans le spectacle « Et si les robots dansaient ? » créée en 2012 pour les Bains numériques d'Enghien-les-Bains lorsque le danseur **Eric Minh Cuong Castaing** se produit dans une chorégraphie totalement interactive dans sa création entre le danseur et la machine utilisant le numérique.

**Quid de l'apport de l'art numérique à la création scénographique dans le travail de la "Compagnie Käfig", par le chorégraphe Mourad Merzouki**



Il a très vite mélangé le Hip Hop au cirque pour sortir cette danse de la rue et petit à petit il a rencontré des chorégraphes contemporains. L'actuel directeur du Centre chorégraphique national de Créteil et du Val-de-Marne et de la Compagnie Käfig dirige également le Centre chorégraphique Pôle Pik qu'il a créé en 2009.

Il a su se mettre au service de cet art numérique, comme s'en servir pour l'écriture de son spectacle « Pixel » avec l'aide de deux co-auteurs et créateurs d'art numérique, **Claire Bardainne** et **Adrien Mondot**.



Ils expliquent : "Nous cherchons à transformer la perception, à brouiller les pistes du vrai et du faux, à franchir les frontières quotidiennes du réel, et faire apparaître des choses qui ne sont pas "possibles" : changer à la volée les propriétés de la matière, inverser la gravité, donner la sensation d'un volume uniquement avec des projections plates",

Pour eux qui défendent le numérique vivant depuis une dizaine d'années, la création de ce spectacle, rendue possible grâce à l'interactivité du logiciel eMotion et l'expérience du chorégraphe, a donc été très enrichissante.

*« Mourad a su s'immerger dans nos univers graphiques abstraits avec une immense facilité, qu'il a ensuite transmis naturellement aux interprètes. Il nous a inspiré des formes et des mouvements numériques nouveaux, nous confortant dans cet axe de recherche qui nous est cher : l'invention d'un langage numérique vivant se faisant par l'intuition du corps. »*



- **Ces trois artistes talentueux réussissent grâce à « Pixel » à faire évoluer la danse vers un subtil dialogue entre prouesses techniques des danseurs et illusions de la projection.**

Depuis quelques années, la danse contemporaine est confrontée au numérique comme d'autres arts de la scène. Attentif à ce qui l'entoure en tant qu'artiste comme en tant que chorégraphe, Mourad Merzouki a cherché son inspiration dans des rencontres et des confrontations avec d'autres artistes déjà confrontés au numérique. Il a cherché son inspiration dans ces rencontres, dans ce qu'il voit autour de lui, dans ce qu'il vit.

Puis il a senti dans le numérique une découverte possible de langage commun à un moment où cela pouvait intervenir dans son travail.

C'est tout naturellement que la relation chorégraphique traditionnelle entre corps et scène devient relation entre corps et environnement numérique. Tout en observant et en se laissant le temps de rencontrer ses artistes, l'idée de réinventer son propre travail, l'envie d'imaginer, d'essayer d'inventer un dialogue entre la danse contemporaine et cet art nouveau dans cette discipline s'est imposé au fil du temps.

Il lui a été proposé de participer en tant que chorégraphe à un festival d'art numérique. La demande était qu'il puisse imaginer quelque chose entre son travail et l'art numérique. Cela a été l'élément déclencheur. Le contexte était propice pour y aller, le challenge lui a plu, il l'a fait.

Il a affiné ses recherches et il a rencontré deux artistes Adrien MONDOT, et Claire BARDAINNE qui font de l'art numérique.

Il a été séduit par leur approche du numérique et à la fois cela l'interrogeait de mettre cette idée en confrontation avec son travail sur scène, cet art très sophistiqué qui pouvait paraphraser la chorégraphie ou qui pouvait devenir gadget. Il était circonspect et en même temps attiré car il sentait que cela pouvait ouvrir des possibles qui n'existent pas dans une scénographie en « dur ».

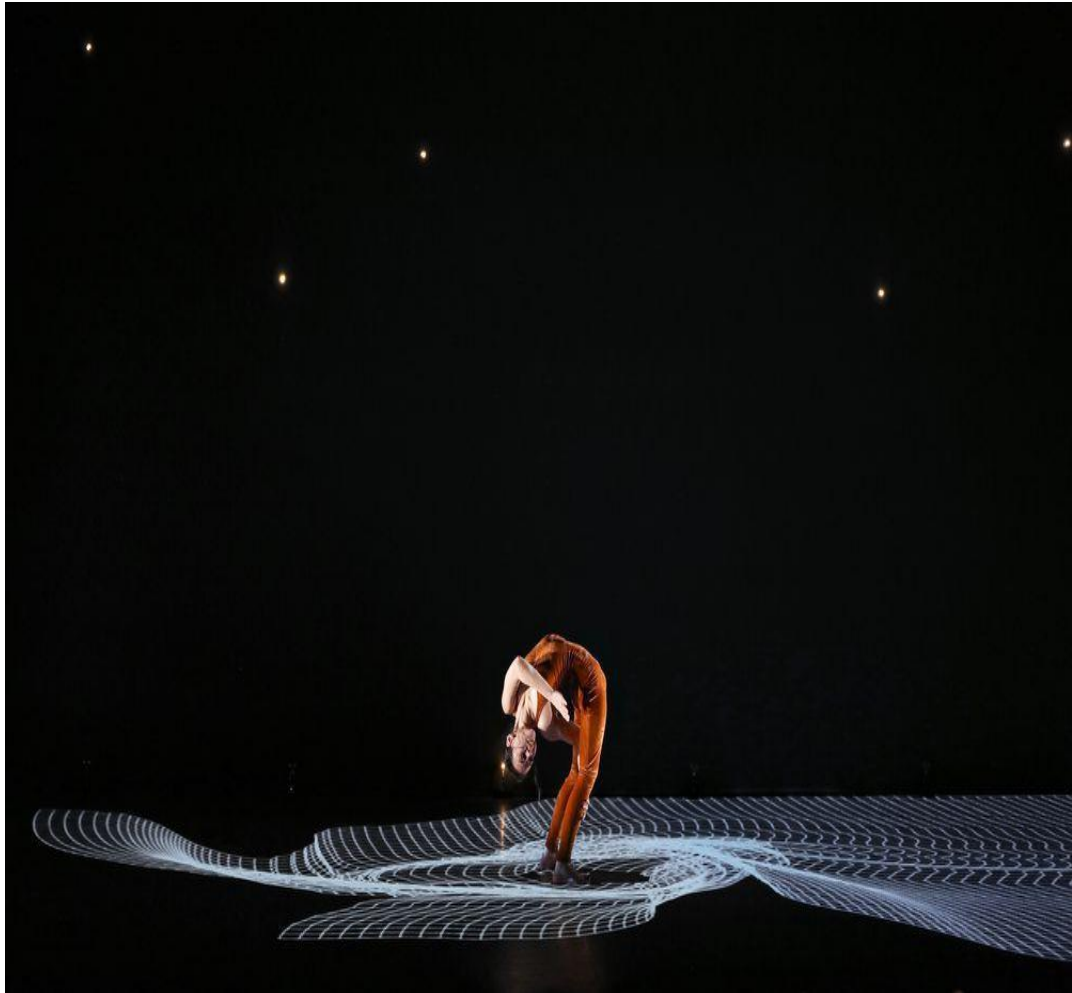
Il précise : « ...mais quand j'ai vu leur travail je l'ai trouvé intéressant car il y avait un côté minimaliste c'est-à-dire qu'à la fois il y a cet espace en trois D, trompe l'œil et à la fois je pense que la danse pouvait trouver une place juste et qu'on allait à un moment trouver un dialogue équilibré entre la place du numérique et la danse, qui très vite peut prendre toute la place sur le plateau. Et c'est comme ça que ça a démarré ».



La rencontre artistique s'est d'abord faite lors du festival « Festival RVBN ». Celui-ci est une « Biennale des arts numériques » à Bron. Ce festival est la rencontre individuelle et collective d'artistes pratiquant leurs arts à l'intersection des différentes natures des arts vivants et de la technologie.

Le pari de Mourad Merzouki était de mettre en scène autant le numérique et ses images que les danseurs. L'enjeu n'était plus, comme trop souvent dans les arts numériques, d'effacer toute matière ou de faire disparaître le corps, mais de transcender et la matière brute et le corps pesant, via les outils du numérique.





- **Le numérique, un outil performant ou handicapant ? Ou quand l'artiste réinvente l'utilisation du numérique au service de son art:**

- ✓ **Les handicaps éventuels**

La problématique, crainte du chorégraphe, a été d'avoir à faire avec des machines et leurs propres problèmes de panne. Sans compter les temps de calcul, donc pour la chorégraphie, pour le danseur c'était parfois extrêmement perturbant parce que ça demande beaucoup de patience.

Le travail a eu lieu au Centre Chorégraphique National de Créteil pendant 4 mois et demi, ce qui est un luxe pour une création et pouvoir aller au bout des choses. Il a senti ce que ce nouvel outil pouvait apporter effectivement comme un rapport nouveau à la chorégraphie et à la scénographie virtuelle.

Une autre approche a été expérimentée dans la recherche gestuelle et la chorégraphie avec les danseurs, une autre approche, car forcément quand on a une vidéo qui dessine à même le sol comme une espèce de tapis roulant des vides des tours etc... et comme ce que voit le spectateur n'est pas ce que vit le danseur, car il y a un total décalage. Le souci c'est que le danseur doit interpréter ce qu'il voit, quand le spectateur voit une espèce de tapis roulant, le danseur voit simplement une multitude de points et donc il doit mémoriser la vision du spectateur, quand par exemple il y a comme une tache noire, c'est un trou noir pour le spectateur.



La perspective n'est pas la même pour le danseur que pour le spectateur. Le chorégraphe et ses danseurs ont fait un travail "dedans dehors", une « réinvention » du geste artistique et dansé.

C'est-à-dire travailler à la fois sur le plateau et dans la salle à la place du spectateur pour prendre conscience et voir ce que celui-ci allait voir, de façon à mémoriser les images produites par l'outil numérique, sans parler du rapport à la musique et à la chorégraphie qui devait être extrêmement millimétré au niveau du timing, il a donc fallu là aussi s'agencer et se retrouver avec Claire Bardainne et Adrien Mondot, qui travaillent plus sur de l'improvisation en général.

Grâce à un système de tablette et de stylet, ils enregistrent les mouvements du corps du danseur et font évoluer l'environnement numérique projeté autour de lui. Pour le spectateur, ça devient passionnant car on ne sait pas qui a guidé qui, si c'est l'image numérique ou le danseur. L'image rendue est en perpétuelle évolution. Le danseur doit s'adapter à la projection numérique dont il est en partie le créateur guidé par le chorégraphe.



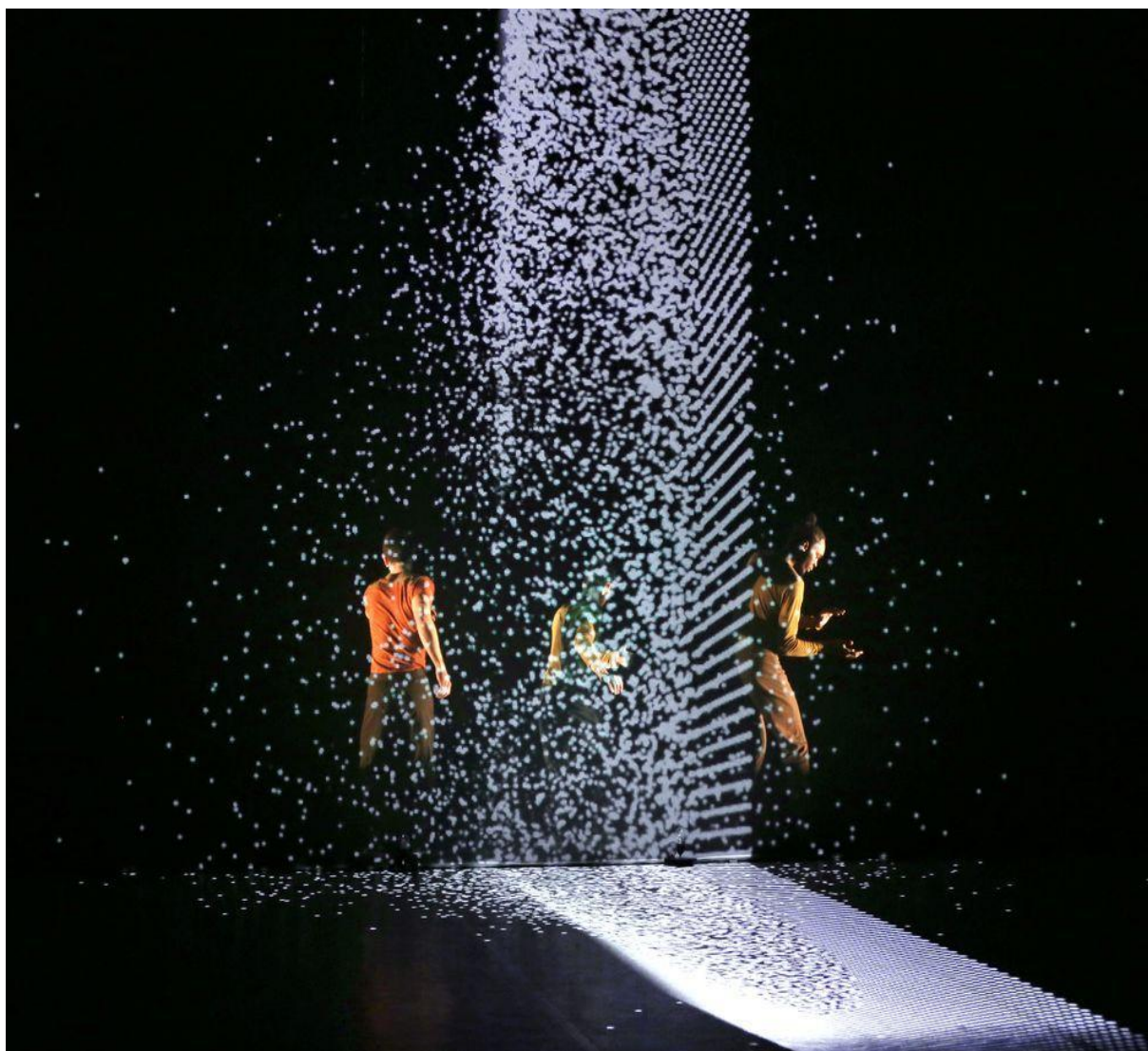


✓ **Les apports artistiques, des performances liées aux mélanges des deux arts, le numérique et la danse contemporaine**

Donc sur certains tableaux, il a gardé ce principe de direct et créé l'écriture d'une chorégraphie sur une musique où les mouvements sont extrêmement précis, il fallait que la vidéo guidée par le numérique soit aussi précise, donc plus dans de l'improvisation mais que la danse et la musique soient en osmose. Les deux créateurs ont travaillé, inventé un logiciel qu'ils n'avaient pas dans leur boîte à outils pour satisfaire le désir poétique et artistique du chorégraphe.

**C'est totalement bouleversant dans l'avancée à la fois technologique et artistique. Ou quand les moyens artistiques s'interpénètrent pour inventer une nouvelle grammaire**

L'artiste force le technicien du numérique à devenir créateur autrement que par l'algorithme. Il doit se mettre en position de créateur artistique. Ce qui signifie que le chorégraphe pousse les concepteurs d'images numériques à aller plus loin dans leur propre création, notamment technique mais aussi artistique, de façon que le chorégraphe puisse de nouveau continuer sa propre progression artistique. C'est interactif vers une création esthétique conjointe pure.



*"C'est ce qui est intéressant, car on peut douter au début d'un parcours, d'une piste artistique comme celle-là" dit Mourad Merzouki*

Celui-ci défend un spectacle vivant, fragile dans son esthétique et sa vision comme sa réalisation. Il ne veut pas que tout soit figé dans une programmation technique dont l'esthétique serait l'otage. Il souhaite pouvoir garder de l'aléatoire, à ceci près que le danseur a besoin de mouvement précis lors de la chorégraphie, au sens juste du terme, si on veut un ensemble cohérent dans l'écriture chorégraphique.

Son travail aujourd'hui est de confronter ce vocabulaire Hip Hop, langage issu de la rue avec d'autres formes artistiques. Ce défi lui plaît d'autant plus que le vocabulaire du Hip Hop, avec cette rencontre des techniques

numériques, fait partie de cette interrogation qui suggère la façon un autre dispositif, une autre dimension artistique vient se froter, bousculer, interroger, un langage différent et fait évoluer l'art de la danse contemporaine.

Le numérique n'est-il pas sur le point de redonner à la danse contemporaine, sa valeur d'exploration de nouveaux territoires scéniques en mélangeant le virtuel apporté par le numérique et la réalité du corps du danseur ?

Des chorégraphes s'approprient ces outils venus du numérique et réinventent leur travail et leur recherche avec ce nouveau paramètre. Oui la danse contemporaine se régénère, un peu à la façon dont la mise en scène de théâtre s'est une première fois réinventée en se simplifiant et s'exonérant des décors de toiles peintes par exemple avec le cartel (Jouvet, Dullin, Baty, Pitoëff) lorsqu'il décide tout en conservant à chacun sa pleine liberté artistique de se regrouper en 1927 et une seconde fois dans les années 1980 avec notamment Patrice Chéreau et Richard Peduzzi, quand la scénographie, la peinture et le « design » envahissent les plateaux, parfois aux dépens des acteurs devenus quasiment accessoires.

Alors oui, Il semble bien qu'aujourd'hui les chorégraphes fassent une démarche équivalente avec les outils numériques dans la façon de les intégrer à leur travail, sans se regrouper forcément entre eux, mais en travaillant avec d'autres artistes venant d'univers différents et notamment des arts numériques. Cette démarche participe d'une évolution de la danse contemporaine dont on peut penser qu'elle la régénère et la magnifie.

Pour autant Mourad Merzouki ne souhaite pas tout de suite reproduire l'expérience du mélange des genres : *"... j'ai besoin de prendre du temps parce que le défi c'est que je ne voulais pas que le spectateur tombe dans quelque chose de décoratif où on perd l'essentiel de ce qui anime un chorégraphe c'est-à-dire le corps la danse l'écriture chorégraphique »* dit-il aujourd'hui.

L'enjeu était important pour qu'on trouve cet équilibre entre danse et numérique. A priori, il n'utilisera pas ce dispositif pour la prochaine création, peut-être pour mieux y revenir parce que le numérique a ouvert une porte extrêmement intéressante.

Il émet un doute qui vient perturber de nouveau cet équilibre précaire performant et réussi dans le spectacle « PIXEL », c'est qu'il n'y a pas beaucoup d'artistes en numérique proposant un dispositif où on ne risque pas d'être prisonnier dans quelque chose de beaucoup trop présent.

- **L'apport du numérique dans la danse contemporaine est une proposition artistique qui se superpose pour devenir une part des œuvres elles-mêmes ? Le danger n'est-il pas de se répéter ?**

Il y a sans doute des artistes du numérique qui vont être davantage dans des esthétiques artistiques plus représentatives, colorées, ou narratives. Il semble acquis que le numérique utilisé comme un outil, dont la finalité est de sublimer la danse peut apporter beaucoup dans une création. La créativité des chorégraphes peut apporter, sans risque de se plagier soi-même, de nouvelles évolutions dans l'art de la danse contemporaine grâce à ces outils numériques dont la propre évolution n'est pas terminée et dont l'utilisation dans cet art est encore assez récente.

Il ne paraît pas y avoir de danger de « redite ». Le vrai « danger » serait une lassitude de la part du public si la créativité et la poésie générées restaient figées et ne faisaient plus rêver.

Le numérique est une étape nouvelle dans le travail des chorégraphes et il a sans doute bousculé des façons de percevoir leur art pour créer un art nouveau conjugué au présent de l'inventivité technologique. Il y a encore à explorer grâce aux propositions qui peuvent surprendre les danseurs et les chorégraphes comme les créateurs et artistes numériques. Cette somme de création ouverte à l'infini entre les deux arts peut bousculer le rapport à la scène, au plateau et au spectateur.

Pour Mourad Merzouki, le numérique a vraiment apporté une autre dimension au travail des chorégraphes. Les réactions du public leur donnent à comprendre l'apport de celui-ci, en complémentarité du côté spectaculaire de la danse dans une vision inattendue, perturbante, déstabilisante et poétique, véhiculée par les effets produits grâce aux projections numériques.

*« C'est encourageant en tant qu'artiste, on se dit que finalement le numérique a ouvert une ère nouvelle dans la création de la danse contemporaine »* conclut Mourad Merzouki.

## **A – 5 Quel est l'apport de l'art numérique dans la musique et l'invention d'instrument, type OMNI ?**

Il nous faut commencer par le commencement concernant la naissance de la musique dite « électroacoustique » de **Pierre Henry**, maître et inventeur de cette musique. Le compositeur français s'est éteint à l'âge de 89 ans, dans la nuit de mercredi au jeudi 5 juillet 2017.

Initiateur de la « musique concrète » (qui signifie béton en anglais pour désigner une musique brutale), il écrivit notamment des symphonies pour des ballets de Maurice Béjart dont il composa son œuvre la plus célèbre « *Messe pour le temps présent* ». Elle sera présentée au public pour un ballet du grand chorégraphe au Festival d'Avignon en 1967. C'est immédiatement un succès incroyable. L'hommage rendu à un compositeur du temps présent est indispensable tant il a œuvré pour l'innovation musicale.<sup>vii7</sup>

Ce musicien aussi inspiré qu'inventif disait de lui « *Je suis un compositeur classique qui utilise les moyens techniques de ce siècle* » signifiant par là qu'il n'y a pas de révolution numérique.

Il fait partie de ces hommes, avec **Pierre Schaeffer** et **Denis Dufour** entre autres, qui ont mené l'avant-garde de la recherche en électroacoustique pour le Studio d'essai de la Radiodiffusion-télévision française (RTF) à la fin des années 1940, rebaptisé Groupe de recherches de musique concrète (GRMC).

De la collaboration de Pierre Schaeffer et Pierre Henry sont nées deux œuvres majeures, *Symphonie pour un homme seul* (1950) et *Orphée*, en 1951. Œuvre reconnue comme le premier « opéra concret ».

Il oppose un temps sa « musique concrète » à la musique électronique, produite entièrement par un appareil mais dépassera rapidement cette dialectique et ces appellations pour parler de « musique électroacoustique ».

Le travail artistique de **Pierre Henry** était plus proche de celui du plasticien ou du créateur d'images virtuelles que de celle d'un compositeur d'avant-garde.

Il disait de ses compositions « *L'œuvre achevée n'existe plus depuis longtemps pour moi. Lorsque je compose une œuvre, je suis déjà sur une autre. Seule m'importe la bonne circulation de mon travail* », expliquait-il au journaliste du *Figaro*, Thierry Hilleriteau.

Il ne souhaitait pas la reconnaissance au sens « vedettariat » du terme, il préférait un anonymat devenu presque une tradition chez les compositeurs de musique électronique, dont Pierre Henry peut se vanter d'être l'un des premiers représentants. Les artistes musiciens créateurs utilisant le numérique, tel que **Jean-Michel Jarre** et **Daft Punk** par exemple, inventeur de la French Touch, genre musical inspiré de la House Musique, lui doivent beaucoup.

Un artiste est avant tout un créateur. Les inventeurs d'instruments dont le numérique est « le cerveau » sont des artistes comme ceux qui créent les compositions musicales. Le désir d'innover et de créer est plus important que tout et il est nécessaire pour eux de créer de la musique. Pour ce faire il faut aussi des inventeurs de « machine » à musique et depuis la nuit des temps, lorsque l'Homme a voulu faire du son puis de la mélodie, il a dû inventer « quelque chose » pour lui permettre d'exprimer sa sensibilité et son émotion

Aujourd'hui, il n'est plus nécessaire d'être musicien et de connaître la musique pour en faire, le numérique lié à l'informatique a tout bousculé, pas seulement dans les moyens de « consommer la musique » (nous y reviendrons plus loin) mais surtout le numérique a ouvert un champ exploratoire quasi infini dans la nouveauté pour faire naître des outils musicaux nouveaux.

Et pourtant il semble qu'en matière d'inventivité et de création, beaucoup de choses restent encore à imaginer entre le numérique et les créateurs d'instruments de musique, même si des musiciens se sont emparés du numérique pour produire des **OMNI, Objet Musicaux Non Identifiés**. Des instruments mêlant l'esthétisme sculptural et des technologies numériques spécialement inventées pour ces instruments iconoclastes.

Il s'agit de saisir la singularité de l'artiste, restituer le plus fidèlement son univers.



**Patrice Moullet**<sup>viii8</sup> musicien, est de ceux-là. Il a inventé l'Atelier d'expérimentation Musicale.



- **Que représente le numérique pour un artiste musicien ?**

En premier lieu, même s'il s'agit de création d'instrument, ils ne sont pas nouveaux dans leur conception. Il s'agit de préfabriqué, du pré mâché que l'on trouve sur n'importe quelle table de mixage ou d'ordinateur. Le piano électrique, c'est du condensé de numérique par exemple.

Les performances des DJ qui font des concerts de musique spectaculaire n'utilisent que du numérique et ils représentent un marché énorme au niveau d'un public captif. Patrice Moullet est davantage un chercheur, il est plus dans l'écriture d'un langage nouveau et différent dont les microprocesseurs sont des transmetteurs de la sensibilité de l'artiste.

Son domaine d'invention est dans la réalisation de spectacle avec un instrument « instrumentarium numérique » ou un groupe d'instruments de musique, des OMNI, c'est-à-dire un appareil qui sert à la fois pour des installations permanentes dans des lieux publics, comme la Sainte-Chapelle du château de Vincennes (un exemple où le numérique rencontre le patrimoine) mais aussi pour des représentations de spectacle.

Cet OMNI est composé de huit plaques de céramiques. Chacune va piloter un son, celui-ci entre dans un ordinateur dans lequel 20 000 sons sont déjà paramétrés grâce au numérique et ils sont évolutifs, peuvent être adaptés en fonction du lieu que l'on va investir. On peut faire des sons d'orgues improbables, ou des sons plus risqués comme il a été fait dans la Sainte-Chapelle.

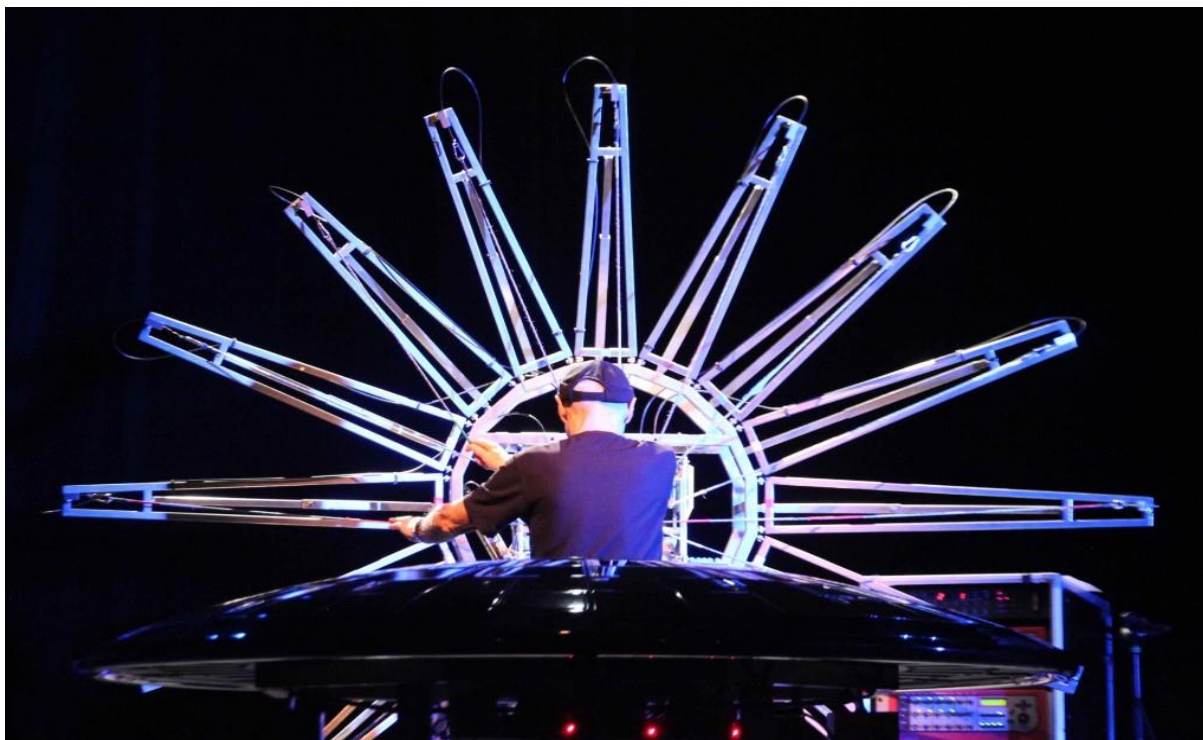
Il est possible de faire vivre un spectacle sonore dans n'importe quel lieu, en osmose avec un bâtiment historique déterminé, par exemple comme ceux du patrimoine, mais aussi simplement des espaces de spectacles avec une thématique et une dramaturgie et ce, d'une façon totalement nouvelle sur le plan sonore.

Autre instrument, « la stretchmachine », machine à faire du son et qui permet de faire des effets spéciaux type tempête.

Techniquement c'est très simple : ce sont des cordes de montagne, chaque filin va piloter un synthétiseur, et deux boîtiers qui contiennent chacun 4 synthétiseurs.

On va donc piloter des paramètres oscillateurs, refaire une séquence avec des fils qui vont permettre de modifier les sons, qui ont été programmés en fonction des structures métalliques. Cela présente un double intérêt, tous ces instruments exploitent le geste humain, où le corps s'implique, là par exemple on est dans l'utilisation de « l'homme de Vitruve » de Léonard de Vinci et cela est lié à la forme de la structure métallique sur laquelle les filins sont attachés.

L'OMNI, c'est une surface d'1,60 m de diamètre, où l'on peut faire monter le son du départ de la voix humaine jusqu'à des sons extrêmement aigus ou très graves.



Le numérique oblige les artistes musiciens du futur à vivre une révolution tant technologique que musicale, à se remettre en question sur le plan de la pratique, de la création musicale ainsi que sur la conception de ces nouveaux instruments.

Le numérique pour les musiciens contemporains est un art global intégrant la musique, le spectacle et l'image vidéo à regarder, comme les compositions d'un par groupe comme C2C fondé en 1998.

Groupe français de quatre DJs dont la musique utilise tous les outils numériques existants, le sampler, l'image, les instruments et le numérique. Ils sont considérés par leur public comme l'un des meilleurs dj au monde <sup>ix9</sup> Ou encore Wood Kid <sup>x10</sup> dont la base des compositions est 100% numérique, réalisée seule dans son studio. De la même façon le groupe internationalement connu ShakaPunk <sup>11xi</sup> voit le jour en l'an 2000 autour d'un concept associant musique, images et activisme. Les six membres du groupe accompagnés de leur mascotte Goz appartiennent à cette scène française qui a fait revivre le rock dans l'Hexagone entre la fin des années 2000 et le début des années 2010.

Tous sont français connus dans le monde entier, graphistes, artistes, compositeurs avec un ordinateur réalisateur des clips et la liste est longue avec AIR, Cassius, RONE, Justice ...

Dans le même registre créatif, Patrice Moulet invente ses OMNI et permet à l'homme d'aller piloter des sons, dans des systèmes hardware, soit des sons qui sont dans l'ordinateur et des sons subware, soit des sons déjà paramétrés, déjà choisis, que l'artiste musicien a créé lui-même et **de fait on est ici au cœur de la question , quelle perspective le numérique offre-t-il pour le spectacle vivant et la mise en valeur du patrimoine ?** C'est-à-dire qu'il y a la nécessité de création d'outils nouveaux, d'instruments nouveaux et de machines nouvelles avec un but artistique.

La démarche est double c'est faire une « fusion », trouver le passage, entre les instruments traditionnels (violon, contrebasse, piano, etc...), la voix humaine, les chanteuses lyriques sont très souvent sollicitées ainsi que ces instruments-là.

Il s'agit d'établir un pont où il y a un dialogue qui s'instaure, entre les deux mondes : le monde de référence analogique et acoustique et le nouveau monde numérique. Et ces musiciens du XXI<sup>e</sup> siècle travaillent en improvisation et dialogue avec les chanteuses d'opéra. La perspective d'avenir entre ces mondes différents est de créer des ponts émotionnels et allégoriques grâce à cette musique nouvelle et de les mettre au service du public.

Il ne s'agit pas de faire en sorte qu'un monde remplace l'autre car il y a une écriture qui permet de faire le lien. Il y a des phases complexes où le numérique est seul, et il faut avoir l'expérience pour bien faire écouter les choses, mais le mariage entre les deux est extrêmement intéressant. Il peut permettre de montrer les façons de faire vivre le

---

9

10

11

numérique. De faire vivre le numérique de façon artistique, de donner de **l'humanité** dans des lieux ou à travers des concepts artistiques de spectacles vivants ou des lieux patrimoniaux d'une façon nouvelle.

Il y a d'autres artistes ou d'autre structure qui travaillent en interface, en interdisciplinarité avec l'IRCAM puisque des programmeurs informatiques et des compositeurs se sont emparés de ces sources d'innovation nées grâce au numérique.

- **De quelle façon se fera la vulgarisation pour une commercialisation démocratique de ces instruments du futur ? Et de quel futur ?**

Cette question n'est pas réglée, en effet pour le moment hormis des musiciens-inventeurs-créateurs qui arrivent à vendre un ou deux instruments de façon ponctuelle, se pose la question du coût et du modèle économique à mettre en place. Les institutions ne s'intéressent pas vraiment à ces nouveaux instruments, les industriels non plus.

Au-delà de la création et de ses nouveaux concepts purement artistiques se pose la problématique de la rentabilité économique de l'invention de ces instruments. Ils ont un coût élevé. Pour qu'il puisse y avoir un axe de rentabilité, dans leur commercialisation, une des pistes est la duplication des instruments pour la vente au grand public. Il existe un exemple d'acquisition d'un instrument à Bruges suite à une longue résidence de ce même instrument. Il est utilisé lors de certains concerts.

Sur le plan commercial, il existe un projet avec un mécène chinois, qui semble très intéressé par ces concepts et instruments, pour les vulgariser et les promouvoir. La grosse difficulté de cette machine c'est justement le numérique, pas la partie physique qui est bien maîtrisée mais tout ce qui touche aux microprocesseurs

Il y a là une phase de recherche dans la fabrication et la miniaturisation des circuits imprimés se trouvant à l'intérieur et permettra de les fixer dans l'instrument physique ce qui n'est pas le cas aujourd'hui tant la partie informatique prend de la place. Passée cette étape qui ne manquera pas de venir, on peut imaginer une duplication à des prix beaucoup plus abordables, éventuellement dans un avenir assez proche. Le but est d'arriver à produire des cartes miniaturisées pour les industrialiser au sein des instruments, comme a eu lieu l'incroyable miniaturisation de nos ordinateurs et téléphones mobiles. Quel sera alors le sort réservé à ces nouveaux instruments, sans doute aurons-nous tous un OMNI chez nous dans un proche avenir ?

- **Quelle perspective et quelle médiation par rapport au public peuvent être souhaitées en termes de vulgarisation et de démocratisation, notamment commerciale ?**

Il y a déjà une réflexion sur le merchandising de ces nouveaux instruments, alors la troisième étape est, est-ce qu'il y aura une vulgarisation notamment médiatique pour faire en sorte que le public découvre ces instruments nouveaux, leurs concepts et leurs modes de fonctionnement liés au numérique ?

- **L'artiste devient un marchand mais reste évidemment un créateur**

Le numérique a d'abord touché la diffusion des œuvres numériques grâce à un ordinateur conçu en 1982 : le Commodore 64. Cette machine était déjà un outil de création musicale, vendue à des millions d'exemplaires.



Puis sont arrivés NAPSTER ou iTunes, avant d'être un outil de création dont se sont emparés les compositeurs et les artistes.

L'aspect « marchand » des outils numériques est inhérent à leur propagation. Ils servent en premier à mettre en valeur des produits et à déclencher un acte d'achat de la part du consommateur.

Il en résulte une captation algorithmique de nos décisions de choix en vue d'un achat. Combien de publicités mettent en scène par des clips plus ou moins sophistiqués et en utilisant des images numériques nos désirs de consommateurs ? Il en est de même concernant les objets artistiques, qu'ils relèvent dans le spectacle vivant ou des objets numériques nous permettant d'avoir accès à l'offre culturelle dans sa globalité.

L'écrivain et philosophe français **Éric Sadin**<sup>xii12</sup> décrit avec minutie dans son ouvrage paru en 2015 intitulé « *La vie algorithmique. Critique de la raison numérique* » l'observation d'une réalité émergente.

Dans cet essai, Éric Sadin se propose d'explorer un phénomène qui a progressivement envahi le quotidien de tout utilisateur d'objets connectés, jusqu'à le coloniser aujourd'hui dans sa quasi-intégralité, à savoir la captation et l'exploitation des données numériques massives mises en relation pour identifier des corrélations : les *Big Data*.

Sans doute, l'artiste se doit aussi nécessairement d'être marketeur, commercial et community manager.

**Emily Gonneau**<sup>xiii13</sup> experte en stratégies digitales dans le secteur musical, manageuse d'artiste et formatrice, accompagne des projets musicaux (startups, développeurs d'artistes, artistes) à l'ère du numérique, résume ainsi son sentiment : « *Les problématiques de visibilité sont similaires, mais on a trop tendance à vouloir plaquer les schémas de développement de la tech à tout et n'importe quoi, en oubliant l'essentiel : l'artiste ne décide pas de créer pour combler un vide en termes de produit ou de service, ou pour répondre à un besoin de consommateurs. Il ou elle crée parce qu'il leur faut exprimer quelque chose en tant que personne. Le glissement que l'on constate ces dernières années est à mon sens domageable pour les artistes, qui sont entrés dans une logique de produit. Avec pour conséquence une uniformisation des propositions, et une obsession du chiffre, du nombre de followers ou de likes* ».

Donc s'il convient que l'artiste se concentre avant tout sur son activité de création, il faut tout de même que celui-ci se positionne en commercial de son œuvre sinon le risque est d'être « récupéré » par des marchands dont le seul intérêt sera économique et pas seulement artistique. Il faut que le créateur reste maître de son invention mais il faut également que le modèle économique permette aux artistes de vivre et d'inventer toujours plus. Nous sommes dans la quadrature du cercle.

Il y a donc quelques éléments préalables à connaître, pour être le plus efficace, et ne pas y passer plus de temps que nécessaire.

Emily Gonneau poursuit ainsi dans son ouvrage son raisonnement : « *C'est donc d'abord une réflexion sur ce que l'on fait, comment et pourquoi on le fait, et à qui l'on souhaite s'adresser. L'artiste ne doit pas tenir compte de l'éclectisme grandissant des pratiques technologiques, des modes. En effet, les modes de consommation hétérogènes remettent la matérialité des supports d'écoute au centre des questions de réception de la musique. En conséquence, il convient d'introduire la matérialité des objets afin de comprendre les modes de consommation contemporains ainsi que les affects musicaux* ».

Il s'agit pour l'artiste d'imaginer et de préparer sa stratégie numérique de diffusion de ses œuvres face aux GAFA. L'artiste doit apprendre de façon pratique et rationnelle à profiter des outils de diffusion proposés par le net (Facebook, YouTube, Instagram, Périoscope, Twitter, etc.) mais aussi apprendre à s'en méfier pour ne pas perdre son âme de créateur tout en trouvant son public.

L'artiste ne doit pas se perdre dans la jungle des supports internet de diffusion, qui passe par la toile et un clic. Il doit garder l'essentiel : l'artiste, le musicien est avant tout **un créateur pas un marchand**, même si sans Spotify, Deezer, Tidal, ou encore Google Music et Apple Music, jamais les albums n'auraient été autant dématérialisés ; à tel point que la question se pose :

- **L'industrie musicale est-elle arrivée au bout de sa métamorphose numérique ? Comment rémunérer au juste prix le travail des artistes créateurs musiciens ?**

Emily Gonneau répond : *Après la multiplication des tentatives de modèles économiques dans les années 2000 — achat à l'article avec iTunes, contribution libre comme pour l'album In Rainbow de Radiohead, etc. — la lecture directe en ligne semble bien s'imposer comme une solution stable.*

**Marc Bourreau** ajoute en tant qu'économiste à Télécom ParisTech et responsable au sein de l'école de la chaire Innovation et régulation que selon lui, « *... bien que les artistes se plaignent des versements très faibles qu'ils reçoivent des écoutes en streaming, le modèle est pérenne. Basé sur le principe de la rémunération au prorata des lectures de titre — Spotify reverse 70 % de son chiffre d'affaires aux ayants droit — le streaming est aujourd'hui largement accepté par les producteurs et les consommateurs.* »

Il semble donc que le modèle économique soit en passe de se stabiliser pour rémunérer les artistes. Il paraît probable que les avancées liées au numérique dans la musique obligent les organismes de gestion de droit à revoir leur copie dans les années à venir.

Le bouleversement numérique ne peut pas influencer uniquement les créateurs et pas ceux qui gèrent leurs revenus.

---

12

13



## A – 6 Quelles pistes le numérique offre-t-il aux spectacles vivants ?

- **Quel type de constat concernant l'émergence du numérique dans le spectacle vivant peut-on faire ?**

- ✓ **Un point faible : les métiers**

En premier lieu et concernant le numérique dans le spectacle vivant, très rapidement il faut séparer les choses entre ce qui se passe sur le plateau et ce qui se passe ailleurs dans les structures gestionnaires des lieux ou des événements spectaculaires.

Par exemple, la question de **l'art numérique** est abordée par les équipes de créations artistiques, par contre du côté de la façon dont **les métiers évoluent dans l'administration des structures** il y avait peu d'information et peu d'endroits de réflexion à ce jour.

C'est très disparate, et la problématique liée au numérique se faisait surtout sur l'outil qu'il représentait pour la communication (voir l'étude du TMNLab : Théâtre et Médiation Numérique-Lab)

Le constat aujourd'hui dans les théâtres, c'est que la nécessité d'inclure les outils numériques se fait de façon anarchique par manque de véritable politique au sein des structures et de mise en place, comme par manque de moyens financiers spécifiquement « fléchés ». Cette mise en place de moyens numériques en direction des publics comme des artistes restent très déstructurée.

L'approche de la question numérique est peu intégrée au projet des lieux, elle est peu présente dans les fiches de postes, on commence à peine à voir émerger des questions concernant les connaissances sur le numérique dans les tâches et les contrats de travail, mais assez peu dans les intitulés des postes, ce qui ne choque pas forcément quand il s'agit d'une petite structure.

Le numérique n'est pas encore très présent, à ce jour aucune statistique n'a vraiment été réalisée sur des postes de communicant incluant les fonctions d'utilisation d'outils numériques et pas non plus dans les métiers qui intègrent la billetterie ainsi que les métiers de la médiation qui utilisent peu les outils que le numérique peut apporter. L'évolution et les formations se font lentement mais inéluctablement elles modifieront le rapport des professionnels administratifs du spectacle vivant avec la gestion de leur public et impactera aussi leur gestion quotidienne des lieux de représentation. Les techniciens du son et de la lumière ont en la matière beaucoup d'avance dans la maîtrise de ses nouveaux outils.

Du reste, nous verrons plus loin (*De la perception et de l'impact du numérique au service des publics partie B*), qu'en revanche le numérique peut largement influencer sur la façon de travailler sur le public.

- **Les connexions en mobilité vers un théâtre**

Dans un contexte général où 56% des connexions se font en mobilité (48% via un smartphone et 8% via une tablette – source *Médiamétrie, décembre 2015*)

Le résultat de l'enquête sur l'utilisation des outils numériques de la part du public pour avoir accès à un lieu de représentation (théâtre) montre que :

- Ne sait pas : 8% des lieux
- Il existe une version mobile du site internet du théâtre : 18 %
- Le site du théâtre n'est pas adapté à l'internet mobile : 25%
- Le site internet du théâtre est « responsive / adaptif » : 49%

Néanmoins sur le plan fonctionnel, les salles diffusant du spectacle vivant et notamment les théâtres publics avancent dans leur pratique, leurs approches et leur évolution numérique dans tous les domaines de leurs activités. Des équipes se créent et se forment à l'utilisation des outils numériques tant en direction des publics qu'en interne dans la volonté de diffuser et de travailler avec les outils numériques (logiciel de billetterie, mise en réseaux de l'information, etc...)

- **De l'utilisation du numérique sur scène à la crainte engendrée de la disparition du « vivant » par les institutions, or c'est TOUT l'inverse de ce que produit le numérique**

Si depuis plusieurs dizaines d'années des artistes et des institutions se sont déclarés comme porte-parole du numérique et de la culture qu'il engendre, comme les arts numériques, les institutions culturelles se sont, quant à elles, souvent montrées prudentes face à ces esthétiques, aux nouveaux modes d'organisation institutionnelle, ainsi qu'aux modèles de production et aux modes d'appropriation qui en découlent, jusqu'à la création de la Gaîté Lyrique qui a installé les Arts numériques comment faisant bien partie du spectacle vivant.

Certains voyaient dans le numérique la crainte de la perte du « spectacle vivant » en tant que tel et installé depuis des lustres. La reconnaissance en tant qu'art vivant a mis du temps à s'imposer.

L'appréhension de voir disparaître le « vivant », alors que le nouveau cirque, les arts de la danse ou le cinéma n'ont pas disparu à cause d'une nouvelle technologie, mais au contraire réincarne l'immédiateté de l'instant partagé avec un public présent en chair et en os, avec son côté éphémère, singulier, poétique et d'expérience collective.

Le risque pensait-on était que la scène, lieu de représentation, agora, ou lieu de révolte allégorique perde de son impact, de son influence et de son esthétique ce qui aurait conduit à la fin de la scène comme un lieu de la représentation de la comédie humaine, rompant le lien social. Un peu comme quand on a imaginé que la création du livre numérique allait « tuer » l'édition traditionnelle.

C'est exactement l'inverse qu'il s'est produit. On n'a jamais vendu autant de livres dans notre pays ni monté autant de pièces de Théâtres ni produit autant de films, de jeux vidéo, de documentaires. Le problème n'est donc pas la création aidée par le numérique mais la diffusion auprès d'un public captif et intéressé. Ce public faisant un succès d'une œuvre repérée parmi la production pléthorique relayée par les réseaux sociaux ou les sites internet.

L'utilisation des outils numériques aurait fait perdre aux spectacles vivants, d'une façon programmée et voulue, son humanité tout cela au profit d'une société régie par les algorithmes, avide de consommation de jeux immatériels, sans éthique, automatisée, robotisée et régie par la loi du marché et du big data, une société désormais capable de se passer de l'humain et de ses compétences, dans laquelle culture et technologie informatique et numérique seraient ainsi opposées.

Évidemment il n'en a rien été et c'est même le contraire qui se produit.

Par ailleurs, par le biais des beaux-arts numériques, de l'art contemporain, des esthétiques nouvelles produites grâce aux algorithmes et de la musique, un mouvement montant en puissance depuis une cinquantaine d'années s'est amorcé, alors que le décroisement des catégories artistiques s'opère progressivement, tant par le biais du travail des artistes que par les institutions qui les accueillent.

Les nouvelles technologies s'infiltrèrent partout y compris sur les scènes du spectacle vivant : théâtre, danse, musiques, arts du cirque, arts de la rue. L'évolution est en marche, depuis 7 ans maintenant la compagnie « Fées d'hiver » a participé activement à toutes ces expérimentations en produisant des projets considérés comme audacieux à une certaine époque.

Les artistes ont défriché ces nouvelles écritures qu'offrait l'arrivée de ces outils originaux. C'est alors un véritable langage inédit qui s'est imposé. Si le propos artistique en reste inchangé, le médium d'expression a dû s'adapter, se maîtriser, se contrôler, s'autographier pour ne s'attacher qu'à sa grammaire.

Il y a ici des expressions au sein des champs artistiques différents qui illustrent comment chacun dans son art particulier s'est emparé de ces nouveaux langages après une longue période de recherche et dans une maîtrise assumée aujourd'hui.

Les arts numériques et leurs œuvres scéniques s'entendent comme de véritables spectacles qui font pleinement appel à la participation physique et la perception sensible et critique du spectateur. Ces changements esthétiques, sociaux et économiques qui en découlent, ne semblent pas aller vers la reconnaissance méritée et attendue de la part du monde du spectacle vivant.

Il y a pourtant un endroit dans les arts où le numérique a trouvé sa place et sa légitimité : **Le patrimoine.**

- **Comment le numérique permet la rencontre du patrimoine et du spectacle vivant ? Aujourd'hui en quoi peut-il être spectaculaire ?**

Les exemples ou des lieux ont été transfigurés par les outils numériques. Le numérique « casse » et sublime en même temps les codes du spectacle vivant en utilisant de façon détournée ou comme support de projection devant lequel se produisent des spectacles vivants.

Par exemple **Les chorégies d'Orange** bouleversent un lieu historique et patrimonial en décors d'opéra le temps des projections numériques et des transformations des décors et des lieux dans l'histoire des œuvres ; la mise en scène, la scénographie se sont emparées grâce au numérique d'une vision traditionnelle des décors en objet artistique en trois dimensions et qui est devenu virtuel. Cette virtualité réinvente la pratique même de la mise en scène. En fait il n'y a rien, juste une même scène en bois pour tous les spectacles et des pierres mais en revanche les projections des lieux où se passent les actions font que l'on ne se pose plus la question de savoir si l'on est en plein air, on est juste dans les lieux de l'action dramatique.



Carmina Burana 2014

Outre l'aspect pratique et esthétiquement magnifique indéniable, terriblement spectaculaire et fait pour cela, on peut se poser la question de savoir ce que cela transforme et comment cet outil nous interroge dans la perception du geste artistique et culturel ? À la fois dans nos pratiques de spectateurs mais également comme utilisateur.

Nous revenons aux sources des spectacles. Pour exemple, les fêtes organisées au cours des siècles au château de Versailles constituent des moments exceptionnels dans l'histoire du palais et dans l'histoire de l'art. De nos jours, les présidents de la République ne se privent pas d'utiliser le palais à des fins à la fois culturelles mais surtout politiques ; (voir la visite du président Poutine en 2017 au prétexte d'une exposition concernant la Russie).

Ces grands lieux patrimoniaux et culturels servent aussi à organiser des galas, et des soirées de prestige pour les grandes entreprises qui louent salles, galeries et opéra pour de luxueux événements privés. La Comédie Française elle-même ne manque pas d'utiliser le théâtre rénové de Versailles pour ses représentations et utilise également le numérique pour leur décor.<sup>xiv14</sup>

Les metteurs en scène de **la cour d'honneur de festival d'Avignon** rivalisent de créativité grâce au numérique pour faire vagabonder l'esprit du public.... De la même façon, **La « Nuit des chimères »**<sup>xv</sup> est une manifestation culturelle nocturne annuelle organisée par la ville du Mans depuis 2005. Le concept est d'illuminer la vieille ville, ses murailles et sa cathédrale moyenâgeuse en y projetant ses quarante-sept « Anges » qui durant 10 minutes font un concert, toutes ces projections et personnages sont en fait réalisés à l'aide d'hologrammes.





Tous ces exemples de spectacle vivant donnés dans des lieux du patrimoine prouvent une interaction grandissante où l'artistique et la technique numérique sont intimement liés.

- **Cette interaction entre spectacle vivant et numérique : Acte créateur ou simple gadget technologique ?**

En fait la problématique devient la suivante avec ces bouleversements entre spectacles vivants et patrimoine métamorphosé par le numérique. Sommes-nous dans un acte de progrès au profit des créateurs ? et donc du spectateur ?

✓ **Cette avancée technologique, est-ce une bonne chose ?**

Du point de vue des techniciens du spectacle vivants il semble que oui. La relative aisance d'utilisation laisse à penser que les possibilités sont infinies dans la volonté de création des images et du son. Dans cette façon d'utiliser cette technologie, nous sommes encore dans ce que l'on peut appeler du « live », du physique tridimensionnel.

✓ **A contrario l'on peut penser que non, c'est une mauvaise chose ?**

Car on peut également « capter », filmer, réenregistrer ces spectacles dans ces mêmes lieux et en faire des produits dont la nature physique ne serait plus que virtuelle comme un spectacle que je vois à 360°. Cela devient des offres de type « culture box » dont la captation se vend mais où le public n'est plus que le consommateur d'images virtuelles.

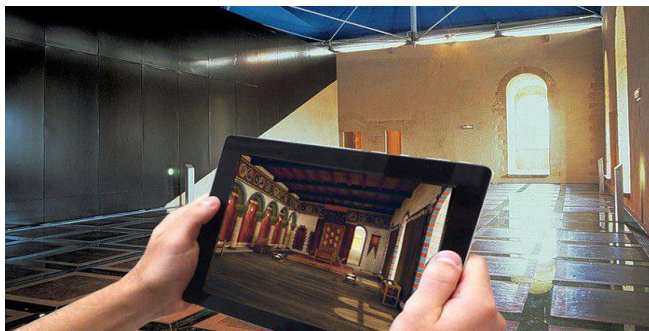
Il y a donc un rapport de pertinence mais également de menace, qui s'installe dans l'utilisation du numérique.

Le virtuel emmené par le numérique peut-il du coup « tuer » la fréquentation du public dans les lieux du spectacle vivant ou des lieux patrimoniaux ? Car rien de plus facile que d'assister à un spectacle sans même bouger de chez soi et sans jamais mettre les pieds dans un théâtre ou un bâtiment patrimonial.

La transformation liée au numérique dans le patrimoine est par exemple de se substituer à la pierre, de créer des univers historiques « virtuels » tellement bien reconstitués que « l'on s'y croirait ».

- **Une nouvelle approche du patrimoine grâce au numérique**

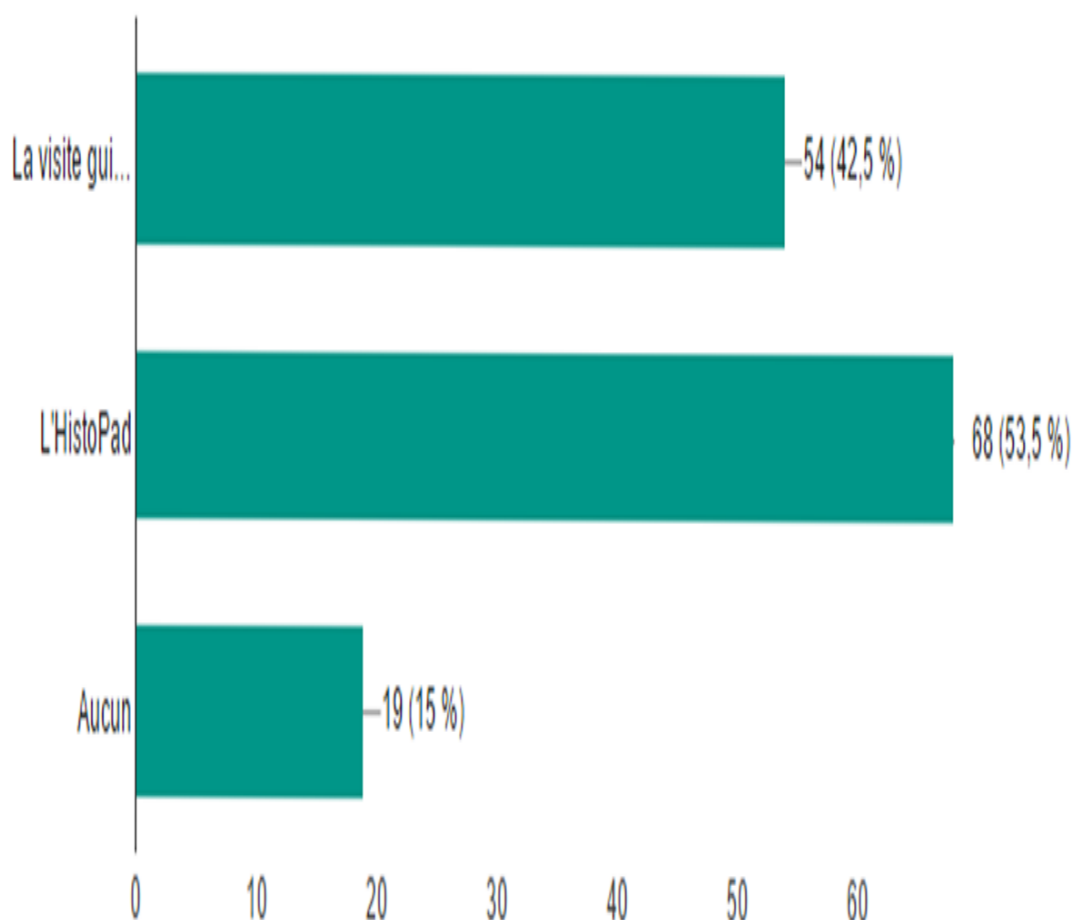
Le numérique a donc créé une nouvelle approche du patrimoine, ainsi **l'HistoPad**, outil de visite versus tablette pour la visite de la Conciergerie à Paris, tout en réalité virtuelle et augmentée. Il s'agit d'une application intégrée dans un iPad.



Une étude récente montre que l'outil numérique que représente cette tablette est un plus valorisant pour la Conciergerie.

Le public interrogé lors de la visite dit qu'elle semble s'être bien, ou correctement, déroulée, mais ne pas correspondre à l'idée qu'ils en avaient en arrivant sur place.

L'HistoPad a-t-il pu transformer leurs attentes, leur vision de la visite ? La question simple posée au public, si vous deviez prochainement revenir visiter la Conciergerie, quel outil d'aide à la visite choisiriez-vous ? La réponse ne laisse aucun doute sur l'efficacité de l'outil numérique.



Nous pouvons vraisemblablement affirmer que les visiteurs ont été satisfaits de leur visite avec l'HistoPad, puisque ceux-ci sont prêts à renouveler l'expérience lors d'une prochaine visite du lieu (53, 5 %).

Néanmoins le choix de la visite guidée, vu les précédents résultats, ne semble pas un rejet total du dispositif numérique. En effet, les visiteurs ont déclaré être « satisfait[s] » et « très satisfait[s] » de leur visite, donc ce choix peut également être perçu comme une volonté de compléter leur visite, d'avoir une vision différente du lieu et de vivre une autre expérience.

- **Quand le patrimoine se met en valeur par le numérique**

Celui-ci est utilisé comme un usage populaire chez les visiteurs et donc un moyen d'accélérer la diffusion du numérique dans la création artistique.

- ✓ **La fonction compréhension**

Sur la partie compréhension du patrimoine, le numérique permet de faire comprendre des bâtiments complexes. Et éventuellement l'histoire qu'il y a eu dans le lieu. La question est posée, les gens viendront-ils pour les lieux patrimoniaux ou parce que le numérique les aidera à sentir « vivre » le lieu ? Aucune réponse formelle n'est encore donnée, les études sont en cours pour connaître la réponse à cette interrogation.

Pour exemple et pour cette fonction de compréhension de l'Histoire des lieux patrimoniaux connus mondialement, dans le pavillon de l'horloge du Louvre, il existe un parcours qui explique l'histoire du château. Il y a notamment une maquette avec différents éclairages. Elle n'est pas spécialement numérique, mais elle permet de restituer différents éléments. De la même façon Il existe à Versailles des outils numériques ou la fonction compréhension permet de plus facilement appréhender l'histoire du lieu. D'une certaine façon l'outil numérique met en scène comme un spectacle vivant, des lieux riches en événements anciens par une dramaturgie écrite à la façon d'une pièce de théâtre.

- **De l'importance de l'influence du numérique sur le patrimoine**

L'influence est que le numérique a un rôle à jouer tout à fait essentiel en complément de ce que peut apporter une expérience de visite in situ.

C'est un complément indispensable pour recréer des époques et des lieux disparus, en accompagnement ou en substitution, par rapport à différents types de public. C'est une façon d'accéder à un patrimoine duquel on ne peut pas s'approcher physiquement, et c'est un enjeu essentiel.

Même si en termes d'expérience de visite rien ne vaut l'original, quel que soit le patrimoine, le principe d'accès aux outils numériques nécessite une démarche, une volonté intellectuelle pour se dire : Je fais abstraction du fait que la matière n'est pas la matière authentique, ni original mais cela permet de « porter » à connaissance.

- **Le patrimoine virtuel une bonne ou une mauvaise chose dans l'absolu ?**

- **L'aspect « négatif »** participe de la problématique et donc le ressenti du numérique varie suivant la nature des publics. On peut imaginer que les plus anciens préféreront la matière brute plutôt que la réalité virtuelle d'un lieu, de sorte que leurs sensations soient plus fortes, même si c'est vrai que découvrir un lieu du patrimoine en réalité augmentée c'est toujours quelque chose de séduisant intellectuellement ; mais sur le plan de l'émotion, on ne ressent pas les choses de la même manière.

- **L'aspect « positif »** c'est de pouvoir atteindre à la fois intellectuellement, culturellement et « sensitivement » les nouvelles générations dont l'aspect numérique de la présentation ne sera pas rebutant puisqu'elle fait partie de leur environnement au quotidien. Et finalement peut être que l'émotion sera davantage présente pour les nouvelles générations que pour les générations d'avant le numérique. De plus c'est une première façon d'avoir accès à un patrimoine beaucoup plus vaste, beaucoup plus diversifié que le patrimoine réel auquel on ne peut pas forcément accéder.

Le grand changement que le numérique a apporté c'est l'accès simplifié et direct au patrimoine. Il suffit pour s'en convaincre de voir sur internet les banques numériques des galeries d'art. Elles mettent leurs collections en ligne sans peur et dans un souci de communication.

Donc le numérique est un outil phénoménal d'accès à la connaissance. Qui permet depuis son salon en quelques clics de voir l'ensemble de la collection d'un musée de peinture ou de sculpture, de faire des visites virtuelles de tel monument.



- **La préservation, la reconstitution : Un acte quasi politique au sens « gestion de la cité »**

- ✓ **La fonction de préservation du numérique**

Cette fonction de **préservation** peut vouloir simplement anticiper des destructions inéluctables faites de façon involontaire par l'homme lui-même. Le meilleur exemple, c'est **la grotte de Lascaux**.



Des scientifiques, des conservateurs se sont penchés sur la façon de protéger ce lieu unique au monde visité par plus d'un million de personnes entre 1948 et 1963 (date de sa fermeture au grand public). Le site a fait l'objet d'une réplique d'abord partielle, Lascaux 2 (ouverte en 1983) puis totale Lascaux 3, sous la forme d'une exposition internationale itinérante à travers le monde en 2011.



En 2016-2017, le fac-similé de la grotte entière est ouvert au public. Le numérique et les nouvelles technologies de l'informatique mettent en avant la nouvelle scénographie.

Les technologies du XXI<sup>e</sup> siècle ont été mises au service de l'art paléolithique par une visite virtuelle de la grotte de Lascaux.

Le travail des scientifiques a d'abord consisté, grâce à un modèle numérique particulier a numériser chaque partie centimètre par centimètre, puis de faire en sorte que cette numérisation soit visible en 3 D.

Le but était que le nouveau site internet puisse proposer maintenant une visite plus vraie que nature de la grotte. Grâce à ce procédé, le visiteur évolue virtuellement en trois dimensions de salle en salle au milieu des œuvres. La visite ne se limite pas à une approche sensorielle et émotionnelle mais a une volonté pédagogique et formatrice.

Cette lecture de la grotte nous renseigne également sur la datation des œuvres, sur la topographie des lieux en surface, c'est une véritable scénographie ou mise en scène du lieu et de son histoire, ainsi que des thématiques qui y sont proposées.



Le travail de restitution scientifique est considérable et permet non seulement d'être dans un lieu unique mais de comprendre comment celui-ci nous raccroche à notre réalité d'aujourd'hui tant en terme artistique que sur le plan civilisationnel.

Nous sommes tous nés dans la grotte de Lascaux, et c'est le numérique qui nous fait remonter le temps.

### ✓ La fonction de reconstitution du numérique

Dans un contexte international de plus en plus compliqué avec des territoires en guerre et pourtant très riches en patrimoine, le numérique est aussi un outil qui permet un acte de reconstitution et de sauvegarde du patrimoine menacé, voire d'être démoli (voir à Palmyre en Syrie) ou la destruction des bouddhas de Bamiyam qui ont été pulvérisés en Afghanistan en 2001.

Le numérique est donc un outil, qui permet depuis 1992 de pouvoir reconstituer, reconstruire et restaurer tout ce patrimoine détruit. C'est donc bien un outil de préservation, de conservation, comme un outil de restitution de l'Histoire des civilisations détruites.

Exemple les bouddhas de Bamiyan :



**Le numérique apporte également sa part de magie, de féerie lorsqu'il met en scène le patrimoine comme un spectacle vivant.**

- Depuis longtemps déjà le numérique a investi le patrimoine par ce que l'on appelle « : Les sons et lumière ».

La mise en scène d'histoire de bâtiments patrimoniaux se fait depuis plus de cinquante ans. Les techniques employées se sont considérablement développées et ont pu évoluer grâce aux outils numériques.

Rendez-vous place du Parlement de Rennes, un spectacle visuel, virtuel et sonore



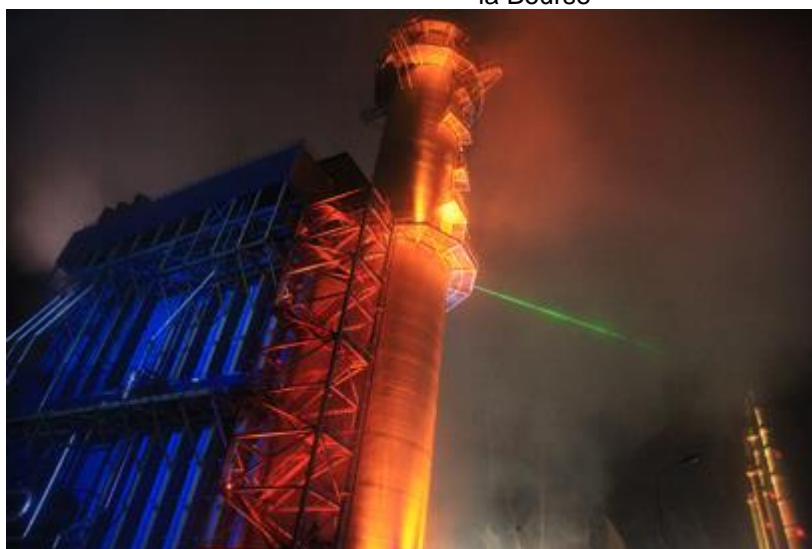
L'idée est bien de mettre en valeur des sites patrimoniaux autant que de donner du sens à l'histoire de ces monuments.



La cathédrale de Paris revit son histoire



Bordeaux fête le vin et se projette place de la Bourse



Inauguration d'un nouveau site industriel en Lorraine (54)

Les sites industriels n'échappent pas à cette dynamique qui concerne la mise en valeur et la promotion de lieux dont la force de travail de l'homme est le sens naturel et la finalité.<sup>xvi15</sup>

- **Quand toutes les musiques sont impactées par le numérique : Un progrès ou un détournement ?**

L'Homme a toujours fait de la musique, il a inventé sans cesse plus d'outils pour plus de liberté, de création, afin de sublimer par la représentation, le monde sonore qui l'entoure.

- **L'Opéra et l'innovation numérique, un mariage forcé ou un mariage de raison ?**

L'opéra est un grand consommateur d'effets spéciaux. Il raconte presque toujours la même histoire à travers des légendes ou des mythes chantés.

Il y a des créatures fantasmagoriques qui jouent un rôle important, un commandeur mort depuis des lustres réapparaît, des guerres se font en direct avec des villes qui s'écroulent, des bals avec des centaines de personnes etc... À la fin de Parsifal de Wagner, il y a même un arbre qui fleurit pour évoquer la guérison d'Amfortas.

On est dans le registre du surnaturel, du légendaire, du mythique. Il faut donc soit de la machinerie et des toiles peintes comme au XIX<sup>e</sup> siècle, soit réinventer l'Opéra grâce à la modernité de nouvelles technologies. L'Opéra a de tous temps été, comme le théâtre, un lieu d'inventivité et de création technique par nécessité artistique. Le gaz d'éclairage a été expérimenté dès 1820 dans les maisons de l'opéra.

Ainsi l'Opéra de Rennes accueillera, pour la deuxième année consécutive, les participants à **la Digital Tech**, une manifestation organisée par **la French Tech** Rennes - Saint Malo. A priori un drôle d'endroit pour parler des arts numériques et pourtant, depuis leurs origines, les maisons de l'Opéra ont été ouvertes à l'innovation et à l'expérimentation.

On peut citer quelques opéras qui ont été sublimés grâce aux expérimentations numériques sur le plan chorégraphique. Il y a bien sûr Don Giovanni en 3D (2009) qui a été une première mondiale à Paris, il y a eu l'Opéra bis dans les mondes virtuels (2010), L'Enlèvement au Sérail sur tablettes tactiles (2011), la Traviata en 4K et HD (2013), la captation en 360° et enfin la Cenerentola en TV immersive.

- **L'Événementiel musical et les nouvelles technologies**

En ce qui concerne l'événementiel musical, en particulier dans les musiques électroniques, les artistes ont de plus en plus recours au numérique afin de produire non plus une œuvre uniquement musicale mais une expérience audiovisuelle complète. Certains artistes procèdent eux-mêmes lorsqu'ils ont également une formation de graphiste ou expérimentent en autodidacte, tandis que d'autres font appel à des artistes pour créer une animation visuelle ou une installation.

Au-delà de l'évolution technologique qui favorise cette tendance, il faut aussi prendre en considération la réelle mutation de la filière économique de la musique, qui, notamment en réaction à la crise commerciale qu'elle a traversée, déploie des efforts croissants en matière de spectacle et d'événementiel en intégrant de plus en plus la création numérique et visuelle aux œuvres musicales ou aux environnements festifs.

En 2016 et pour IETM et pendant trois jours et demi, Amsterdam a vécu probablement l'un des plus grands rassemblements d'artistes créateurs dispensant leur créativité, leurs idées et leurs voix à travers des disciplines des arts dans le monde.

- **Le thème était les arts vivants à l'ère numérique : Ou comment le numérique a transformé notre réalité et la notion d'art.**

Indiquant que la performance du spectacle vivant, en direct, nous permet de lutter contre les pressions techniques, robotisées et froides de la numérisation, du moins c'est ce qu'en a dit à ce moment-là **Sally Jane Norman** (professeure et co-directrice, du Sussex Humanities Lab) experte en recherche concernant les modes de réalisation technologiques, des Arts de la Scène de la Scénographie et historienne des arts du spectacle, a ouvert la réunion en regardant la façon dont « *Le théâtre est un moyen unique puissant pour mobiliser les énergies poétiques qui caractérisent ce qu'il est* » d'être humain ».



Elle donne des cours à l'Université du Sussex à **l'École des médias, du cinéma et de la musique** qui examine les recherches de créations de médias sonores et les architectures sonores, qui peuvent être physiques, numériques ou hybrides (mêlés aux outils numériques) dans le cadre de séminaires interdisciplinaires au-delà de



la simple musique, mélangeant tous les types d'art, avec une volonté créatrice, ligne conductrice de son travail et de ses recherches aux côtés de nouvelles pratiques artistiques découlant des technologies sonores où sont associées les possibilités de traitement infinis qu'offre le numérique.

Les générations et leurs modes de perceptions ont été confrontés, notamment la fameuse génération dite Y née avec le tout numérique. Il s'est avéré qu'au-delà de la technique numérique qui est le lot commun de cette génération, ce dont ils avaient envie c'est de l'humain sublimé par le numérique. C'est bien la narration et l'émotion poétique entre les différents médias, corps, scène, son et image qui les intéressaient et comment ce type de dramaturgie numérique concerne la performance et la perception humanisée.

Au-delà de la rencontre la problématique posée était : « *Est-ce que les arts reflètent le monde dans lequel nous vivons ?* » La réponse majoritairement donnée a été : Non.

Il fallait donc pousser, poursuivre, approfondir le dialogue interculturel entre le spectacle vivant et le numérique.



Paul Lerchbaumer – Berliner ensemble



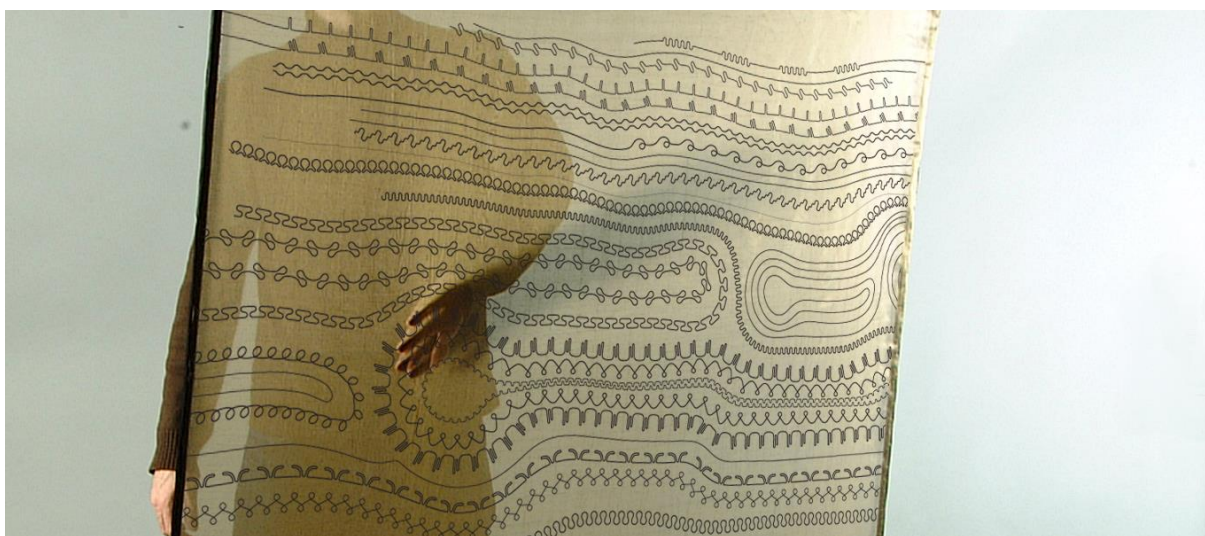
- **Quand le numérique réinvente et sublime les mouvements du corps grâce aux vêtements pour produire de la musique**

Le numérique et le spectacle vivant se marient d'une façon qui aurait pu paraître improbable il n'y a pas si longtemps. La technologie évolue si vite, qu'elle invente une forme de grammaire spectaculaire inédite entre des éléments dont les utilités premières ne se destinaient pas à fusionner pour créer du rêve.

C'est ainsi que **Maurin Donneaud**, Designer d'interaction - Hackerspace textile, nous explique l'évolution fantastique et totalement aléatoire concernant la façon dont le textile se transforme grâce au numérique en objet produisant des sons : pour lui le numérique a été clairement perturbant d'une façon positive. Sa volonté première est de développer des textiles électroniques, pour réunir le monde du high tech et du low tech.

Le textile l'électronique et l'informatique se mélangent, dans le but de répondre à une problématique de l'expressivité sur scène. Le résultat permet à des artistes de faire de l'interprétation musicale électronique en live.

L'instrument c'est le touch pad ou la table de mixage pour faire de l'électroacoustique. Les tissus qui produisent du son à base de matériaux issus de l'industrie, ont des propriétés textiles électriques, soit ils sont déjà conducteurs, soit ils sont enduits d'une fine couche de particule métallique, ce qui est en soi surprenant.



*« Le textile XY est un instrument électronique qui permet de localiser un point de contact, une pression sur une surface de tissu tendu. Le textile XY est le résultat d'une réflexion sur les usages scéniques d'une interface textile développée pour la composition et l'interprétation de musiques électroniques. Fruit d'une rencontre entre le monde du tissage et de l'électronique cette interface est à l'origine du laboratoire de recherche et de projets XYinteraction.*

*« Ce laboratoire est aujourd'hui dédié à la mise au point d'une solution de capteurs textile surfacique, une peau artificielle qui permettra de doter les objets du "sens du toucher". Cette technologie pourra être utilisée dans une multitude de domaines d'applications tels que les interfaces "homme-machine." »*

Son travail a été de réfléchir à la façon d'augmenter la surface d'interprétation de captation du geste grâce à des surfaces de tissu. Le tissu n'est pas sur l'individu.

Le numérique ne doit pas être intrusif, il peut être un facteur perturbant voir aggravant. On ne mesure pas quand on développe des textiles électroniques toutes les possibilités éventuellement négatives que va engendrer ce développement, ou au contraire les facteurs dynamisants ou aggravants. Donc le travail se situe au niveau du matériau et avec l'aide de recherche informatique. On découvre alors qu'il n'y a pas UNE façon standardisée d'utiliser ses tissus musicaux.

- **Le facteur dynamisant et positif du travail de recherche**

En termes de spectacle vivant, l'idée était de repenser les interfaces Homme / machine pour y apporter une touche de poésie et de sensibilité. Travailler avec des bouts de tissus intelligent qui analysent très précisément la topographie des interactions de pression entre, un objet ou un doigt, avec une résolution extrêmement fine qui enregistre des pressions et qui produit un son, des musiques électroniques ou des moteurs de synthèse sonore.



Dès lors il est possible de jouer des samples et de développer des « partitions navigables » émanant des tissus, associer à la partition de musique, à un instrument pour créer des compositions musicales au travers des tissus électroniques.

C'est une écriture, une construction, entre le corps humain, la technologie et l'artiste pour créer une démarche innovante et inventer des produits inédits, des expressions originales, de nouvelles formes artistiques, développer une matière particulière pour avoir plus de singularité dans le développement d'objets sonores, de mise en scène et de spectacle. D'où le travail sur la fibre et la nécessité de réinventer le tissage avec des propriétés différentes, de détourner l'usage habituel du tissu, vers le monde de l'informatique et du spectaculaire en passant par le HCI (Human Computer Interface).

Il explique : « *Le textile XY permet de transmettre à un ordinateur la localisation d'un doigt qui le parcourt. A la rencontre du monde du tissage et de l'électronique, ce projet est tout d'abord né de la volonté de travailler sur l'ergonomie des interfaces numériques. Si l'on revient à la définition de l'ergonomie, il s'agit d'adapter l'outil aux caractéristiques de l'utilisateur et non l'inverse. Aussi cette interface a la qualité d'offrir des possibilités d'un jeu gestuel qui s'éloigne de l'utilisation des interfaces traditionnelles (écran d'ordinateur, clavier, souris, contrôleurs type table de mixage...). Nous proposons donc un support d'expression qui, par ses dimensions, sa texture, sa souplesse et sa transparence, favorise l'implication du corps au cours d'une représentation scénique. Face à cet outil, le performeur, qui se tient dans une posture comparable à celle d'un peintre, est actif devant son public, ses gestes prennent une dimension sensible et expressive.* »

- **Une évolution musicale**

De la même façon **Imogen Heap** auteure-compositrice-interprète anglaise qui a obtenu une nomination aux Grammy Awards de 2007 en tant que « Meilleure nouvelle artiste » et en 2010, son troisième opus, *Ellipse*, un deuxième Grammy Award de l'« Album le mieux produit, catégorie non-classique », a créé des gants de science-fiction qui font de n'importe qui un musicien.



Le Data Glove est un gant électronique ou gant numérique ou gant sensible comportant des capteurs. Cela permet à un utilisateur de saisir presque naturellement un objet virtuel et de le manipuler, en numérisant en temps réel les mouvements de la main. Il est utilisé pour l'interface homme-machine dans la réalité virtuelle. La commercialisation est assez lente car la nature de son exploitation n'est pas forcément grand public. Finalement il ne s'agit que de gant avec un simple capteur de localisation qui peut suffire à la prise et à la manipulation d'un objet. Le système s'interface avec l'ordinateur via un câble USB. Il dispose d'une résolution de flexibilité 10 bits, d'un confort extrême, d'une faible dérive et d'une architecture ouverte. Certains Data Glove s'interface avec l'ordinateur via la technologie Bluetooth (jusqu'à 20 m de distance) pour une connectivité haute vitesse.

C'est donc grâce à cette technologie et à l'imagination de créateur que ce gant trouve une application dans le spectacle vivant.



En Janvier 2013, CNN lui consacre un reportage. Elle est interviewée par Lauren Said-Moorhouse, Leila Hussein & Earl Nurse

**Une chanson et une danse** – Grâce au processus de conception et de développement, Heap a constamment fixé des objectifs pour l'équipe Mi Mu qui travaille avec elle. L'un des premiers jalons qu'elle a mis était d'écrire une chanson spécifiquement pour les gants. Elle explique : *« l'équipe et moi-même pouvions créer du logiciel et du matériel pour me permettre de créer une musique à partir de zéro en utilisant uniquement les gants pour écrire la chanson et ensuite pour exécuter la pièce uniquement à l'aide des gants »*. Le résultat : sa chanson dynamique et éthérée intitulée "Me The Machine. Le Principe pour jouer est simple : Avec un coup de poignet, le battement de batterie commence. Le son familier et profond du tambour Tom-tom fait écho autour du studio improvisé. C'est une performance musicale. Pionnier de la fusion de la technologie et de la musique portables, Heap est dans une octave complètement différente grâce à ce qu'elle appelle ses **gants Mi. Mu** - des gants qui donnent le pouvoir de créer toute une composition musicale au bout de ses doigts. Avant ce procédé la seule façon de faire de la musique avec un ordinateur était de passer par une souris et un clavier. »



Heap explique : *"Je voulais avoir quelque chose qui était directement relié au corps et qui venait du cerveau pour pouvoir rapidement manipuler le son simplement par des gestes intuitifs"*.

**Kelly Snook**, un ingénieur de l'équipe Mi Mu, qui travaille sur le projet des gants musicaux depuis sa conception il y a près de six ans ajoute *« Il y a des capteurs dans les doigts qui détectent la courbure de votre doigt, tous, y compris le pouce, certains détecteurs de mouvement tels que des accéléromètres, gyroscopes, magnétomètres , toutes les informations données par les mains et la posture ou la position du corps envoient toutes ces informations à l'ordinateur et vous permet ensuite avec un logiciel de produire de la musique »*.

Heap souhaite grâce à cette technique faire évoluer le rapport au corps et à la musique dans ses spectacles sur scène. « *Le Mouvement pour moi c'est la clé* », dit-elle. « *J'ai un corps et j'ai un esprit et dans mon esprit, de la musique. Avec les gants j'ai presque obtenu la mobilité illimitée sans être reliée par des fils, donc, le mouvement me permet de jouer à l'infini.* »

Assistons-nous à une mutation musicale où les musiciens n'auraient bientôt plus leur place sur une scène ? Au contraire, pionnier de la fusion de la technologie et de la musique portables, Heap est dans une complémentarité avec les musiciens

- **Quand la magie même est impactée par le numérique : Le détournement du réel, dans la magie est sans doute, par nature, un point commun avec la pensée numérique**

Référence incontournable du courant de la **“magie nouvelle”**, **Etienne Saglio** s'est fait connaître pour ses mises en scène sombres et poétiques dans lesquelles il explore les profondes angoisses humaines.



Des lieux conventionnés “arts numériques”, comme le Centre des arts d'Enghien-les-Bains, commencent à s'intéresser aux créations de la magie nouvelle. C'est là que Etienne Saglio trouve son terrain de jeux.

Ses spectacles, nés d'une hybridation de la magie, de la danse, du jonglage et des arts numériques, mettent en scène des créatures oniriques. L'artiste, qui présente actuellement Les Limbes et sa dernière performance « *Projet Fantôme* », dévoile son univers radical à travers un entretien dans lequel il invite à pénétrer un univers fantasmagorique, fascinant, étrange, peu rationnel par nature : la magie.

Cet artiste singulier mélange plusieurs arts de la scène avec l'outil numérique. Tout y passe, la magie bien sûre, mais également le jonglage, la danse, l'illusion classique et traditionnelle, ainsi que des objets apparemment anodins à qui il donne vie et qu'il anime grâce à son talent et ses outils numériques. Toutes ces choses deviennent autant de matériau auquel il donnera vie par la magie.

Ces objets s'apparentent à des personnages évoluant par une scénographie et une dramaturgie dont la matérialité des choses devient irréelle et quasi immatérielle. L'esthétique et la poésie s'épanouissent pour faire de cet artiste pluridisciplinaire un être unique dans l'approche de ses arts et des outils numériques.

Etienne Saglio : *"Le rapport au réel est quelque peu différent en magie. Je vois davantage un point de friction avec les arts numériques. Je m'explique : la magie a besoin du réel pour fabriquer de l'irréel. Elle n'opère qu'entre la fine frontière du possible et de l'impossible. En fait, l'émotion naît essentiellement du trouble de la réalité. En tant que magicien je me dois de rester proche du réel au risque de briser l'enchantement. A l'inverse, l'art numérique peut se permettre de s'éloigner du réel et de tendre vers le virtuel. De façon générale mon travail porte sur l'imaginaire et ses dérivés et je dispose de toute une panoplie de techniques pour les mettre en scène. En tout cas je fais en sorte qu'il existe une tension entre ces deux notions. Il en résulte que mes personnages sont toujours en proie à leur imaginaire."*

- **Les pistes que le numérique offre au spectacle vivant sont multiples et quasi infinies**

Le numérique est devenu un outil pour renouveler les modes de création. Le monde des arts du spectacle vivant n'y a pas échappé et les créateurs s'emparent désormais des nouvelles technologies pour explorer ses territoires et repousser les pratiques classiques de la danse, du théâtre et plus largement du mouvement et du corps, de la musique, jusqu'au théâtre et sans exclusive de spectacles vivants scéniques.

De l'écriture scénographique au traitement des musiques, sons et effets visuels, ces créations hybrides bouleversent les processus de création, d'écriture dramaturgique et d'appréhension du public.

### **Conclusion de la partie A :**

**L'évolution numérique est un fait accompli.** Elle s'est dispersée dans la réalité d'aujourd'hui, la modifiant quotidiennement et drastiquement. Elle touche nos pratiques créatives ainsi que la production, et notre façon de communiquer avec le public et ses habitudes.

- **Comment pouvons-nous atteindre la génération de l'ère numérique ? La technologie étouffe-t-elle la créativité ou, au contraire, ouvre-t-elle les portes de l'imaginaire ?**

Il faut espérer que la communauté des arts du spectacle (avec des idées, des compétences, et du courage) saura tirer un profit d'abord artistique et esthétique vers plus d'émotions communes et partagées par le plus grand nombre mais également, des gains potentiels tout en restant attentive aux possibles risques qui accompagnent l'ère du numérique.

**Qu'il s'agisse des scientifiques, des sociologues, des journalistes ou des artistes, le corps social associé ou prisonnier des nouvelles technologies est un sujet dominant.**

**Et tant d'autres artistes et propositions esthétiques où le numérique est partout le lien, à la fois mécanique et humain, pour une création d'une richesse intense et sans fin.**

### **B) Le public :**

- **La perception et l'impact du numérique au service des publics ?**

Une étude a été réalisée par HARRIS INTERACTIVE POUR LE PRODISS en Mai 2014. (*Le PRODISS est le syndicat national des entrepreneurs de spectacles de musiques actuelles et de variété en France, rassemblant plus de 300 PME/TPE du secteur privé (producteurs, salles, diffuseurs et festivals)*) Intervenant : **Stéphane Vial**

Cette enquête voulait identifier les nouveaux modes de consommation des spectacles vivants à travers le numérique, les éventuelles complémentarités ou oppositions entre les différents modes de consommation, ainsi que les perceptions associées.

- **La perception des spectacles vivants à travers le numérique : des moments d'émotion :**

- **Les perceptions positives**

Il est ressorti de cette enquête que pour les Français le spectacle vivant était en premier lieu : de l'émotion. (58%). Ajoutons que les spectacles vivants utilisant du numérique étaient associés à la modernité et à la diversité culturelle donc à des aspects positifs pour (44%), le partage (38%) et la performance (38%) ou encore à un acte exceptionnel (25%)

Les plus jeunes soulignent particulièrement le caractère de performance et d'exception qu'ils prêtent aux spectacles vivants. La bonne nouvelle c'est que dans le même temps les gens qui ont l'habitude d'aller au spectacle continuent d'aller les voir en « live » ce qui signifie que la fréquentation dans les salles et le visionnage sont sans doute davantage complémentaires qu'opposés.

Dans le détail, les Français déclarent davantage avoir déjà regardé un spectacle vivant sur écran en différé (62%) qu'en direct (45%). Presque autant (55%) indiquent avoir déjà visionné un spectacle en entier. Les spectacles les plus fréquemment visionnés sont les spectacles comiques et les concerts de musique, devant les pièces de théâtre, les comédies musicales et les spectacles de danse. 26% des Français indiquent avoir visionné un spectacle vivant pour découvrir un artiste en situation de spectacle réelle (plutôt que via un clip officiel), 22% car cela leur a été conseillé par une personne notamment par le biais des réseaux sociaux, et 17% pour se faire une opinion avant un acte d'achat.

En fait les raisons du choix d'un nouveau mode de consommation lié aux outils numériques c'est avant tout une impossibilité d'assister « en vrai » au spectacle, avant la mise en avant d'arguments financiers.

## ➤ Les perceptions négatives

On note un intérêt relativement limité pour une offre payante d'accès à des spectacles sur un écran mais un Français sur deux déclare éprouver de l'intérêt pour l'alternative permettant de visionner des spectacles vivants via un écran.

Cependant, seuls 16% indiquent être intéressés par la possibilité de visionner des spectacles vivants via un écran à titre payant. Les personnes intéressées préféreraient dans ce cas payer au spectacle (74%) même si ¼ opterait pour un abonnement donnant accès à un catalogue de nombreux spectacles. Cette proportion monte à 60% parmi les répondants de 15 à 24 ans.

Les Français déclarent faire le choix de regarder un spectacle vivant via un écran en raison avant tout d'un défaut de disponibilité en termes de temps et de places (69%) ou en raison d'un manque de moyens financiers (41%).

Ce qui marque dans cette enquête c'est combien la notion de modernité, que permet le numérique, pour regarder le spectacle vivant est associée à la notion d'écran. Plus des 2/3 des Français disent avoir regardé du spectacle sur des écran (TV, ordinateur).

Les nouveaux modes numériques de consommation des spectacles vivants étaient donc identifiés en 2014 à l'arrivée des écrans dans les foyers. Les autres formes de perceptions utilisées lors de spectacle ou dans les spectacles (vidéo, projection numérique mélangés à la musique etc...) ne sont pas mentionnés.

Indépendamment des visionnages, les smartphones ont déjà leur rôle à jouer puisque 16% des Français mentionnent avoir déjà filmé un spectacle via leur Smartphone (28% parmi les plus jeunes) et autant à avoir relayé sur les réseaux sociaux une vidéo d'un spectacle vivant (25% parmi les moins de 35 ans).

- **De quelle façon le public associe le numérique à une certaine modernité ? Supports et médias des nouvelles consommations :**

Téléphone et ordinateur sont les deux supports les plus usités ; les plateformes d'hébergement et de partage de vidéos constituent quant à elles le service le plus familier : 70% déclarent avoir regardé un spectacle vivant sur une télévision en direct et 55% sur ordinateur mais aussi 37% sur une télévision en replay.

Par contraste, ils ne sont aujourd'hui que 10% à indiquer avoir utilisé une tablette et 8% un smartphone. On observe un effet d'âge puisque les spectateurs les plus âgés mentionnent davantage avoir privilégié la télévision et les plus jeunes l'ordinateur.

Parmi les personnes ayant regardé un spectacle sur un ordinateur, une tablette ou un smartphone, la majorité indique avoir eu recours soit aux plateformes de partage de vidéos (Youtube, Dailymotion...) soit aux sites Internet des chaînes de télévision (Arte, France Télévision, Canal+, MTV...) : respectivement cités par 69% et 55% des répondants.

Les membres des catégories populaires mentionnent davantage les raisons financières tandis que les membres des catégories supérieures évoquent davantage les aspects de recommandations et d'aide à la prise de décision avant l'achat d'un billet ou d'un album.

De façon générale, les différents acteurs cités du domaine de la musique sont perçus comme jouant un rôle important dans le développement de ce secteur, en premier lieu desquels les producteurs de spectacles vivants (81%). Si les Français accordent un rôle important aux producteurs de spectacles vivants, ils ne semblent pas avoir une connaissance précise sur le mode d'exercice de leur profession : 86% pensent que les producteurs de spectacles vivants sont rémunérés lorsque les spectacles qu'ils ont produits sont mis en ligne et visionnés, 41% pensant même que cela est systématique ou presque.

Si les producteurs de spectacles vivants bénéficiaient effectivement d'un droit de regard et d'une rémunération sur leurs spectacles numérisés, les Français expriment quelques inquiétudes portant sur le prix des billets ou la rémunération des artistes mais estiment majoritairement que cela aurait des effets bénéfiques : pour 67% d'entre eux, cette mesure permettrait de créer des spectacles plus ambitieux et innovants, ils sont autant à considérer que cela donnerait plus de place à ces producteurs par rapport aux plateformes qui diffusent ces spectacles, et 57% déclarent que la qualité des vidéos des spectacles vivants disponibles sur Internet se trouverait améliorée.

- **Les techniques ne sont pas seulement des outils, ce sont des structures de la perception**

Elles conditionnent la manière dont le monde nous apparaît et dont les phénomènes nous sont donnés. Depuis près d'un demi-siècle, les technologies numériques nous apportent des perceptions d'un monde inconnu. Ces êtres qui émergent de nos écrans et de nos interfaces bouleversent l'idée que nous nous faisons de ce qui est réel et nous réapprennent à percevoir. Le temps est venu d'analyser «la manifestation numérique » dans toute sa complexité.



La prétendue différence entre le rationnel et le virtuel, (car c'est un fait du passage du Moyen-âge à la Renaissance que de penser l'Homme comme rationnel non soumis à l'irrationnel souvent religieux) n'existe pas et n'a jamais existé. Nous vivons dans un environnement hybride, à la fois numérique et non-numérique, en ligne et hors ligne, qu'il appartient aux designers, aux créateurs notamment de spectacle vivant de rendre plaisant, touchant et attrayant.

## B – 1 : Comment le numérique impacte dans les théâtres en France vis-à-vis du public ?

Les secteurs culturels, le théâtre a régulièrement été décrit comme étant en retard en termes d'appropriation du numérique, en particulier en comparaison avec le secteur des musées ou avec celui des musiques actuelles.

Il est vrai que le spectacle vivant a pu entretenir une méfiance ontologique envers le numérique, à partir de ces couples d'opposition : d'un côté, la présence des acteurs et le réel des actions versus le virtuel des images projetées et la disparition des corps humains, de l'autre, le caractère éphémère de l'expérience théâtrale versus la mémoire des données numériques qui nourrissent le big data.

Cette méfiance qui repose sur l'essence même du théâtre s'accompagne d'un rejet historique du mercantilisme et consumérisme culturels, fondé au tournant des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles à partir de la constitution du « Théâtre d'art » et de l'avènement de la mise en scène moderne, à l'origine des paradigmes esthétiques du secteur du théâtre.

- **Comment les professionnels perçoivent le numérique ? Quel sont les transformations induites, dans les métiers du spectacle, par ces outils ?**

**Juliette Kaplan**, Directrice du Pôle Image et Communication du Grand T (Nantes, 44) répond : « *Il y a une véritable prise de conscience de la nécessité de suivre le virage numérique au sein de tous les services. La mobilisation de quelques personnes en interne a impulsé un réel besoin de changement. De profonds chantiers sont mis en place dans notre théâtre impactant très prochainement nos manières de travailler collectivement mais également avec nos collaborateurs extérieurs (artistes, partenaires). Le basculement vers un nouveau système de billetterie devrait également modifier nos rapports avec nos spectateurs. Il s'agit de réinterroger nos méthodes de travail, d'en abandonner certaines et d'en intégrer de nouvelles. L'organisation générale de la structure en sera impactée, nous ne savons pas encore exactement comment.* »

Il existe les outils qui sont ceux de la communication, que nous permet le numérique et que celui-ci a fait évoluer. Ceux de la gestion de données, dans les théâtres, sont des outils souvent paramétrés avec les logiciels de billetterie qui sont aisés à appréhender mais également restrictifs car pas assez utilisés, par manque de formation et de professionnalisme. Malgré tout on relève une utilisation déjà bien engagée des logiciels et outils collaboratifs. Bien que ce soit actuellement avec une priorité d'usage de type « grand public » plus que dans une logique d'optimisation du fonctionnement organisationnel.

**Anne Le Gall** (Présidente du TMNLab et directrice de la communication et du développement au théâtre de Colombes) explique : « *Aujourd'hui on doit se servir du numérique dans les théâtres en **repensant notre rapport au territoire**, c'est-à-dire que le numérique ne doit pas être conçu **que** comme un outil, car c'est de cela que l'on a hérité, et si on se limite à penser le numérique que comme un outil on se limite aussi pour une autre utilisation dans son propre théâtre* »

Les maisons de Théâtre ou d'accueil de spectacle vivant doivent faire d'énormes progrès techniquement car les outils actuels sont assez peu performants et sont trustés par des opérateurs de billetterie privés (Fimalac pour la partie rapport avec la FNAC, mais aussi Rodrigue et autres) qui sont tous les logiciels de billetterie et qui d'un côté sont empiriques et ont, sur la partie « marchande » des théâtres, une bonne connaissance comme la gestion des grandes salles mais qui d'un autre côté n'ont pas développé la partie gestion et relation avec le spectateur, pilotage des ventes. Et ceux qui ont intégré ces questions sont dans des secteurs beaucoup plus gros sur le plan économique et vont, par exemple, gérer des événements sportifs, de l'événementiel et pas des problématiques liées aux théâtres et aux rapports entre le spectateur et les artistes car ils ne sont pas très sensibles à ce problème. Donc leurs modèles économiques ne sont pas adaptés à des salles petites (type théâtre de ville) ou moyennes.

La fonction GRC (Gestion de la Relation Client) ou CRM (Customer Relationship Management) est une fonctionnalité que les théâtres utilisent encore peu. Ainsi, 41% des répondants à l'enquête du TMNLab ne savent pas si leur logiciel de billetterie dispose de cette option. Seuls 28% déclarent que leur logiciel en est équipé. Près d'un tiers des théâtres connaissent cette fonctionnalité mais déclarent que leur logiciel ne le permet pas.

- **Peut-on dire que le numérique change l'écriture d'un art comme le théâtre ?**

Si les artistes et les spectateurs semblent désormais attentifs aux développements de ces outils, il apparaît en revanche que la limite acceptable à ces expérimentations soit de conserver « intact » le temps de la représentation. Le temps où le spectateur interagira n'est pas encore tout à fait venu même si certains spectacles voudraient bien s'essayer à ce nouveau mode d'inter-jeux entre le public et les acteurs.

Pour exemple, l'initiative de quelques théâtres américains d'installer des « tweet seats », permettant à des spectateurs de twitter au cours de la représentation sans déranger l'ensemble du public, est encore fortement rejetée par le milieu culturel français.

La question est la remise en cause et la désacralisation du spectacle vivant et se fait par un retour à une version primaire du théâtre de tréteaux avec interaction directe et immédiate du public. (Rire, applaudissement etc...)

Aujourd'hui il paraît pertinent de se poser un certain nombre de questions sur la réalité de cette fracture numérique sectorielle supposée. Ne constatons-nous pas plutôt une appropriation de l'évolution des outils numériques, du moins quand il s'agit de la relation aux publics ?

Les metteurs en scène comme tout le monde sont impactés par les outils numériques qu'ils ont avec eux, (smartphone, tablette et autres outils du quotidien.) La question est : comment utilisent-ils - ou pas - l'outil numérique pour leurs créations ? Sachant que la culture numérique fait partie de leur environnement. Les artistes, les auteurs, et même les institutions avec lesquelles ils travaillent sont en phase avec ces mêmes outils.

L'utilisation de ces matériels numériques permet de créer plus simplement, mais ils n'exonèrent pas d'une recherche inventive et réfléchie faisant sens avec la volonté créatrice, ils permettent juste d'augmenter les interactions techniques et la dynamique entre ces outils. (Fichiers vidéo, photos, décors 3D, sons, musiques...).

Cela pose la question de l'acte de création. Tant pour les écritures dramatiques que visuelles et esthétiques. Les pratiques de travail et de créations évoluent au rythme des changements numériques. La vidéo, le son, la lumière, mais aussi le langage dans les textes. Des mots nouveaux apparaissent. Il ne viendrait pas à l'idée d'un auteur d'écrire dans la bouche d'un personnage : « *Tu veux bien me passer le combiné téléphonique qui est sur son socle s'il-te-plaît ?* » Non il écrira et fera dire « *Passe-moi ton smartphone s'il te plaît* ». Le langage dramaturgique vit avec son temps, le nôtre.

**Nicolas Rosette** (spécialiste des arts scéniques et des médias numériques.) *Et Christophe Castro de « Théâtre »* pointent cet état de fait : « *Cette pratique des échanges transforme l'écriture et l'esthétique scénographique, en faisant intervenir des communautés artistiques et techniques de plus en plus larges. Pour exemple, on voit apparaître de nouveaux intervenants, les « Visual artists », sont aujourd'hui impliqués dans de nouvelles pratiques d'art scénographique, sans disposer des moyens considérables de certains laboratoires ou grandes institutions.* »

- **Et sur le plateau, qu'est-ce qui change ?**

Les moyens techniques offerts aux techniciens ont évidemment considérablement évolué, il n'est pas rare de voir sur un plateau de théâtre des projecteurs dit : « automatiques » depuis au moins près de 30 ans. En effet l'automatisation des outils de la lumière n'est pas si récente et permet une plus grande liberté » de créativité aux artistes scénographes et metteurs en scène. De même que la vidéo et le laser visuel se sont aussi popularisés et leur fonctionnement s'est simplifié considérablement. Cette liberté banalisée garde son intérêt pour des projections qui suivent les mouvements ou des contours (mapping).

- **Et du côté du public, qu'en est-il de la visibilité des œuvres ?**

L'importance de l'image artistique et esthétique produite par la vidéo notamment a pris une ampleur qui risque parfois d'annihiler le sens du message ou de la dramaturgie portée par le texte et les intervenants artistes (comédiens ou danseurs) en apparaissant trop fortement lors du spectacle. Le public retiendra davantage les performances techniques de l'image vidéo au détriment de la sensibilité et l'acte artistique de l'artiste.

D'autre part la représentation tronquée par les « teaser » circulant sur le Net modifient le regard du spectateur, elle peut a priori se retourner contre le spectacle en créant une envie contraire à la raison pour laquelle cette circulation sur le Net a été pensée. C'est-à-dire : « appâter » le client et faire venir plus de public dans la salle. Cette « sur visibilité » d'extraits de certaines œuvres théâtrales nuit à l'attrait qu'elle est censée créer.

- **Dans ces interactions de co-création entre l'humain et le numérique, où est la place du spectateur ?**

Depuis la création de l'acte dramatique, le public est celui à qui on présente une œuvre mais également le partenaire, malgré lui, obligatoire de la finition de l'œuvre. Une pièce drôle sans aucun rire s'appelle « un bide ».

L'interaction entre le public et la technique a toujours été. Il y a une convention et une complicité entre l'artiste et son public lors de la prestation théâtrale.

Le lieu de représentation est celui où l'on se coupe volontairement de son quotidien et de son monde, notamment de ses objets numériques, pour prendre du plaisir ensemble et accepter de rentrer dans un autre monde, celui de l'imaginaire d'un créateur ou d'un auteur. Et le paradoxe fait que sans outil numérique le spectacle vivant n'existerait pas aujourd'hui.

Que le public ait aimé ou non, il retrouve ses outils numériques préférés pour devenir critique, « partage » et « fait passer » son sentiment via les réseaux sociaux. Il s'inscrit dans un processus de participation en utilisant la modernité des outils.

D'autre part il semble que le public soit plus attentif à des outils type newsletter, ce qui les conduit à acheter plus facilement leurs billets dans les théâtres plutôt que par des plates-formes type FNAC ou autres.

Les modes de propagation d'un succès changent d'outils de communication. Les pratiques du spectateur évoluent. Le bouche à oreille, vieux comme le monde, de même que « la claque » qui consistait à payer des gens, « les Claqueurs », pour applaudir, soutenir, rire, siffler, lors des représentations afin de donner le sentiment d'un grand succès et de promouvoir et prolonger la vie d'une pièce de théâtre pour des raisons économiques tant à passer maintenant par les outils numériques. Plus le spectacle se jouait, plus il était susceptible de rapporter de l'argent au directeur du théâtre. Cette façon de faire parler d'un spectacle eut cours durant 3 siècles, se fait maintenant via les réseaux sociaux à une rapidité vertigineuse qui peut mettre une production en péril.

**Adrien Castelnaud**, assistant de direction, Théâtre Saint-Georges, Paris (75) le constate tous les jours :

*“Le public est plus attentif aux newsletters, les gens viennent acheter directement chez nous au lieu d'aller vers un revendeur extérieur car nous avons une politique tarifaire plus cohérente, et les évolutions numériques nous ont permis de le faire savoir. Suivant les spectacles, le public parle de plus en plus du lieu ou de la pièce sur les réseaux sociaux. Et les blogueurs ont changé la manière de percevoir la communication autour d'une pièce.” - “L'un des points positifs est le rapport au public : plus d'interaction, et le sentiment de davantage le connaître, d'avoir plus de connivence et de réactivité, plus de liberté dans le ton et dans l'adresse au public.”*

- **Que penser des expérimentations théâtrales où interviennent des interactions numériques avec le public ?**

Il me semble qu'il y a un risque de mélanger l'interactivité entre le public et les outils numériques. C'est celui de la qualité d'écoute de celui-ci. Il peut être plus concentré sur l'interaction technique avec le spectacle que d'être ouvert à une sensibilité artistique de l'œuvre. Bien sûr le spectateur n'est jamais passif lors d'un spectacle. Le théâtre est un moyen particulier de s'interroger sur le monde et de se voir en tant que spectateur comme dans un miroir.

Les effets numériques demandant une interaction avec le public, le détournement de sa fonction réflexive, tout en étant divertissants. Là, on passe davantage du côté du divertissement pur, type parc d'attraction bourrés d'effets liés aux outils numériques, qui n'est pas fait pour repenser le monde mais juste profiter du plaisir du moment présent.

Cela dit ces expérimentations surtout si elles sont ludiques, ont le mérite de s'interroger sur la force attractive naturelle du théâtre.

**Lee Strasberg** s'asseyait souvent à la terrasse d'un café à regarder passer les gens et se mettait en situation de spectateur de la vie des autres, il était « au théâtre ». Celui-ci peut se suffire à lui-même, son impact n'est pas nécessairement lié à la technologie et ne le transforme pas fondamentalement

Nicolas Rosette renchérit en disant : « ...Mais c'est une très bonne chose de faire des expérimentations, éventuellement ludiques, et de les annoncer comme telles. Le fait de jouer ainsi avec les bordures du dispositif théâtre permet de se recentrer sur ce qu'il est, et sur ce que sont d'autres arts du spectacle... Il me semble que les réponses de l'interactivité se trouvent plutôt en amont du plateau. Et que celui-ci redevient, avec la technologie omniprésente dans nos existences, un vrai laboratoire de questionnement permettant de voir la limite de certains dispositifs relationnels qui nous entourent. »

## **B – 2 : Le numérique est en train de modifier les relations entre spectacles vivants et notamment le théâtre et le public**

Les incidences sur l'influence grandissante du numérique sur le spectacle vivant sont visibles, tant au niveau de l'écriture dramatique, qu'au niveau des esthétiques et interroge notre société du spectacle sur tous les plans : dramaturgique, technique et sociétal. L'impact du numérique, comme un vase communicant, se nourrit des évolutions

technologiques et renvoie en miroir à nos sociétés et leurs modèles leurs avantages et leurs travers. Pour s'en convaincre interrogeons-nous sur la nature des textes, sur les réactions et les avis des spectateurs et leur fréquentation dans les lieux et sur les moyens mis en œuvre pour atteindre toujours plus de public.

- **Le théâtre est-il toujours au service du texte ? Ne se laisse-t-il pas manger par la technologie ?**

La vraie interrogation qui se pose est : le théâtre interroge-t-il toujours le monde ? L'évolution qu'amène la technologie dans la création théâtrale et sur les plateaux ne change pas cette interrogation fondamentale. Il est vrai que le texte n'est plus le seul objet artistique qui intéresse le public.

Beaucoup de créateurs ont une maîtrise remarquable de l'écriture par les images, et se concentrent assez peu sur le texte au sens classique du terme. Ces innovations sont là, elles sont très prometteuses et se mettent en place plutôt en dehors de la culture savante.

On peut faire un parallèle avec le livre papier, format de diffusion de culture primordiale, mais paradoxalement la lecture sur Internet a réactivé la pratique de la lecture en générale.

Au final, il me semble que c'est surtout dans les cultures de production du texte, de l'image et du son que les choses changent aujourd'hui rapidement et que des inventions apparaissent.

L'approche artistique des créateurs, dans leurs spectacles est très inspirée par la culture numérique et ils génèrent un univers parfois hilarant et loufoque. Ces créations se réfèrent à un jeu vidéo, comme lorsque dans un jeu les protagonistes luttent et coopèrent pour passer d'un niveau de civilisation à un autre. On est dans une pensée recherchée mais avec beaucoup de subtilité, de finesse et d'humour. (Exemple « La Dame Blanche » pièce de Sébastien Azzopardi et Sacha Danino. Ce spectacle mélange la narration dramatique et les effets numériques)

Les outils numériques changent les pratiques, non seulement du fait de l'usage des traitements de texte, mais des outils spécifiques à l'écriture scénographique ou vidéo. Les évolutions technologiques amènent une bascule dans les écritures du texte.

Les images, notamment les vidéos incluses dans les scénographies produisent des narrations radicalement différentes. Les écritures de l'image, du texte, de la musique et du plateau, autrefois séparées dans les professions et dans les temps de processus de création, se trouvent aujourd'hui conjuguées ou mixées lors du processus de création du spectacle et même pendant les répétitions scéniques.

Création intermédia et régie numérique pour le spectacle vivant, il existe des formes nouvelles pour faire vivre un spectacle, pour travailler le spectacle différemment, des nouvelles interfaces d'écriture et de contrôle pour la création artistique : écritures du son en plateau qui accompagnent, précèdent, prolongent le passage d'un spectacle. Le théâtre s'est trouvé « projeté » dans le numérique tout d'un coup, avec les écritures du son en plateau, ce qui a eu une influence sur les outils et la façon d'implanter les outils dans la salle au milieu des spectateurs.

- **Pour les spectateurs ? Est-ce-que le numérique modifie la fréquentation des publics ?**

Les directeurs / programmateurs se sont beaucoup posés la question de comprendre la dimension numérique : Qu'est-ce-que cela veut dire « l'ère numérique » et en quoi ça change notre rapport aux spectateurs et aux habitants des territoires des théâtres de ville. Là on est dans un « endroit » très intéressant mais c'est aussi une problématique un peu floue. La raison en est simple. Il n'y a jamais eu vraiment d'étude statistique sur ce que change et modifie le numérique dans les comportements d'un public.

Cette question de l'impact de « l'ère numérique », oblige à chercher à comprendre, en sortant de nos outils et de nos métiers et de prendre de la hauteur : qu'est-ce que ça veut dire d'avoir des modes relationnels qui sont beaucoup plus horizontaux grâce au numérique, où l'on construit ensemble beaucoup plus les choses avec les habitants.

Au Théâtre de Colombes par exemple, un club de spectateurs a été créé, et l'équipe du théâtre travaille avec eux sur les actions de communication en relation avec le public, le numérique et les outils qui sont mis en place en avec eux.

Il y a une évaluation. L'idée est de mesurer l'impact des outils numériques. Cette réflexion devrait s'engager entre professionnels, tutelles et partenaires. Mettre au cœur du débat et de la réflexion l'enjeu, que représente la valeur temporelle d'une statistique ponctuelle de nombres de clics, face à une réelle fréquentation supérieure des salles de spectacle.

Le but est d'envisager des évolutions dans les pratiques et dans l'usage des outils numériques sur le long terme. Cela implique bien sûr une vraie prise de conscience de l'importance des enjeux tant économiques qu'artistiques qui se jouent pour les décennies à venir concernant la fréquentation du public.



Anne Le Gall, directrice de la communication et du développement, « L'Avant Seine / Théâtre de Colombes 92 » analyse la situation particulière du Théâtre, mais de fait cette réflexion étayée par quelques lois de pratiques pourrait être le miroir de chaque salle de spectacle qui s'investirait réellement dans l'apport du numérique vers la fréquentation des publics.

*“L'évaluation est une composante essentielle de notre stratégie de développement. L'intégration des outils numériques nous a permis d'avoir une vision plus pragmatique des retombées de nos actions - pas seulement numériques - et de les affiner continuellement. Les données ou data, qu'elles proviennent de notre logiciel de billetterie, du plugin marketing que nous sommes en train d'expérimenter, de Google Analytics, de notre webservice d'emailing ou d'ailleurs, sont des outils précieux qu'avec l'ensemble de mon équipe nous apprivoisons de mieux en mieux, au service du public. Nous sommes encore modestement dans de l'artisanat et de l'expérimentation, ce qui correspond aussi à la taille de notre structure et à l'absence de formation de l'équipe sur ces sujets, mais cela porte ses fruits à tous les niveaux : édition, print, diffusion, relations avec les publics, relations aux entreprises”*

- **Quels sont les différents outils numériques mis en place en direction des publics ? De la part des structures et des tutelles (type Ministère de la Culture et de la Communication) ?**

Très concrètement les équipes de certains théâtres sont en train de travailler avec le public sur le contenu éditorial de leur site, de le revisiter, pour concevoir ensemble la manière dont le public s'en sert. Des équipes sont en train de réinventer toute l'ergonomie et accès au site. L'idée est de comprendre « les parcours utilisateurs ».

Dans un contexte général où 56 % des connexions se font en mobilité (48 % via smartphone et 8% via tablette, (source Médiamétrie, décembre 2015), la majorité des théâtres (presque 7 sur 10) ont adapté leur site Internet à la lecture sur l'Internet mobile.

La newsletter est une pratique institutionnalisée (90%) avec des efforts de ciblage (87%) pour l'ensemble des théâtres. Toutefois, la professionnalisation de la pratique de son envoi a encore des marges de progression. Ainsi, dans 8% des cas, la newsletter est encore envoyée depuis la boîte email d'une personne de l'équipe. L'outillage professionnalisé est cependant bien présent.

Des dispositifs numériques variés sont proposés aux abords des théâtres et in situ. Ce sont plus des appareils numériques d'accès à l'information que des dispositifs favorables à l'interaction avec le public.

Plusieurs moyens peuvent être proposés : En premier lieu des outils destinés aux personnes en état de handicap (25%), des bornes numériques sur la façade à l'extérieur (6%), des dispositifs interactifs permettant l'expression du public (2% seulement des théâtres sont équipés des matériels nécessaires), des dispositifs sous forme de bornes ou par les sites ou les réseaux sociaux (4%), des écrans d'informations dans les halls des théâtres (47%) et des accès Wifi libre et gratuit.

Finalement l'influence de la catégorie de théâtre est statistiquement significative pour 4 types d'agencements aux abords et in situ qui sont : les écrans d'informations, la présence de borne de réservation de place, les offres d'accessibilité aux publics handicapés et le fait de proposer d'autres dispositifs numériques.

On constate donc que la modernité interactive est assez peu utilisée d'une façon habituelle par le public, en revanche la lecture d'écran est entrée dans les mœurs mais génère finalement peu de spectateurs en plus. Aucune étude n'a été faite en comparant des spectateurs présent grâce à la lecture d'information sur un écran et ceux présent dans la salle par des moyens de communications traditionnels (affiche, presse, flyer, émission de radio ou de télévision)

En revanche en juillet 2016, Le festival d'Avignon a produit une enquête sur les spectateurs fréquentant le festival et à portée une attention particulière au rapport entre numérique et fréquentation. *« L'attention portée au numérique accompagne le développement de l'activité du Festival sur Internet, pensée en résonance avec les pratiques de son public et avec son projet artistique. Cette attention témoignée au numérique s'inscrit aussi dans l'un des deux axes identitaires de l'Université d'Avignon. Le numérique n'est pas une fin en soi, mais plutôt un prisme pour voir autrement les pratiques festivalières. »*<sup>16xvii</sup>

Cette enquête révèle que : Pour organiser « son » festival, le public associe communication imprimée et numérique : 56,2% utilisent le programme papier et 49,2% le site Internet pour choisir des pièces. Notons que 58,2% des spectateurs venus moins de 5 fois au Festival d'Avignon ont utilisé le site Internet à cet escient, ce qui en fait le premier outil de communication pour cette catégorie de spectateurs.

- **Est-ce-que ce travail de mise en place d'outils numériques, a un impact sur les publics en général et sur quel type de public ? Est-ce-que c'est mesurable. Est-ce mesuré ?**

Il y a des choses qui sont mesurables dans les actions menées parce que le numérique permet d'avoir des outils de suivi. Il est possible de contrôler. Il y a des statistiques de ce qui est fait dans chaque lieu, lorsqu'il y a une action de communication ou quand une enquête a été faite auprès des publics. C'est rarement le cas pour l'emploi des outils numériques, comme sur la qualité du rapport au spectacle avec le public, ainsi que sur la fréquentation de celui-ci.

Cela corrobore le manque de personnel formé et le fait que les institutions et les directions de lieux n'ont pas les moyens, ou n'ont pas pris conscience, à l'ère numérique, de l'importance de sensibiliser grâce à ces nouvelles pratiques un public sous informé ou peu intéressé par les outils numériques parce que plus touché par les moyens de communications plus classiques (presse, affiches, print, flyer etc....)

Pourtant le **Ministère de la culture et de la Communication** a mis en place en 2010 à 2016, un dispositif ignoré et inconnu par plus de la moitié des structures concernées (51,8%). Il s'agit d'un appel à projet intitulé « *Services numériques culturels innovants* ». Mais sans doute cet appel à projet n'est pas suffisamment diffusé vu le peu de réactivité de la part des professionnels.

Cette méconnaissance ou cette ignorance voulue peut avoir plusieurs raisons. La première raison c'est le fait de ne pas déposer de dossier d'aide alors que le dispositif mis en place est connu par 43% des lieux interrogés par l'enquête du TMNlab. Les raisons invoquées sont diverses, manque de personnel pour remplir ce type de dossier, peur d'être dépassé par les obligations d'utiliser des outils pour lesquels les personnels ne sont pas formés. Crainte aussi d'être dépassé par une modernité, ou pseudo telle, qui risque de leur donner un surcroît de travail.

Après tout quand le chemin de fer à vapeur a été proposé dans les villes au XIX<sup>e</sup> siècle, certaines l'ont refusé par crainte que la modernité ne change leurs habitudes.

Il peut y avoir d'autres hypothèses à cette méconnaissance ou à ces refus : l'inadéquation des modalités et des délais de soumission du dossier par rapport à l'organisation interne des établissements ou la crainte de gaspiller du temps, alors que les tâches administratives pour le montage d'un projet, sont de plus en plus lourdes.

Un faible nombre de porteurs de projets récompensés (seuls 5 théâtres sur 100 déposent un dossier et 3 sur 100 obtiennent une aide, avec un net avantage pour les théâtres nationaux).

De fait, connaissant ce faible taux de participation, il s'avérerait sans doute utile d'envisager des mesures d'accompagnement au montage de dossiers pour répondre à ces offres d'aide publique de la part de l'institution.

- **Que reste-il du dialogue, de la prise de parole et des réseaux sociaux : Lequel des trois a le plus de chance de remplir les salles ?**

#### ➤ **Le dialogue avec le public**

En matière de dialogue avec le public, chacun essaie de développer ce qui passe par les outils numériques. Ce n'est pas évident car les publics de théâtre ne sont pas toujours très connectés, le vrai développement de l'utilisation des outils numériques pour le public c'est par exemple d'acheter sa place, même si on assiste à un beau développement sur la newsletter. Il reste donc encore un vrai travail de sensibilisation à faire auprès des publics pour espérer « booster » le remplissage des salles de spectacles vivants et au-delà atteindre de nouveaux publics.

Si on parle de dialogue avec le public via les outils numériques, des réflexions sont menées pour savoir comment offrir au public le moyen de s'approprier les outils numériques physiquement en place à l'intérieur des théâtres.

Pour le moment ils sont très peu visibles hormis Facebook et Twitter, il n'y a pas d'incitations très fortes à échanger avec les équipes des théâtres.

Prochainement, dans un certain nombre d'établissements vont être mis en place des compteurs Facebook et Twitter. Ils pourront être affichés à des endroits du théâtre et ils inciteront à venir « Liker » les pages du lieu. Cela fera tourner le compteur d'une façon visible et on constatera que le numérique est présent, qu'il est là comme un espace de dialogue. Si le public interagit sur le compte du théâtre, le spectateur aura une réponse immédiate et l'échange peut se faire dans l'instant.

#### ➤ **Les réseaux sociaux**

Même si le monde du théâtre est bien investi par les outils numériques, ce sont **les réseaux sociaux** qui mènent le jeu de l'approche du public en matière d'interactivité et d'appropriation de l'information.

Sans surprise, le RSN incontournable est Facebook (95% en pages et 30% en profils). L'usage de Facebook profil, que l'on peut dédier à des logiques de relations publiques, est trois fois moins répandu (30%) que celui de la page Facebook qui est plus verticale, institutionnelle et grand public.

Twitter (62%) est le deuxième réseau utilisé (considéré comme RSN dans cette enquête, bien que désormais classifié comme un média d'actualité). Il y a un impact significatif de la catégorie de théâtre pour 6 RSN : Twitter, Google+, Youtube, Vimeo, Instagram et Soundcloud.

On constate une hausse de la fréquentation des sites internet, une hausse des interactions entre les réseaux sociaux et le site internet ce qui ramène de plus en plus de spectateurs, on constate des bons taux d'ouverture de la « newsletter », (avec des taux de clics bas et haut des utilisateurs)  
Ces différents outils permettent de mesurer et de constater que les actions qui sont menées en direction du public sont bien reçues.

On essaie de créer une porosité de ces espaces de dialogue numérique mais sans que ce soit au détriment du « Print » ou de la relation orale. Il ne s'agit pas de distinguer les uns des autres mais d'essayer de faire apparaître le numérique.

Il faut faire en sorte que les univers physiques du lieu soient cohérents visuellement avec les outils numériques pour faire en sorte que les publics se retrouvent en terrain connu. Par exemple installer des écrans sur les façades des théâtres, où défileront des pastilles travaillées de façon artistique pour montrer des extraits des spectacles en cours ou à venir, cela va créer une ambiance qui attirera l'œil du spectateur. Ce n'est pas non plus de la publicité brute du spectacle mais plutôt des objets artistiques numériques créés pour éveiller la curiosité du public. Ces types de produit seront visibles également sur le site internet, on se retrouve alors avec des éléments graphiques qui sont les mêmes aux différents endroits d'accès de la programmation du lieu, qu'ils soient physiques (affiche ou autres) ou numériques. Cela donne de la cohérence lorsqu'on navigue d'un espace numérique à un espace réel.

Aujourd'hui on réfléchit à ce qui peut inciter le spectateur à prendre la parole, c'est par exemple via Twitter, d'afficher des réactions sur un mur qui serait projeté dans le hall, en fait il s'agit de l'étape suivante qui consiste à rendre la parole du spectateur visible, et parce qu'elle sera visible ils vont parler, c'est un cercle vertueux dans la communication interactive via les outils numériques entre le public et les équipes des lieux. Il faut néanmoins que ce soit fait en temps réel et physiquement dans le lieu.

### **B – 3 : Dans la médiation culturelle, quelles sont les innovations ? Et en matière d'action culturelle vers des publics nouveaux ?**

- **La notion de territoire « couvert » par un lieu est transformé par le numérique, de quelle façon ?**

Le numérique interroge beaucoup sur la « porosité » du lieu « Théâtre », laquelle passe par la programmation qui est diffusée sur les réseaux sociaux, également par les « hors les murs » et le travail en commun avec les habitants.

Ensuite il y a le fait que certains directeurs ou responsables de communication nomment la question des « tiers lieux ». Concrètement, c'est : Comment faire de ce lieu, le Théâtre, un lieu contemporain prenant en compte les outils numériques mis à la disposition du public ou simplement consultatifs, un lieu de vie quotidienne ?

L'exemple le plus simple, quand cela existe, sont les restaurants installés dans les théâtres. On mange sa tartine de charcuterie avec un œil sur ce que l'on va voir, ou sur ce que l'on pourrait voir dans la programmation du lieu. Ce « tiers lieu » est surtout un lieu hors du théâtre, bar privé, salle de mairie, centre d'animation, lieux publics de plein air, cela dépend du projet. Il est totalement partie prenante dans l'action de médiation et de communication, mais ça ne suffit pas. Imaginer ce que l'on va faire de ce lieu spécial comme dans le théâtre dans la journée pour que le public s'en empare, n'implique pas, dans l'immédiat, le numérique qui n'a pas vraiment d'action sur ce type de projet de « tiers lieux ».

Pourtant la définition du « tiers lieu » est né avec « l'ère numérique » car ce sont des espaces de créations, imaginés avec les outils du numérique et beaucoup de « tiers lieu » intègrent ses outils avec, des « quincailleries » numériques et des développeurs. Toute cette culture du remix finalement, on la voit avec Museomix, pour le patrimoine muséal, dont la finalité est d'échanger entre des communautés de spectateurs qui se développent et accueillent de nouveaux membres.

« Les tiers lieux » dans les théâtres, devraient avoir ce même mode de fonctionnement. Le principe est de rester en contact toute l'année et pas seulement autour d'un spectacle vu, de suivre les préparations des prochaines programmations, de suivre la création des projets, de devenir des « spectateurs prototypes ».

- **L'exemple des « tiers lieux » dans les musées adapté aux Théâtres**

La création collaborative est à la base de ce concept, c'est un événement qui a lieu dans les musées qui est en fait un temps de trois jours. Les musées accueillent des gens qui viennent remixer des outils de médiation sur leurs collections en intégrant du numérique. Il y a des développeurs qui sont là, le but est de mettre en place des outils de

médiation sur trois jours, en intégrant toutes les idées qui permettent de se servir des outils numériques dans le but de capter un maximum de nouveau public, c'est un sprint créatif et c'est très dynamisant.

Les équipes des théâtres devraient réfléchir à la façon d'adapter ce concept de dynamisation en direction du public dans un théâtre en utilisant ces mêmes outils numériques. On dépasse là le cadre simple de la médiation pour être dans l'acte créatif et réfléchi conjoint.

Pour exemple, une rencontre a eu lieu à Chaillot par le TMN Lab et des essais pour tester ces notions de sprint créatif et voir comment cela peut s'adapter au théâtre ont été mis en place.

On a constaté que finalement on se libère souvent du numérique parce que si on s'arrête absolument à vouloir faire un « truc numérique » il y a plein de remixe dans les théâtres qui ne vont pas forcément avoir à faire avec le numérique.

Le concept répond à l'envie de faire entrer « l'ère numérique » dans les théâtres. Celui-ci répond à une volonté de décloisonnement et rejoint la décision d'agir ensemble public et professionnel du spectacle vivant.

Il s'agit, quand on parle de « crowdsourcing », d'intelligence collective, de récupérer de la matière intelligente et créative du public pour construire une intelligence collective.

Aujourd'hui la question c'est : Comment créer « un tiers lieu » pour le mettre au service des habitants, des spectateurs sur son territoire. La finalité est d'inventer un espace entre ce que l'institution a proposé (le théâtre) et ce dont les habitants ont besoin au quotidien. Dans ce lieu il se passera quelque chose dérivant de 'l'ère numérique ».

Imaginons le concept :

Le théâtre est sur place, le numérique à distance, ils se retrouvent dans une expérience c'est-à-dire la représentation et l'on peut vivre en même temps dans les deux espaces. Il s'agit de diffuser les spectacles dont on a une captation correcte (en faisant abstraction des droits pour le moment sinon c'est infaisable en termes de coûts et d'organiser dans un autre lieu type café dans un quartier à l'opposé du théâtre une diffusion en temps réel du spectacle.

On filme en premier avec une webcam, l'entrée du public dans le théâtre lorsque le spectacle commence on envoie la vidéo dans le quartier et son café, le metteur en scène, l'auteur ou quelqu'un de la production du spectacle est dans le café et pas au théâtre, à la fin du spectacle on organise une rencontre avec les artistes en « live » dans le théâtre et dans le café avec une interaction grâce aux outils numériques type caméra Visio conférence.

D'une part on augmente la jauge de fait et donc le nombre de spectateurs potentiels, puisque plus de gens accèdent au spectacle, d'autre part potentiellement cela incite le public du café à venir voir dans le théâtre un prochain spectacle, parce qu'on aura sur cette expérience créer une relation avec eux. On aura montré que le spectacle vivant sort du théâtre, qu'il peut être vu dans un endroit type « tiers lieu », que le directeur, ou le metteur en scène se déplace pour une vraie rencontre. Le principe est que le dialogue après le spectacle soit aussi interactif grâce à un Skype ou Facebook live et très vite le lien se fait.

- **Comment la médiation culturelle via le numérique peut-elle s'exprimer ?**

Les revues en ligne mises en place, quand elles existent, sont conçues comme des outils de médiation. Certains lieux misent sur le mélange des genres « médiation » et « numérique ». Ils font d'abord un travail de curation, c'est-à-dire prendre des informations existantes dans le spectacle et les mettre ensemble de manière cohérente pour illustrer les spectacles.

Il ne s'agit pas de créer du contenu se substituant à l'œuvre des artistes, mais au contraire de mettre en exergue les aspects esthétiques, le parti pris de mise en scène, les images produites ou non par des outils numériques... bref de mettre en valeur l'approche du metteur en scène, en aucun cas de faire un « clip » de son travail.

Les lieux devraient disposer d'équipes de production pour écrire des articles, réaliser de petits films et pour faire de la production de contenu au service du spectacle et diffuser sur tous les outils numériques accessibles par le net et en interne. Manque d'argent, manque, là encore, de personnel compétent, manque de motivation : toutes ces raisons font que ce travail ne peut pas se faire en direction des publics.

Il existe des Web magazine complémentaires avec la page Facebook, comme un espace de dialogue où on utilise et diffuse les contenus du Web magazine, ce sont souvent des personnels autodidactes maîtrisant plus ou moins bien les techniques.

Cela sert à engager le dialogue. Le Web magazine est complètement intégré au site internet. Celui-ci a des entrées par spectacles. On peut y mettre une interview, un album photo, des informations très diverses sur les spectacles.



Puis se fait au bout de deux ou trois spectacles un bilan avec les spectateurs, la manière dont eux l'utilisent, l'appréhendent et l'apprécient.

Une analyse de ce que les lieux imaginaient comme retombée en termes de médiation et la confrontation avec la réalité des faits amène souvent à retravailler la navigation et le design.

Il s'agit de mieux mettre en valeur les contenus, mieux orienter les choix dans la navigation des spectacles et mieux répondre aux « persona » (terme du marketing). Se définissent alors des utilisateurs types pour voir quels étaient leurs parcours sur le site.

Le but est en matière de médiation de gagner davantage de public. Les lieux ont interrogé des spectateurs fidèles et des occasionnels. Les théâtres qui ont mené l'expérience se sont rendu compte que les « persona » en question n'utilisent pas le site internet pour acheter leurs places. Ils les ont achetés à la billetterie ou par téléphone, mais viennent après avoir vu le spectacle pour chercher de l'information complémentaire afin d'enrichir leur expérience. Et là on est en plein dans un travail de médiation **après** le spectacle.

La surprise a été de découvrir une sorte de médiation a posteriori. En effet à partir de là les spectateurs vont partager ce qu'ils ont vécu, ce qui permet de travailler la fidélisation et de donner de la légitimité pour parler du lieu et des spectacles par la suite. Cela fait d'eux des ambassadeurs du théâtre. C'est ce qui est construit dans la relation avec le public.

#### **B – 4 : Comment faire de la promotion et aller à la rencontre des publics**

Un exemple réussi de travail en commun au théâtre de Colombes. Des rencontres avec du public membres ou pas du club, puisque l'équipe du théâtre avait besoin de plusieurs regards, ont eu lieu ainsi que des réunions pour travailler avec les spectateurs. Ensemble ils sont intervenus sur les étapes de création de l'outil de communication. Puis l'équipe et le groupe de spectateurs ont réévalué collectivement la communication et la présence du Théâtre sur le territoire pour mettre en place des questionnaires. Ceux-ci ont été diffusés auprès du public occasionnel et des abonnés.

Le club des spectateurs était présent avec l'équipe pour lui apporter un regard très concret dans tout ce qui est mis en place en termes de communication numérique. Que ce ne soit pas fait juste par l'équipe de communication du Théâtre et uniquement avec le regard et le choix artistique du directeur et ensuite offert au public, il s'agit bien de vraiment travailler avec le public, dans l'échange, pour être le plus précis possible sur la diffusion d'informations artistiques ou pédagogiques et sur les outils numériques utilisés à ce jour.

Ensuite le Théâtre de Colombes a travaillé avec le public/spectateur à partir d'un comité éditorial sur le web magazine et, une fois par trimestre, l'équipe du théâtre rencontre une partie des membres de groupe de spectateurs pour définir les grandes lignes du contenu éditorial de leur site.

Il s'agit bien d'un travail d'équipe entre spectateurs et équipe du théâtre dans lequel pour le moment les artistes ne sont pas inclus car il ne s'agit pas d'avoir une quelconque influence sur leur esthétique ou leur créativité.

#### **B – 5 : Quelle évolution sur la fréquentation des publics ?**

- **La fréquentation : Peut-on constater une réelle évolution de la fréquentation des lieux grâce à l'utilisation des outils numériques ?**

En fait il est très difficile de corréler l'utilisation des outils numériques avec une plus forte fréquentation du lieu. Si on constate une évolution du public dans certaines structures, on suppose que le numérique est un des éléments participant à ce développement, mais si on revient sur les outils du numérique, le travail qui est fait sur la connaissance du public, l'amélioration de l'offre de ventes en lignes, l'utilisation du logiciel de billetterie, alors on peut constater notamment une augmentation de la vente en ligne.

Aucune statistique réelle ne peut démontrer à ce jour que les seuls outils numériques sont à l'origine d'une évolution positive de la fréquentation. Il semble que ce soit la somme des énergies et des outils ainsi que les choix programmatiques qui participent à cette augmentation de fréquentation

Certaines équipes, (celle du Théâtre de Colombes notamment) sont en train de réfléchir sur la façon dont on pourrait améliorer la recommandation en ligne et donc développer les achats de billetterie de cette façon-là. Cela permettrait de toucher des clients occasionnels qui n'auraient peut-être pas été atteints par l'information sur un spectacle. En fait il s'agit plutôt de récupérer des ventes qui se seraient faites via la FNAC par exemple, ce n'est pas tant une augmentation du public qu'une façon de mieux le connaître, car quand il vient dans le lieu, il devient possible de développer une relation de fidélisation peu probable autrement.

Il est constaté aussi un report des ventes physiques sur le Web, mais pas énormément, les gens aiment le contact à la billetterie, du coup on peut difficilement dire de façon certaine que le numérique a fait augmenter les ventes de billetterie.

- **Est-ce qu'il existe une statistique nationale sur cette problématique qui est : le numérique remplit les salles ?**

À ce jour aucune statistique ne répond à cette interrogation (sic la statistique du TMNLab). Si la profession veut avancer, si les institutions veulent évoluer concernant cette problématique, il faudrait que ce soit l'étape suivante. C'est dire mettre en place une étude au niveau national pour évaluer l'impact réel des outils numériques sur la fréquentation des salles de spectacles mais également des festivals.

Un certain nombre de théâtres a répondu « oui le numérique a impacté » mais dès que l'on pousse plus loin le travail d'investigation, il devient évident que le résultat ne peut statistiquement et scientifiquement se défendre. Il s'agit davantage d'empirisme dans la méthode et les résultats et absolument pas de mesures fiables parce que ponctuelles et pas suffisamment travaillées sur un temps long.

Tout reste à faire de ce point de vue si l'on veut avoir une photographie à l'instant « T » de ce fameux impact du numérique sur le spectacle vivant en matière de fréquentation et de médiation culturelle.

La seule enquête crédible, faite par les musées, disait que tout le travail de médiation proposé en ligne et les enquêtes réalisées sur des publics de 45 ans et même sur les seniors (65 / 70 ans) étaient déjà des utilisateurs habituels des outils numériques. Ces publics étaient donc plus sensibles.

L'idée selon laquelle ces outils toucheraient davantage les jeunes et les inciteraient à aller dans les théâtres ou les musées n'est donc pas avérée. En réalité le public jeunes vient juste chercher les infos pratiques.

Il faudrait travailler cette question-là et mener une enquête sur plusieurs lieux pour savoir quels sont leurs usages en matière de choix de spectacle. On a assez peu de retours très concrets. Les outils marketing pourraient être sollicités pour sensibiliser davantage de spectateurs.

Comment lier les outils numériques à la fréquentation pure ? Aujourd'hui on ne peut faire cette enquête qu'à partir de quelques lieux et sur des territoires très différents. Il semble que les usages numériques soient encore trop modestes dans les théâtres tests pour avoir un impact vraiment très clair sur une augmentation de la fréquentation des théâtres, d'autant que tout dépend des jauges, variables d'un lieu à l'autre.

De plus un autre souci se pose sur le plan de la statistique, car à un moment donné quand le spectacle fonctionne et a trouvé son public, quand la salle est pleine, on ne peut plus mesurer un impact supplémentaire qui viendrait du numérique même par ces outils-là.

Donc ce n'est pas tant le chiffre qui compte que la volonté du spectateur de passer par les outils numériques pour venir voir tel ou tel spectacle, qui doit être analysé. Une approche marketing, comme une meilleure gestion des données, plus de finesse dans le conseil aux spectateurs, une meilleure recommandation et une mise en valeur des spectacles auront un impact permettant de remplir les salles.

Ce qu'il faut mesurer c'est la qualité de la relation privilégiée créée entre le public et l'équipe du théâtre dans un dialogue où les outils numériques peuvent permettre de diversifier cet échange. C'est là où chaque lieu peut mesurer la qualité de la relation avec son public, mais c'est en réalité moins statistique d'une façon brute.

Donc cette relation peut faire augmenter la fréquentation, le fait de développer toute une partie éditoriale signifie que les partages sur Facebook sont plus nombreux et plus riches de fond, il y a donc une vraie relation entre l'équipe d'un lieu, sa programmation et son public, c'est en tout état de cause ce que devraient rechercher toutes les salles de spectacles.

Pour **Marion Denizot** (*Maître de conférences Habilité à Diriger des Recherches (HDR) en Études théâtrales - Responsable du Master 2 "Médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique"*) et **Christine Petr** (professeur à l'Institut des Études politiques), le secteur théâtral est bien engagé dans une « évolution numérique » et ce, dans tous ses domaines d'activité – même si certains d'entre eux paraissent encore moins touchés (notamment le secteur artistique).

Le présupposé « retard » n'est donc pas fondé : « *En matière artistique, les théâtres nationaux et les centres dramatiques accusent un net avantage, ce qui correspond au fait que ces établissements sont dédiés à la création. Les scènes nationales constituent la catégorie engagée depuis le plus d'années dans la révolution numérique (une dizaine d'années alors que la moyenne de l'ensemble de l'échantillon est de 8 ans). De même, il apparaît qu'elles accusent une avance en matière de services numériques apportés aux publics. Nous pouvons avancer une hypothèse concernant ces données : l'héritage des préoccupations d'accessibilité et de démocratisation des publics. En effet, les scènes nationales sont issues du réseau des Maisons de la Culture créées par André Malraux dans les années 1960 : polyvalentes, missionnées pour la diffusion des œuvres, les scènes nationales s'adressent à un public*

*diversifié, ce qui peut contribuer à expliquer l'appropriation pionnière des enjeux du numérique en direction des publics. »*

Si la réflexion de Marion Denizot et Christine Petr semblent pertinente, il conviendrait, semble-t-il, de confronter les différentes réponses données concernant l'utilisation du numérique dans les lieux concernés en tenant compte de la nature des lieux et des catégories de théâtre même si les différences dans l'utilisation des outils numériques peuvent être peu importantes. Par exemple, sur l'évaluation subjective du niveau d'activité sur les Réseaux Sociaux Numériques.

En tout état de cause il paraît évident que la mobilisation de l'équipe dirigeante ou le volontarisme d'un ou de plusieurs salarié-e-s constituerait des facteurs explicatifs pertinents, même si l'état des lieux ne permet pas de le prouver sans statistique crédible.

Pour pouvoir le montrer de manière explicite, il s'agirait de compléter cette étude diagnostic par une recherche qualitative, qui comprendrait des observations in situ et des entretiens. Il conviendrait de noter tout l'intérêt à inscrire cet état des lieux, permettant de sonder à un moment T – en 2017 – le degré d'appropriation des théâtres vis-à-vis du numérique, dans une démarche continue d'observation.

La création d'un observatoire du numérique permettrait, par exemple, d'accompagner les évolutions et mutations, en ayant également une fonction d'encouragement pour les établissements, grâce à la mise en avant de toute amélioration, et une fonction d'orientation et de prescription en termes de politique publique.

## **B – 6 : Quel est l'impact de l'ère numérique sur le rapport aux habitants et aux territoires pour les Théâtres ?**

Concernant le public dans la danse contemporaine par exemple, Mourad Merzouki affirme, concernant son travail, avoir ressenti des modifications d'approche de la part de celui-ci par rapport au spectacle de danse contemporaine.

Pour lui, la fréquentation du public a quasi doublé grâce à l'écriture chorégraphique utilisant danse et numérique. Il en veut pour preuve la réaction des programmeurs concernant la tournée de PIXEL. Un lieu prévoyant au départ d'accueillir deux représentations va en accueillir quatre ou six parce qu'un public nouveau n'allant pas forcément au théâtre va venir voir ce travail précis. PIXEL a été énormément relayé dans les réseaux sociaux, ainsi des spectateurs pas forcément « fan » de la danse contemporaine viendront pour découvrir un autre langage dont ils n'ont pas l'habitude, mais dont ils auront pressenti la singularité par les réseaux sociaux.

Les outils numériques permettent de toucher un public plus large. Donc, oui le numérique fait venir du monde dans la salle. C'est un constat qui est fait, notamment chez les programmeurs. Il n'y a à ce jour aucune statistique réelle faite sur ce constat lié à l'évolution des recettes et de la fréquentation entre un spectacle relayé par des outils numériques et un qui ne le serait pas. Il semble que ce soit le rapport à une nouvelle technologie marié à la danse contemporaine qui crée un nouveau public.

Le numérique permet de marier plusieurs formes d'art ou d'expression artistique. Toute cette évolution technologique nous rend sensible parce qu'elle change notre quotidien. Au-delà des arts du spectacle vivant en général et de la danse en particulier ou des arts numériques, les nouvelles technologies sensibilisent tous les publics dans leur diversité et réactive le vieux « bouche à oreille » donc l'intérêt pour la nouvelle technologie va faire augmenter la fréquentation.

Le plus intéressant est de constater qu'il y a un nouveau public qui pousse les portes des théâtres et vient découvrir le rapport entre spectacle vivant et numérique, mais au final il repart après avoir vu un spectacle de danse, de théâtre ou d'Opéra.

Là où le constat est satisfaisant et intéressant pour les créateurs (metteur en scène, chorégraphe) c'est que le public va parler de la poésie, de l'énergie des danseurs, ou encore de cette générosité des danseurs notamment, le public sensibilisé par les effets trois D même s'il les trouve « super ». Les spectateurs vont parler du spectacle de danse, ou de théâtre dans son ensemble.

L'utilisation du numérique a montré ou démontré son impact dans la danse et touche les spectateurs, même peu habitué à sa pratique. C'est un outil pour faire venir du public.

Il se passe quelque chose d'assez fort en termes d'émotion, pour un public peu habitué à fréquenter les théâtres. Ces spectateurs ne s'attendent pas à découvrir sur le plateau, ce qu'ils ont vu sous forme d'extraits ou de « teaser » grâce aux outils numériques.

Les publics peuvent se retrouver sur des questionnements vis-à-vis d'un travail comme PIXEL. C'est un public conquis et ils reviennent individuellement sur d'autres propositions artistiques. Mourad Merzouki ajoute : « *Donc pour moi le fait de travailler dans cet état d'esprit c'est-à-dire en mélangeant danse contemporaine et numérique crée des*

*rencontres dans un rapprochement de mondes qui paraissent éloignés en termes de sociologie de public, ça apporte quelque chose dans notre société concernant la question des publics. La question posée est, comment arriver à partager l'art, la culture, avec un public un peu nouveau ? Et grâce à PIXEL j'ai passé un cap par rapport à l'ouverture de mon travail vers des publics nouveaux qui ne seraient pas venus si cela avait été juste un spectacle de danse. »*

Cette réaction et ce constat se retrouvent chez d'autres créateurs et artistes notamment lorsqu'ils prennent conscience du lien social permis et créé par leur travail d'artiste. Ils découvrent alors que le lien social avec la médiation en direction du public va vers la transmission.

- **Le numérique modifie les relations entre spectacle vivant et publics**

En termes de relation publique il s'agit d'amener le spectacle vivant sur un territoire, de toucher le plus grand nombre par des projets menés par des artistes et notamment grâce aux outils numériques.

Il s'agit d'imaginer des projets d'action culturelle qui vont des maternelles jusqu'aux plus grands. autour du projet artistique. Les responsables des publics vont imaginer tout un nombre d'actions autour des spectacles en milieu scolaire. Les enfants vont même imaginer leur spectacle autour de ceux proposés par les lieux.

L'idée est de travailler en transversalité avec les outils dont disposent les théâtres ou les créateurs en direction de tous les publics quel que soit l'échelle des âges.

Imaginer **LE** projet d'action culturelle en rapport avec le spectacle, en utilisant les outils numériques et d'en livrer leur propre version spectaculaire après avoir vu le ou les spectacles. C'est donc un travail en aval où le numérique prend tout son sens et toute son importance, cela peut passer par de la captation vidéo.

Le public concerné doit pouvoir réinventer sa propre version toujours en conservant les outils artistiques originels comme la musique ou l'esprit du spectacle et en essayant d'imaginer des séquences numériques. Le numérique est un moteur quand un chorégraphe ou un metteur en scène de renom vient « se frotter » à un outil comme les outils numériques qui est dans l'air du temps.

Il y a une dimension philosophique et ésotérique, en ce sens que seuls des initiés ont accès à la connaissance technique dans ce type de relation entre le spectacle vivant, le numérique et le public.

Le travail de médiation autour des spectacles essaie tous les jours d'inventer, de partager les différentes sensibilités à l'art, à la culture en général. C'est préparer un public dans des temps un peu plus intimistes pendant une répétition pour toucher des publics nouveaux. Tout ce travail mené dans les écoles fait partie de cette volonté d'ouvrir la danse, le théâtre et plus généralement l'art à un public peu habitué à venir spontanément dans un lieu de représentation de spectacle vivant.

Il faut réussir à avoir un dialogue fluide, juste, équilibré, mais ne pas se contenter de cela. Ce qui est intéressant c'est de dire, on part de là et on peut faire découvrir, inventer, ensemble.

Ce rapport aux nouvelles technologies, les plus jeunes y sont sensibles, donc quand ils voient un travail avec un dispositif numérique ça ne peut que les toucher. Il y a quelque chose d'impressionnant à faire découvrir une musique, une chorégraphie, un texte poétique par le biais d'outils numériques.

C'est une belle entrée pour le public, c'est là où il découvre qu'un spectacle c'est tout ça en même temps, ce n'est pas juste de la démonstration. Il faut que le numérique contribue aujourd'hui à donner des clefs, des réponses, ou en tout cas à faire avancer le questionnement du public dans une société où les gens ont tendance à s'éloigner et se recroqueviller sur des certitudes et des à priori.

Grâce à l'utilisation du numérique le public se rapproche un peu, dialogue un peu plus, cherche ensemble à comprendre un peu plus le monde.

Lorsqu'un spectacle se joue devant des scolaires ou un public nouveau venant pour la première fois dans le théâtre, je crois vraiment que cela contribue à amener du positif et de l'espoir dans la tête des gamins.

**Laure Kujawa** (Responsable des relations publiques du CND de Créteil) résume ainsi son sentiment « *Je crois vraiment au bienfait du mélange du numérique, de la culture, de la danse sur les territoires parce que c'est après le spectacle que l'on commence à comprendre des musiques aussi différentes, qu'on commence à sentir l'émotion, et l'influence que ça peut apporter. J'essaie de partager avec l'équipe et avec tout ce public ces émotions-là. »*

L'axe principal de la modification des rapports entre le numérique et le public c'est la diversité des propositions de spectacles mais surtout la diversité des outils numériques proposés ainsi que la capacité d'adapter les messages numériques et ses approches du spectacle vivant en fonction des publics. On peut avoir des séquences plus ou moins développées, plus ou moins longues, plus ou moins travaillées en fonction du public que l'on vise, lors des actions de médiation mais un public beaucoup plus large sera touché avec le numérique.



## B – 7 : Quels sont les débouchés économiques de l'omniprésence du numérique dans le spectacle vivant ? Comment imaginer les choses sur un plan managérial et économique ?

- **Le premier secteur impacté par les outils numériques dans le spectacle vivant est sans doute depuis 20 ans avec l'arrivée d'internet : la musique, les concerts et les productions qui en découlent**

C'est l'essor des plateformes de Streaming musical qui les premières impactent l'économie de la culture via le numérique.

Une plateforme comme Spotify revendiquait 24 millions d'utilisateurs actifs dans le monde, dont 6 millions de payants, en mars 2013.

Le français Deezer comptait 26 millions d'utilisateurs actifs dans le monde, dont 3 millions d'abonnés payants en décembre 2012. Quant au site américain Grooveshark, il serait consulté par 30 millions de visiteurs uniques chaque mois.

25 % des internautes français disposent, selon l'IFOP, d'un compte sur Deezer et 4 % sur Spotify. Si la littérature économique s'est beaucoup intéressée aux conséquences du streaming sur les ventes de musique enregistrée, plus rares sont les études qui s'attachent à étudier la relation entre les modes d'écoute légale et gratuite de musique en ligne (streaming, webradio) et la fréquentation des concerts.

Selon une étude réalisée par le groupe de recherche « Marsoin », les plateformes de streaming ont : « *un impact positif sur la fréquentation des concerts des artistes nationaux et internationaux mais pas d'impact sur la fréquentation des concerts de musique classique ou des artistes et groupes locaux. Ce sont d'abord les artistes et groupes reconnus qui en profitent.* »

Selon l'étude ITEMS sur les innovations numériques au sein du spectacle vivant ont progressé de 3% en 2012 à 79,4 millions d'euros. Malgré un léger décrochage en 2010, le secteur affiche une progression de 14 % sur les cinq dernières années.

Les droits collectés par la SACEM auprès des festivals, salles de musiques actuelles et centres culturels représentent la principale source de perceptions (44 %), devant les droits perçus auprès des tourneurs (30 %).

- **Des smartphones pour écouter la musique et interagir pendant les spectacles**

54% des utilisateurs de smartphone disposent d'une (ou de plusieurs) applications pour l'écoute de musique et 63% d'applications pour écouter la radio. En France, une étude réalisée par Symantec montre que 64% des Français estiment qu'il est important et même vital pour se retrouver, prendre des vidéos et échanger, d'emporter son smartphone à un concert, spectacle, festival ou événement sportif, et trois quarts des Français l'utilisent pour prendre des photos ou filmer. Les téléphones intelligents sont également utilisés pour rechercher des informations sur l'événement en temps réel (33%) ou pour publier des clichés sur les réseaux sociaux (34%).

Tous ces chiffres mettent le doigt sur l'importance économique de l'interaction entre le numérique et le spectacle vivant.



Il est à noter que certains artistes n'apprécient pas du tout le mélange des genres.

En mai 2017, la chanteuse anglaise Adèle s'adressait vertement à un spectateur lors d'un concert en Italie, pour avoir osé la filmer pendant le concert : « *Pourriez-vous cesser de me filmer avec votre téléphone ? Car je me trouve devant vous en chair et en os, donc vous pouvez profiter du concert en me regardant moi, et non à travers votre appareil. Ce n'est pas un DVD, c'est la réalité.* »<sup>17xviii</sup>

Or cette attitude, ce geste est devenu le plus banal du monde pour un détenteur de smartphone. Filmer ou photographier ce qu'il a sous les yeux, pour éventuellement le poster sur les réseaux sociaux est une chose naturelle aujourd'hui pour les publics de concert.

De plus en plus d'artistes ne supportent plus cette façon de « vulgariser » leur prestation. Il y a peu pour assister à un concert de la chanteuse Alicia Keys à New York, chaque spectateur devait déposer son smartphone dans un étui fermé, l'empêchant d'utiliser celui-ci d'une quelconque manière dans la salle. Pour passer un coup de fil ou twitter sur le concert, le spectateur, qui conserve son portable sur lui, doit sortir de la salle pour en faire l'usage. Objectif : faire du concert une « free-phone zone » (zone sans portables).

Alors de plus en plus d'artistes (aux États Unis) « se protègent grâce à l'invention d'une technologie baptisée « Yondr ». Celle-ci n'a absolument rien de futuriste : elle consiste en un étui en mousse, scellé lorsque le spectateur est dans la salle, et débloable une fois à l'extérieur.

Évidemment, elle n'est pas utilisable sans l'accord des spectateurs. Que se passe-t-il si l'un d'eux refuse cet étui, rentre dans la salle avec son smartphone, et en fait usage ? « *C'est une manière de responsabiliser les gens* », confie au Washington Post Graham Dugoni, le créateur de l'étui.

Le dispositif se révèle moins répressif que le brouillage du signal dans la salle, ce que font beaucoup de théâtres, de salles de spectacle ou de cinémas, en France notamment, ou les vigiles pour faire la chasse aux vidéastes intempestifs, pour les expulser.

Pourtant certains artistes férus de modernité et souhaitant une diffusion la plus « live » et le plus large possible de leur prestation en concert ont pris le contrepied. Le groupe Radiohead, soit par opportunisme, soit par facilité de se faire une publicité facile et moderne a, lors d'un de ses derniers concerts, invité sur Twitter ses fans à diffuser en direct via l'appli vidéo « Periscope » leur concert au Secret Solstice festival en Islande.

Pour l'occasion, le groupe avait mis à disposition un réseau wifi pour les internautes, qui lui permettait via une rapide inscription, d'enregistrer ainsi les noms de tous les « périscopeurs ». Ils ont ainsi fait d'une pierre deux coups, diffuser leur concert en direct et agrandir le nombre de leurs « followers ».

Ce type de réaction va dans le sens d'un marketing complice, dont les outils numériques sont les supports et permet une fréquentation la plus grande possible, des spectacles vivants se prêtant à ces méthodes.

- **La fréquentation pour plus de rentabilité économique**

Une problématique classique de l'économie du spectacle est celle de la capacité à informer à temps les fans d'un artiste ou d'un groupe de l'organisation prochaine d'un concert dans leur ville. En réponse à ce problème, de nombreux producteurs de spectacles tirent parti de l'ensemble des outils et plateformes numériques pour stimuler la fréquentation des spectacles et des tournées qu'ils produisent. Ils sont ainsi présents sur internet au travers d'une batterie d'outils génériques.

- **En France, les salles et les festivals utilisent aussi les outils numériques**

Selon une étude réalisée en avril 2013 par SocialBand5 : 100% des salles de spectacles sont présentes sur Facebook, 84% des salles ont un compte twitter, 30% des salles ont une chaîne vidéo sur les plateformes de streaming, 4% des salles ont un compte sur un site de partage d'images, 6% des salles ont un blog en plus de leur site vitrine, 7% des salles ont une application mobile.

Une autre étude de SocialBand réalisée en janvier 2013 montre que sur les 20 plus grands festivals français : 100% sont présents sur Facebook et Twitter, 85% ont une chaîne vidéo spécifique, 30% ont un compte sur un site de partage de vidéos, 35% ont un blog en plus de leur site vitrine, 75% ont une application mobile. Il faut cependant souligner que l'activité et la visibilité des acteurs français pourrait être encore plus dynamique sur les réseaux sociaux.

Pour exemple, le festival français des Vieilles Charrues est suivi par plus de 100 000 fans sur Facebook et Rock en Seine est un festival suivis par 10 000 followers sur Twitter. Seules une dizaine de salles ont plus de 10 000 fans sur Facebook et le Point éphémère est la seule salle à avoir plus de 10 000 followers sur Twitter.

La problématique de la fréquentation des concerts a également donné lieu au développement d'un grand nombre de sites et désormais d'applications mobiles qui permettent au public de se tenir informé de l'actualité des concerts.

**Malika Segueineau** (Déléguée générale du PRODISS) nous dit : « *Aujourd'hui, une salle de spectacles, c'est autant de spectateurs que de smartphones. Les téléphones, entendent voient, surtout enregistrent... et ne paient pas la création. Les images et le son, illégalement captés et diffusés, sont de mauvaise qualité : ce n'est à la hauteur ni de la performance artistique livrée sur scène, ni du souvenir qu'en a le spectateur, ni du travail du producteur de spectacles. En étant confrontée à cette nouvelle transition économique, la production de spectacles a l'opportunité de trouver de nouveaux relais de croissance, en se transformant et en innovant. Produisant ainsi des captations de spectacles diffusés en ligne par exemple. Ce constat est partagé par l'ensemble des industries culturelles. Nous sommes face à un nouvel écosystème au sein duquel se cristallisent les tensions* ».

L'une des problématiques de l'économie du spectacle vivant est de pouvoir informer en temps voulu des manifestations, pièces de théâtre, concerts, ballets ou autres représentations.

Aussi de nombreux producteurs comprenant l'importance de l'efficacité, de la rapidité de diffusion d'information et donc de l'impact économique positif généré par ses potentialités qu'offrent ces outils, se tournent vers leur public et se servent de l'ensemble des outils numériques existants, comme des plateformes numériques, pour stimuler la fréquentation de leurs spectacles et des tournées qu'ils produisent.

Ils occupent donc le terrain de l'internet en utilisant un grand nombre de possibilités disponibles tel que les sites internet, les Newsletters, Twitter, Facebook, Google+, YouTube, Instagram et autres.

Cette appropriation de la nécessité du « remplissage » des spectacles doublée de cette problématique économique a fait avancer la créativité des concepteurs d'outils numériques qui proposent aux producteurs et diffuseurs un grand nombre d'applications mobiles informant en direct des prochains concerts de leurs artistes préférés.

Ces applications intuitives offrent un débouché économique supplémentaire et innovant vers une rentabilité toujours plus recherchée par les tourneurs / producteurs / diffuseurs.

Ces récentes et originales (depuis 10 ans environ) façons de « toucher » le public, font partie des nouveaux concepts inventés pour séduire toujours plus de spectateurs, dans un but de production et de gains financiers et surtout de valorisation de son audience.

Il est à souligner que sans ces nouveaux outils au service d'un nouveau « marketing », les festivals, dont 75% disposent d'une application, alors que seulement 7% des salles en ont une, auraient plus de difficulté à démarrer et même à fidéliser un public.<sup>xix</sup>

- **Pourquoi est-il nécessaire d'améliorer la connaissance de son public et pour quel management de celui-ci ?**

Une étude du PRODISS intitulée Spectacle et numérique, réalisée au premier semestre 2015 nous révèle la difficulté pour les producteurs, les employeurs d'artistes et les tourneurs de spectacles vivants de ne pas connaître in fine leur client final. C'est à dire le spectateur de leur spectacle.

Le paradoxe du marché du spectacle vivant c'est qu'à l'heure des big data, les informations sur les spectateurs qui ont assisté au concert sont détenues par un tiers : l'intermédiaire qui a assuré la vente de la billetterie, sur Internet ou dans son réseau de magasins.

Cette étude explique : « *En règle générale, ces informations sur le client final ne sont pas partagées avec le producteur de spectacles, qui ne peut de ce fait, par exemple, constituer des mailing-lists, ou engager le moindre suivi des spectateurs de ses concerts. La billetterie n'est pas la seule source de données susceptible d'être mise à profit par les producteurs de spectacles. Les ventes hebdomadaires de disques en volume peuvent être un indicateur de la notoriété d'un artiste à un instant donné dans un tableau de bord professionnel, au même titre que les statistiques de sa page Facebook ou le nombre de vues de ses vidéos sur Youtube qui peuvent être facilement intégrées, mais elles ne sont pas rendues publiques et restent très peu partagées. Il en va de même du nombre d'écoutes enregistrées par les artistes sur les plateformes de streaming, ou encore de leur géolocalisation, qui permettrait par exemple d'affiner les stratégies de Booking. Autant de données que Spotify ou Deezer produisent et utilisent, à des fins de recommandation ou de ciblage publicitaire, mais qu'ils ne partagent pas de manière très ouverte.* »

Il est donc fondamental que « le big Data » devienne de « l'Open Data » et s'ouvre aux principaux intéressés économiques que sont les producteurs, mais également les créateurs de spectacles vivants. Leur accès doit être rendu possible et doit favoriser le partage d'information. Les gros serveurs comme les GAFAs créent de fait une situation de monopole en gardant pour eux des informations sur le public et ils ne semblent pas près de créer les conditions du partage.

Une véritable guerre du « big Data » avec une lutte de pouvoir s'est engagée entre les géants du net exploitant les informations comportementales liées aux habitudes des publics.

En fait toutes ces données ne suffisent pas à les rendre utiles. Il faut innover dans l'emploi de l'intelligence des données pour pouvoir se servir de toute cette matière vive de renseignement. Les outils de fonctionnement des données doivent être inventés à l'échelle des producteurs si l'on veut qu'elles produisent de la VRAIE valeur économique. À ce jour ils n'en ont pas les capacités et seuls les réseaux sociaux gérés par Google et les autres serveurs, ainsi que Amazon, sont en mesure de faire le lien entre les professionnels du spectacle vivant et leur public.

Pour les organisateurs de spectacles vivants, festivals ou autre type de prestation, les réseaux sociaux restent majoritairement à ce jour les seuls outils de masse pour créer l'engagement chez les fans de tel ou tel groupe de musique, d'acteur de théâtre ou de chorégraphe. Le principe et le but étant de pouvoir diffuser et partager les informations afin de fidéliser les publics.

Le développement de la rentabilité économique des spectacles vivants passe donc par la connaissance de « son » public pour chaque type de spectacle. C'est un problème important, tant celui-ci dispose d'information en temps réel et peut faire varier ses choix très rapidement grâce aux outils numériques.

Cette connaissance est un véritable levier marketing dans le spectacle vivant et doit se faire par l'emploi des outils numériques, comme des coûts financiers générés par les montages des productions peuvent permettre d'être maîtrisés par les mêmes outils.

Il s'agit d'imaginer de véritables études sociétales concernant le public « cible » ; de cette façon la rencontre entre les publics par les festivals et les salles de concert peut s'envisager, sans pour cela être une assurance de gain.

Il faut donc suivre une méthodologie pragmatique. Les études de publics peuvent éclairer les décisions opérationnelles et inspirer des stratégies aux producteurs (services, communication, relations publiques, positionnement artistique, médiation...).

Cela passe par l'organisation des ventes de places dont le choix du moment et des vecteurs utilisés aura un réel impact sur la gestion de la relation client. Celle-ci repose de plus en plus sur des réseaux de prestation de vente de billet en ligne via des serveurs numériques professionnels. (La FNAC, Tickemaster, Ticketnet, Digitick ...). \*

Les utilisations des nouvelles technologies numériques se traduisent par le développement du e-ticket. Celui-ci impose aux professionnels de la vente de billet comme aux producteurs d'investir fortement dans des logiciels ou des applications. Celles-ci se doivent à la fois de « vendre » mais aussi de contrôler pour éviter des marchés parallèles.

Selon le rapport d'une mission d'étude commandé par le Ministère de la Culture en 2011 sur la vente de billets en France, 70% étaient vendus par des réseaux dont environ la moitié par la FNAC et un quart par Ticketnet depuis son rachat par Live Nation et la montée en puissance de Digitick. Cette enquête révèle que 3,7 millions d'internautes français ont consulté chaque mois au moins un des cinq premiers sites de billetterie en ligne, soit près d'un internaute sur dix.

- **Comment les mutations commerciales évoluent grâce aux outils numériques ?**

Celles-ci se traduisent par de nouvelles pratiques (achats groupés, bundles ou packs, concerts privés) posant par ailleurs des problèmes par rapport au paiement des droits d'auteurs et de la taxe sur les spectacles.

Néanmoins le développement à venir du yield management (la tarification en temps réel des biens et services offerts) sur le marché du billet de spectacle provoque un changement dans la façon de consommer du spectacle.

Cette technique marketing d'accroche managériale du public, le yield, consiste à proposer une tarification et une offre flexible qui est utilisée dans les services. Mise en place initialement principalement dans le domaine du transport aérien, puis de l'hôtellerie, elle gagne le domaine du spectacle vivant.

Le principe est de « jouer » sur un certain nombre de paramètres générant des combinaisons variables de prix et de taux d'occupation des places proposées dans les salles de spectacle.

Pour exemple le théâtre du Châtelet a mis en place ce dispositif depuis peu (2017). Concrètement il s'agit de proposer à la vente des prix différents et évolutif aux spectateurs suivant sa date de réservation, la durée pendant laquelle sa place lui sera réservée, son emplacement dans la salle (balcon, parterre, premier rang ou pas).

Dans ce cadre du yield management, les prix les plus bas sont souvent proposés pour des réservations effectuées très en avance ou au contraire à la dernière minute mais cette façon de procéder dans l'utilisation du principe peut changer en fonction des spectacles, de la fréquentation et du taux de remplissage de chacun d'eux.



C'est un mode opératoire « gagnant-gagnant » entre les spectateurs et les producteurs. Les premiers peuvent bénéficier de tarif préférentiel et les seconds gérer leur taux de remplissage au mieux pour éviter les places vides.

Quels que soient les secteurs d'application, le développement des usages d'Internet, la digitalisation de l'économie ont permis de nouvelles applications afin d'étendre les pratiques du yield management à de nouveaux domaines. Internet permet notamment la mise en place des procédures de gestion et d'affichage tarifaire menées de manière dynamique, automatisées et en temps réel. Il s'agit également de collecter de plus en plus d'informations de sources, internes ou externes, au bénéfice des producteurs, utilisables pour l'optimisation du taux d'occupation des salles de spectacle.

Cette montée en puissance et cette complexification des pratiques va à terme créer le développement des postes de « yield manager / revenue manager » dans de nombreux théâtres et d'équipes de production indépendante comme dans les lieux de spectacle accompagné par la création de formations spécialisées. Cette évolution liée aux outils numériques est inéluctable.

### **Conclusion de la partie B :**

Le spectacle vivant n'échappe pas à l'évolution numérique tant dans sa partie création que dans son impact en direction des publics. Celui-ci perçoit cette évolution comme une chose naturelle et dont les fonctionnalités sont rentrées dans les mœurs.

Le paradoxe, dans les théâtres notamment, est que les professionnels ont encore du mal à répondre à cette demande d'information et d'achat de places de la part des publics. Ils paraissent peu formés ou pas encore suffisamment. Les personnes en charge du numérique dans les lieux de spectacle sont souvent des personnes autodidactes dont les compétences ne semblent pas à la hauteur des demandes du public.

Néanmoins les choses se mettent en place et la relation entre public et professionnels évolue positivement au bénéfice des derniers grâce à une meilleure connaissance du public.

Les professionnels ont bien compris que l'outil numérique est à la fois un moyen de communication mais également un outil de management économique dont l'importance croissante ne peut plus être laissée de côté en matière de rentabilité des productions proposées.

Du reste ils sont obligés de passer par les serveurs de réseaux sociaux pour faire exister leurs créations et ceux-ci mettent en place des moyens d'actions via internet (réseaux sociaux). Cela les rend incontournables dans la phase billetterie mais également dans la façon d'atteindre le public « cible » de chaque nature de spectacle.

Le big data, ressource indispensable pour améliorer la rentabilité du spectacle vivant, demande à être mieux exploité par les professionnels afin d'améliorer la connaissance des publics et donc leur fréquentation.

Les choses évoluent positivement dans le degré d'appropriation des outils numériques, de la part de tous les acteurs du secteur, dans la perspective de générer une économie de plus en plus anticipée et contrôlée avec le souci d'une rentabilité optimale.

### **C : Le spectacle vivant à l'ère numérique : mutations et perspectives ?**

Les effets de l'utilisation des outils numériques se font de plus en plus sentir dans le spectacle vivant. Les artistes s'en emparent pour plus de création et d'innovation dont les restitutions artistiques, poétiques, esthétiques sont visibles et patentes. De la même façon les professionnels de la production et du management cherchent grâce aux outils numériques à sécuriser au maximum leur prise de risque financière tout en augmentant leur rentabilité.

Comment l'évolution numérique pose un regard différent sur les pratiques créatives, sur les modes de production, de marketing et sur les habitudes du public ?

Les avancées technologiques écrivent-elles un langage nouveau dans l'imaginaire et la création artistique ?

- **Dès lors, il s'agit d'imaginer les « bonnes pratiques » pour une meilleure utilisation des innovations numériques et comment les mettre en place ?**

Quelques idées de « bonnes pratiques » dans le spectacle vivant :

- ✓ **Trois axes paraissent s'imposer pour mettre en œuvre les « bonnes pratiques » de l'utilisation des outils numériques :**
  - **L'utilisation en direction des créateurs/artistes**
  - **L'utilisation en direction du public**
  - **L'utilisation par les professionnels**

- **L'utilisation en direction des créateurs/artistes** dont la créativité doit être optimisée par l'utilisation de ces outils numériques avec une attention particulière aux aspects positifs de l'utilisation des nouvelles technologies.

Il faut donc considérer le numérique comme un outil de création artistique et imaginer d'autres façons de les utiliser par exemple :

✓ **Mettre à disposition un espace de création numérique pour des artistes**

L'aspect positif, vu avec des chorégraphes, des metteurs en scène c'est, bien sûr, les énormes possibilités d'innovation offertes dans le son, les projections vidéo, la création musicale, les arts graphiques comme dans le spectacle vivant en général. L'imagination, la grammaire, le langage et les écritures scéniques semblent sans limite grâce à ces outils.

Le propos artistique doit prévaloir sur la performance technologique. La réflexion sur l'habillage numérique du décor (vidéo et son) et sur l'interactivité de l'acteur sur celui-ci doit être au cœur de l'acte créateur. Les nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) doivent être explorées comme c'est le cas par exemple au sein du LABo des Fées,<sup>xx</sup> et mises au service des Arts numériques et du spectacle vivant pour faire apparaître comme une évidence les interactions possibles entre les mondes virtuels et les pratiques du plateau.

C'est l'occasion de repenser l'utilisation du virtuel face à notre monde réel.



Il s'agit par exemple de proposer un lieu et un temps de création, pour des artistes, avec l'informatique (station, vidéo projecteur, capteurs, caméras...). Appréhender les compétences techniques et artistiques pour créer, produire des installations numériques interactives sonores et/ou visuelles, des chorégraphies, des performances musicales ou des spectacles vivants intégrant ces nouvelles technologies. Les artistes associés puisent ses ressources offertes dans les outils numériques et partagent des solutions logicielles dans un esprit OPEN SOURCE. Les artistes en résidence de création auraient accès à cet espace et à ce partage des savoirs lors de la découverte du dispositif. Ils pourraient travailler sur l'expérimentation des possibilités créatives qu'offrent ses ressources.

Pour les artistes, les metteurs en scène ou les chorégraphes ce serait la possibilité de faire émerger des idées et des constructions chorégraphiques, visuelles ou théâtrales en permettant à chacun de s'exprimer selon ses désirs et ses envies.

Les technologies numériques peuvent intervenir au cours du processus de création ou encore servir de modèle à l'écriture. Ce n'est donc pas la question de l'outil qui est essentielle mais celle de la pensée à l'œuvre.

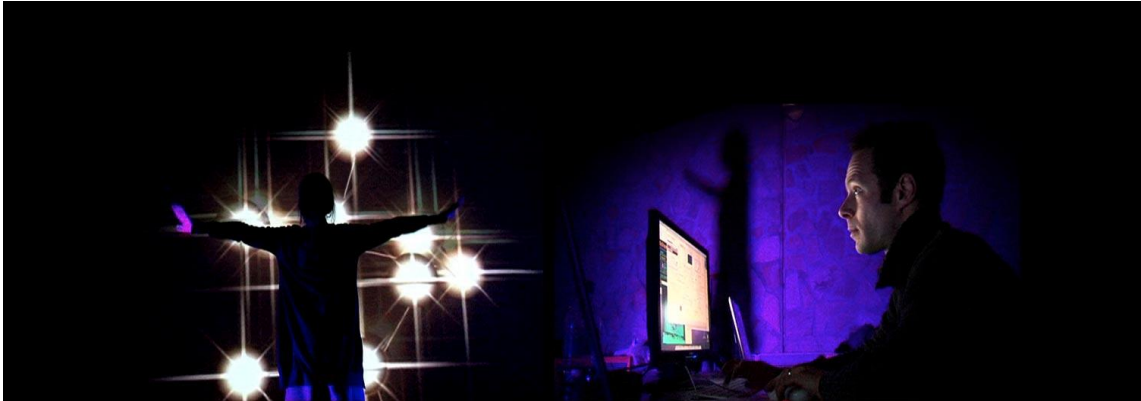
✓ **Mettre en place le « Théâtre prolongé » et bouleverser l'écriture théâtrale par les outils numériques**

Le SYNDEAC dans son rapport daté de juillet 2015 fait état d'une forme nouvelle d'utilisation des outils numériques en direction des créateurs.<sup>xxi18</sup> Il s'agit du « Théâtre prolongé » : un travail qui vise à prolonger un spectacle sous la forme d'une installation. Il s'agit de fabriquer une trace comme on le ferait avec une vidéo, mais de la penser comme une nouvelle forme d'écriture propre qui vient accompagner, précéder, prolonger le temps du spectacle. Cela bouleverse l'écriture de plateau.

## ✓ Proposer des créations à partir des outils numériques AVEC le public

A partir d'ateliers pédagogiques et artistiques encadrés par des professionnels, serait proposée la construction et la création d'œuvres sonores ou visuelles, une chorégraphie (avec l'aide de danseurs) ou tout autre type de spectacle restant à inventer.

Le public utiliserait les outils numériques mis à sa disposition et proposerait une restitution soit graphique, soit informatique soit encore en trois D de leur création. Le principe est de rendre le futur spectateur acteur initié à la méthodologie créatrice comme à sa pensée, dans une interactivité de recherche avec les artistes, de sorte que connaissant les arcanes technologiques et numériques il ne soit plus intéressé que par l'acte artistique lors de sa vision en tant que spectateur. Des spectateurs « complices » et néanmoins toujours émerveillés en somme.



Il s'agit de ne pas se laisser « déborder » par la technologie. Celle-ci venant « étouffer » l'acte créateur, la dramaturgie, pour se transformer en performance et non plus en acte de narration créative. Faire en sorte de ne pas transformer son spectacle en gadget facile et gratuit au détriment d'un nouveau langage dont la poésie resterait la volonté première.

Il faut donc éviter l'écueil d'une vision techniciste des technologies numériques tout en utilisant « le digital performance ». Celui-ci inclut toutes les œuvres des arts de la scène où les technologies informatiques jouent un rôle clé en ce qui concerne le contenu, la technique, l'esthétique ou la restitution finale sur le plateau. **La mutation** doit se faire au travers des outils en faveur du spectacle et de l'artistique.

### - L'utilisation en direction du public

Cette utilisation cette perception au service du public, peut s'imaginer à travers des ateliers à dimension « de médiation culturelle » c'est de la transmission.

L'exemple du : DATA Paulette sous structure du « Jardin D'Alice » rattaché à un Hacker Space, un lieu de détournement des technologies et non pas de crack, c'est-à-dire d'utilisation malveillante de la technologie (pour aller détourner de l'argent par exemple); c'est d'inventer plutôt un lieu de rencontre et de discussion autour des technologies du monde du numérique.

Aux « Moulins de Paillard » (Sarthe) du 21 au 30 Juillet 2017 s'est tenue une rencontre autour de l'utilisation du numérique par des artistes de toutes disciplines (chorégraphe, designer, artiste graphique). Lors d'un séminaire, une multitude de créateurs se sont retrouvés, qu'ils soient ou non dans le même domaine de création. Il a été possible ensuite de réaliser une « matéiothèque » pour montrer un déroulé, une démarche, une multitude de matières inventives développées dans le but de faire découvrir et comprendre au public les interactions entre les artistes et le numérique.

Imaginer un programme de formation de l'utilisation et de la création des applications numériques pour le spectacle vivant en direction du public jeune et des professionnels.

Par exemple le programme d'éducation numérique "Connectons Nos Ecoles" propose chaque année aux élèves du territoire du Grand Paris Seine Ouest et à leurs enseignants d'explorer de nouvelles narrations par le biais des nouvelles technologies et de vulgariser largement cette méthodologie portée par « Le Lab d'éducation numérique du CUBE ». Pour fêter les 10 ans de ce programme qui a accompagné plus de 1500 enfants, Le Cube innove avec le projet « Le Labo des Applis » qui propose aux élèves de 5 classes primaires d'inventer et de concevoir leur propre application mobile sur le thème de la nature. Les enfants se sont ainsi impliqués dans un projet créateur et éco-responsable, renforçant leur prise de conscience citoyenne quant au respect de l'environnement.

- **Créer des partenariats d'entreprises pour promouvoir le spectacle vivant**

- ✓ **S'associer à un serveur téléphonique**

Le numérique doit être intégré et réfléchi comme un outil de stratégie dans les lieux de spectacle en direction du public d'une façon très pratique.

Par exemple en s'associant à un serveur téléphonique (type Orange ou SFR) et lui proposer un partenariat en direction de ses clients.

D'une façon concrète, alors que nos téléphones sont envahis sans cesse par la publicité pour la dernière voiture de telle ou telle marque, ou par des propositions de gain mirobolant sans travailler, le serveur pourrait mettre en ligne, comme une publicité, de l'information sur le dernier spectacle qui se produit dans tel théâtre. Le client réactif pourrait, en répondant à ces sollicitations, gagner des avantages qui restent à déterminer, entre les lieux de production ou de diffusion et le serveur.

De la même façon le client du serveur recevrait chaque jour des informations sur des spectacles vivant du secteur privé ou public. La « banalité » des informations offertes sensibiliserait des publics nombreux et peu habitué des lieux de spectacle vivant.

- ✓ **Créer des blogs de spectateurs**

Ils auraient pour mission de relayer les informations artistiques au-delà du « Like ». Ceux-ci seraient « lancés » par les lieux de diffusion pour faire connaître les réactions de spectateurs déjà informés. Il s'agit d'imaginer un « Tripadvisor » du spectacle ; les vendeurs de ticket ne seraient plus les seuls à fournir de l'information sur les spectacles. La spécificité serait de créer du sens dans la formulation avec des réactions des publics axées sur l'aspect artistique, esthétique et dramaturgique.

Il est même possible d'imaginer des blogueurs en salle « en live » pendant la représentation. Ceux-ci pourraient commenter en direct le spectacle sur les réseaux sociaux. Le théâtre du Rond-Point a tenté l'expérience en janvier 2012 pour des événements qui n'étaient pas des spectacles. Le premier « direct » sur Twitter (*live twitt*) a été mis en place pour une prestation organisée par Radio France. Le débat entre des invités sur le plateau et des spectateurs dans la salle était enrichi par des réactions de Twitt projeté sur un écran.

En mettant en place l'utilisation d'une application mobile sur IOS et sur Android, le digital permet de toucher les jeunes. Cette application est également proposée sur une interface Blog/Web « adaptive ».

- ✓ **Créer un clip pour certains spectacles**

Envoyer sur les portables des fichiers de professionnels, afin de s'inscrire dans une dynamique de communication auprès d'eux, mais aussi sur ceux des abonnés et du public dont le lieu aurait récupéré les numéros de mobile en amont par d'autres opérations de communication.

- ✓ **Envoyer des SMS / MMS**

Un SMS présentant un spectacle sous la forme d'un clip. Il renverrait sur le Facebook et sur le site du lieu avec un teaser résumé à un slogan attractif pour toucher le public jeune, la génération Y ou Z.<sup>xxii19</sup> Imaginer un jeu concours. Il fonctionnerait à partir d'un quiz de 3 questions avec indice vidéo sur le spectacle à promouvoir avec un gain à la clef.

- **L'utilisation par les professionnels**

- ✓ **L'humain, le capital principal : Comment le valoriser ?**

Les professionnels du spectacle doivent prendre en main l'aspect RH et formation de leurs collaborateurs. Nous avons vu que les personnels en charge du numérique le faisaient souvent de façon empirique, aléatoire et autodidacte. La formation aux différents outils doit faire partie intégrante de la marge de progrès de l'entreprise ou de l'organisation culturelle.

Il est nécessaire de veiller au niveau de compétence des responsables de la communication numérique dans les salles de diffusion ou de création pour une plus grande efficacité dans la réussite de l'utilisation de ses outils en direction du public.

Le numérique peut aussi accompagner en termes de gestion de projet et permet de partager l'information, de suivre l'évolution d'outils comme Trello, freedcamp, pour travailler en équipe et pouvoir attribuer, hiérarchiser d'une façon très accessible et très efficace.

En premier lieu, il faut remettre en question son mode de fonctionnement par rapport à l'utilisation des outils numériques pour en tirer une méthodologie imposée à tous dans son fonctionnement vis-à-vis du public.

La mise en place des leviers d'actions pour une meilleure rentabilité de l'entreprise productrice (théâtre, producteur privé) passe par l'établissement d'un diagnostic interne sur la façon d'amplifier l'impact en direction du public des outils existants.

Il faut ensuite définir avec les collaborateurs des bonnes pratiques de l'emploi de l'existant pour entrer dans une dynamique de progrès en utilisant des indicateurs mis en place sur la satisfaction du public et les améliorations que celui-ci préconise concernant la fonction « outils numériques ».

Déterminer enfin une véritable stratégie de déploiement, savoir manier les différents niveaux de langage selon les canaux et animer avec efficacité une présence sur le web.

L'idée est de conduire une nouvelle dynamique et interaction entre collaborateurs des lieux et public, en optimisant les outils numériques disponibles. Il serait alors possible de mettre en place une charte d'excellence donnant des gages de discrétion, de qualité et de confidentialité à tous les utilisateurs professionnels ou publics.

C'est à ce prix que la confiance durable peut s'installer entre « le client/spectateur » et la structure productive de sorte à faire perdurer le rapport économique, spectacle après spectacle, indispensable à la pérennité du secteur.

- ✓ **La première chose à laquelle on pense quand on est producteur de spectacle c'est de rentabiliser son investissement**

Cela nécessite une ingénierie économique de projets adéquate, au sein de l'entreprise culturelle. Il est donc nécessaire de s'interroger sur le mode de fonctionnement des plateformes de billetterie, d'information et de prescription en direction du public.

- ✓ **Promouvoir techniquement des plateformes d'information et de vente personnalisées par chaque producteur**

Alors que les plateformes habituelles vendent et informent (a minima) sur tous les spectacles possibles ou presque, le diffuseur, le tourneur, le producteur mettrait en place un outil personnalisé à sa structure.

Celle-ci serait réservée à l'interaction avec le public uniquement sur ses spectacles. Twitter, les réseaux sociaux et le site du professionnel seraient des pourvoyeurs d'informations et interagiraient entre eux avec le public jusqu'à l'acte d'achat de place avec un principe de yield management.

- ✓ **Imaginer la digitalisation des lieux de diffusion**

Le principe est d'utiliser des tablettes prêtées aux spectateurs pendant les files d'attente ou installées dans les halls d'accueil des théâtres. Celles-ci seraient reliées en direct sur le site, le twitt et le blog du théâtre.

Elles diffuseraient d'une façon réactive des informations sur les différents spectacles proposés par le producteur/diffuseur. Il suffirait au spectateur de toucher des « onglets prédéterminés » donnant des renseignements sur la biographie du metteur en scène, des acteurs de la distribution, le choix artistique et le parti pris du metteur en scène filmé, en deux minutes version « teaser », biographie de l'auteur, du décorateur...etc....

À l'issue de la représentation, le spectateur pourrait de nouveau réagir sur la tablette en termes de satisfaction, de critique ou de recommandation. Toutes ces informations apparaîtraient sur les outils numériques du théâtre. La volonté serait d'informer mais également de créer de l'appétence pour les autres productions de la compagnie ou de la société productrice. Le quidam pourrait laisser son mail pour recevoir régulièrement les infos des spectacles à venir.

## **Conclusion de la partie C :**

Cette liste des « bonnes pratiques » est évidemment appelée à évoluer au fur et à mesure des progrès technologiques mais également en fonction de l'appropriation par le public des possibilités offertes.

La mutation et la perspective de l'utilisation des outils numériques ne cessent de s'ouvrir en fonction de la créativité des artistes mais également de celle des producteurs de spectacle. Il ne faut évidemment pas oublier le troisième partenaire : le public ; en demande constante d'innovation numérique mais aussi proie indispensable à la viabilité économique du secteur.



## Conclusion générale :

Oui le numérique peut transformer le public et ses pratiques de consommation de la culture, dans le spectacle vivant comme dans le patrimoine.

Le numérique modifie la pratique de l'accès à l'objet culturel, à travers lui, et le public devient plus habitué à l'esthétique et aux expérimentations artistiques possibles avec ces outils.

Le numérique pose la question du lien entre les artistes, les professionnels de la production et le public dans le spectacle vivant, il est bien en train de modifier la relation au public dans son rapport au spectacle. C'est un accélérateur de succès ou d'insuccès, mais il fait également évoluer les pratiques créatives comme les pratiques marketing.

Par ailleurs, le numérique est associé à une certaine modernité d'où la notion de « révolution » alors qu'il faut plutôt parler d'évolution permanente.

Il peut être considéré comme un danger à travers une économie robotisée donc numérisée où l'humain ne trouverait plus sa place. C'est un danger supposé qui n'est pas un danger réel à condition de respecter quelques façons de faire.

Le monde n'a pas tant changé dans son rapport aux craintes dues à la modernité intellectuelle ou technique depuis le 19<sup>ème</sup> siècle, sauf qu'il y a eu de nombreuses mutations technologiques mécanistes au fil des siècles, le numérique est l'une d'entre elles.

Cette transformation liée à l'outil numérique génère une interrogation éventuelle. **Elon Musk** (fondateur de Tesla et de Space X) alerte le gouvernement américain sur des dangers potentiels. Ils réclament des textes de lois encadrant l'utilisation des outils numériques. Il dit dans un article du Figaro du 18 juillet 2017 : « *Je n'arrête pas de sonner l'alarme, mais jusqu'à ce que les gens voient vraiment des robots tuer des personnes, ils ne sauront pas comment réagir, tellement ça leur paraît irréel...Je travaille sur des formes très avancées d'intelligence artificielle, et je pense qu'on devrait tous s'inquiéter de ces progrès.* » Il considère que l'intelligence artificielle est désormais « *le plus grand risque auquel notre civilisation sera confrontée* ». Il prédit qu'il serait déjà « *trop tard* » pour sauver l'humanité si l'homme ne prend pas des mesures drastiques face à cette technologie puissante.

Cela peut être le bien comme le mal pour l'humanité. (L'atome a produit la bombe atomique mais aussi une source d'énergie canalisée, domestiquée pour un mieux-être de l'humanité et l'atome permet de soigner des maladies ou faire des radios par exemple).

L'intelligence artificielle fait partie de cette inconnue. Or les exemples que l'on peut citer sont particulièrement neutres ou positifs.

Il faut faire attention à la perception négative du numérique. Facebook est rempli d'images et la technologie n'est jamais utilisée pour ce que l'on imagine. Le public décide de mettre en valeur des pans entiers de sa vie privée et en quelques clics toutes ces informations se retrouvent sur la toile et deviennent virales. Il s'agit en fait de donner à voir son musée patrimonial. Cela a beaucoup de succès donc tout le monde a envie d'aller le voir, ce qui peut effrayer, mais devient un facteur innovant. Tout simplement parce que plus on a de la visibilité sur internet, plus on a du succès.

En fait la volatilité du public, la mise en concurrence, le piratage voilà ce qui interroge, ce qui perturbe.

A contrario les réseaux sociaux, l'expérience partagée, la demande d'expérience du public dynamise cette utilisation pléthorique du numérique.

En matière de marketing, concernant l'utilisation des outils numériques, il faut faire une matrice « SWOT » (regarder les côtés positifs et négatifs de l'apport des outils numériques) en direction de la valorisation du merchandising. Il y a beaucoup d'effet de crainte, mais la création numérique va faire exploser la créativité même si pour le moment les prémices confidentiels du progrès se font à peine sentir en matière de modèle économique dans le secteur.

En fait le numérique fait progresser le spectacle vivant parce qu'il y a une demande de la part du public. On revient dans une période de matérialisation du numérique et là, il y a beaucoup de projets physiques, concrets dans le spectacle vivant. Ces projets rapprochent le public des artistes. Dans la musique ce qui fonctionne ce sont les concerts et les publics sont les enfants du numérique.

Les outils du secteur musical créent de la valeur par l'innovation au moment où les ventes de disques CD sont à la peine.

Dans cette industrie une véritable interrogation a vu le jour : Savoir si des formes commerciales innovantes sont en mesure d'aider la filière économique de la musique à sortir "par le haut" de ses difficultés actuelles. Cela passe par l'internet et les réseaux sociaux. On n'a jamais écouté autant de musique sur son portable ou sa tablette chez soi ou en itinérance. La dématérialisation des œuvres musicales est devenue la norme.

Les acteurs économiques de la musique sont dans l'obligation d'innover pour compenser les pertes de chiffre d'affaires du disque chaque année. (Près de 14% de moins en 2006)<sup>xxiii</sup>. L'essor du streaming a considérablement aidé la musique à achever sa mutation. Les producteurs cherchent des recettes ailleurs que sur les ventes de CD et les algorithmes sont autant d'outils différents dans la multiplicité des offres auxquelles sont soumis les consommateurs. Dans ce contexte, le concert (spectacle vivant) est devenu primordial et l'annonce et la publicité de celui-ci se fait sur internet, comme l'achat des billets.

Dans le monde du théâtre, la réticence naturelle à utiliser les outils numériques a encore du mal à disparaître. Cette pratique artistique se veut le lieu du réel et de la création de l'œuvre avec le public. La technologie est encore considérée comme un mal nécessaire notamment pour la lumière et le son. Mais de plus en plus de metteurs en scène s'emparent de l'innovation représentée par les utilisations des algorithmes sur scène, ne serait-ce qu'en utilisant des rétroprojections et de la vidéo. Ce n'est pas nouveau mais de plus en plus fréquent.

Face aux nouvelles technologies, le théâtre mime ou plutôt singe l'attitude qu'il avait eu face à la télévision. L'introduction de la technologie numérique au théâtre dépasse les simples considérations techniques et même esthétiques, pour alimenter un débat philosophique, sur la présence de l'acteur et la coprésence de l'acteur et du public. Mais face à l'idéalisme métaphysique, il y a peut-être : « *des raisons de douter de cet ordre rassurant des présents* » (Derrida, « *Spectres de Marx* »), des raisons de s'interroger sur l'imperméabilité de la frontière entre le réel et son simulacre, le réel et le virtuel. Pourtant le théâtre n'est pas le monde du réel, mais du « vrai » en termes de représentation du réel.<sup>xxiv</sup>

Les moyens techniques s'imbriquent et s'associent. Les jeux vidéo peuvent s'emparer des méthodes du théâtre d'improvisation pour créer leur scénario. Le mélange spectacle vivant et jeux vidéo est une forme de matérialisation, avec les « Escapes Games », c'est un jeu de rôle, physique, fait par des gens aimant les jeux vidéo, donc un spectacle vivant peut aussi prendre des références dans le jeu vidéo.

Le numérique nous permet aujourd'hui de partager nos expériences et de décrypter davantage encore notre rapport au spectacle et à la mécanique du spectacle.

La rénovation du spectacle vivant passe par les nouvelles technologies et le numérique en particulier. La grande usine à rêves a tout intérêt à s'approprier ses nouvelles façons d'inventer pour continuer à nous faire rêver !

La scénographie digitale a mis l'art numérique au service du spectacle vivant. Le digital a favorisé l'émergence de nouvelles scénographies, innovantes et créatives.

La culture digitale a su dépasser le cadre assez proche de la musique électronique. Désormais, les formes traditionnelles de la musique et même l'opéra "numérisent" leurs scénographies, comme en juin 2016 pour Don Carlo à l'opéra de Strasbourg.

Ou ici cette image de « Everest » au Dallas Opéra, mis en scène par Robert Brill.



Ces évolutions touchent toutes les disciplines, comme la danse, l'opéra ou le théâtre. La frontière est ténue entre la scénographie et ce que l'on appelle le "spectacle augmenté" (en anglais "augmented performance" ou "augmented Performing arts"). Ce terme fait référence aux spectacles qui ont lieu sur scène et font intervenir des technologies numériques. On emploie également le terme de scène augmentée ("augmented stage").

Aujourd'hui, le "tournant numérique" est une des questions centrales, il concerne donc naturellement les arts du spectacle.

Nous nous situons dans un contexte où "les mondes", notamment celui du spectacle vivant, tant du point de vue des institutions que de celui des artistes, se remettent en question et tentent de définir et affirmer leur place au milieu de la déferlante digitale.

L'influence des nouveaux concepts dans l'art et le divertissement est très forte et se retrouve dans le cadre d'événements grand public, festivals ou concerts. Au sein de ces événements culturels, les nouvelles technologies sont devenues un enjeu majeur dans les scénographies de spectacles vivants. Ainsi, de plus en plus de spectacles (en particulier musicaux) proposent des performances vidéo et des environnements interactifs pour des artistes de musiques actuelles, des danseurs, des acteurs... promettant au public une expérience multimédia inédite et un show hors du commun. Le numérique peut-il apporter quelque chose de plus ou de mieux à la création artistique et à la production de celle-ci ?

Concernant la création et sa partie « accompagnement » sur le plan du travail, il y a des outils en cours de développement, par exemple « ReKall ». C'est un outil de documentation de la création développé notamment par la FEMIS, le ministère de la Culture et des chercheurs. Cet outil met en place une version dédiée à la médiation.

C'est un outil open-source, ouvert à tous, qui accompagne la création, qu'elle soit numérique ou pas puisque cela peut aider à monter un texte classique ou moderne.

C'est de l'accompagnement à la création au sens où cela documente l'évolution de la mise en scène. C'est une aide aussi à la transmission quand on doit faire une passation de régie par exemple.

Dans cette évolution numérique rapide, il apparaît nécessaire que l'institution et les professionnels participent ensemble aux perspectives d'avenir en termes de prospectives et d'interactions.

Il est donc souhaitable qu'une refondation des formations concernant ces nouveaux outils dans le secteur des métiers du spectacle vivant se mettent en place. Il faut commencer à comprendre ce qui est en jeu.

La transmission dans la médiation doit être portée par les compagnies dans une interaction et lorsque la compagnie est subventionnée par de l'argent public, il paraît nécessaire que cette interaction entre le numérique, la médiation et la création artistique soit inscrite dans leur cahier des charges sinon les perspectives de travailler ensemble n'évolueront pas. Il faut pouvoir faire bouger la mutation entre les trois axes en direction du public.

En outre, la façon dont les choses doivent vivre ensemble doit être évidemment propre à chaque lieu, en fonction de sa ligne artistique, car si nous sommes dans une industrie culturelle d'une façon globale, chaque lieu est une entité spécifique en interaction avec le territoire sur lequel il est implanté d'une façon particulière et c'est là qu'il sera possible de développer des choses significatives au contexte.

Il est difficile de transposer un modèle à un autre. Est-il possible d'imaginer le Uber de la culture ?

Il est nécessaire de repenser les métiers et notamment le cloisonnement entre communication, relation publique, billetterie et médiation. Il paraît indispensable que les acteurs professionnels de ces quatre typologies de métiers aient les mêmes formations pour travailler ensemble, vers le même but, dans une même synergie de service au public et de réaliser ensemble, notamment grâce aux outils numériques, une approche nouvelle dans la façon de repenser les relations au public. Il faut s'interroger sur la dynamique à mettre en place grâce aux outils numériques bien exploités.

D'autant qu'aujourd'hui la question du marketing des publics et du marketing des structures culturelles, en termes de levier en direction du public, est incontournable aussi il paraît important que les outils numériques soient utilisés pour créer de la performance sur ces sujets.

Les enjeux des croisements des genres sont importants. Le spectacle vivant peut être un élément qui contribue à tisser des liens n'existant pas actuellement avec le numérique, c'est lié à la démarche individuelle d'un artiste. Les Sites Internet, écrans vidéo, interview d'artistes intégrés dans des spectacles chorégraphiés peuvent participer à la notoriété d'un spectacle vers le public. Un des paris est de faire fonctionner la problématique d'interface : Homme – Machine. Les dispositifs numériques peuvent devenir un élément de narration d'un spectacle à la façon d'un mime hologramme contrôlé par l'artiste.

Des utopies sont permises. On a vu que l'on peut imaginer une scénographie à base de tissus musicaux pour des créations de pièce musicale dirigées par un compositeur travaillant avec plusieurs interprètes, comme un orchestre.

Cette innovation a guidé le développement de nouveaux tissus numérisés qui produisent du son avec lequel un compositeur fait de la musique. On est aujourd'hui en capacité de produire une centaine de tissus pour une centaine de personnes qui produiraient des sons différents et dont l'ensemble produirait une composition musicale écrite par un compositeur. Toujours dans l'idée d'une performance en « live ».

Alors comment imaginer les interactions entre numérique et spectacle vivant dans l'avenir ?

Ce qui semble intéressant d'explorer c'est la question du présentiel, de l'immédiateté offerte par le numérique au théâtre ou au spectacle vivant.

Le numérique est un univers qui bouge très vite, donc le plus intéressant sur ces problématiques, ce sont les questions que l'on se pose en tant que spectateur ou professionnel (artistes ou techniciens) : Est-ce-que le numérique va changer mon expérience de vie, mon organisation, mes compétences ? Soit, vous vous interrogez du point de vue du visiteur / spectateur pour qui cela change sa pratique, soit vous le faites du point de vue de l'institution et cela change les organisations, les compétences, l'offre et la façon de travailler.

Au final la vraie question est : Vers quoi le numérique nous emmène-t-il ou vers quoi devons-nous emmener les outils numériques ?

Sachant que la maîtrise de la vitesse de propagation d'usage nous échappe (cela va très vite, quand on voit les enfants des nouvelles générations naître avec ces outils et la façon dont ils les maîtrisent à l'instinct), il faut s'interroger sur la contrainte du numérique autant que sur son opportunité.

Par ailleurs la question de la surabondance des données de masse Big DATA peuvent constituer de la matière pour un spectacle ou pour un artiste. Prenons un exemple, Le MET Opéra de New York, c'est 35 millions d'images en open source, c'est tellement délirant qu'une démarche artistique pourrait intégrer ces images-là et on aurait une dimension conceptuelle prenant en compte le numérique et le spectacle vivant.

Il ne faut pas négliger la **dimension « Politique »** de l'influence du numérique. Elle commence par une volonté de pédagogie démocratique forte, de médiation. Il faut une politique automatique du numérique, des nouvelles technologiques, intégrée dans des lieux. C'est un vrai choix politique et la frilosité devant l'innovation est inscrite dans les habitudes de nos dirigeants.

Les collectivités territoriales doivent, en matière de politique culturelle s'emparer de la problématique et pousser les élus à s'interroger sur les choix à faire et les modes de fonctionnement. Le principe serait de mettre en place une feuille de route de politique culturelle en phase avec la politique territoriale à destination des professionnels Le but est de d'aider les artistes, techniciens et administratifs à investir le territoire, en utilisant les outils numériques dans la pratiques de leurs métiers. Il est souhaitable que les outils numériques participent à une refondation des moyens d'actions en vue d'une démocratisation de la culture dans les collectivités territoriales.

Notre pays produit des créateurs. La France a créé un label French Tech, ce sont les villes qui postulent pour avoir ce label. Celui-ci est essentiellement un label d'affichage permettant une visibilité internationale dans un même espace. La ville d'Avignon a ce label pour la culture de manière très logique.

Une « start up » incubée en Avignon a créé le : « To See or not too See », l'idée est une application listant les réactions et les commentaires des spectateurs qui ont assisté aux spectacles des festivals Off et In d'Avignon. Ceux-ci indiquent les spectacles à voir ou à ne pas voir. Ces informations sont diffusées sur le net, en « open source ».

Autre outil créé à l'aune de la French Tech culture, « Sonic Solveig » (éditeur numérique de contenus musicaux interactifs). Cette star up a sorti des applications numériques pour faire connaître et aimer aux enfants l'Opéra et la musique classique.

Le numérique impacte profondément les modes de création, de pratique, de conservation et de consommation culturelles. Il est cependant utile d'examiner les conséquences précises qu'il a sur la vie culturelle locale, au niveau des communes et des intercommunalités, des départements et des régions. Il l'est tout autant de savoir comment le soutien des collectivités territoriales, dont il faut rappeler qu'il est primordial pour les structures culturelles comme pour les artistes, s'y adaptent ou devraient le faire.

Plusieurs problématiques sont soulevées par l'aspect politique du questionnement. Le numérique est une formidable opportunité de démocratiser l'accès au savoir et à la culture. C'est aussi un défi pour la diversité culturelle et artistique locale, qui risque d'être submergée par la culture de masse standardisée, ou au contraire un moyen de faire revivre ces cultures locales en leur donnant de nouvelles occasions de valorisation ou de diffusion ?

Le numérique facilite-t-il l'émergence et l'expression autonome et/ou autoproduite, ou encourage-t-il l'hybridation entre culture et divertissement. A-t-il un effet négatif ou positif sur les pratiques culturelles existantes, notamment la fréquentation des lieux de l'institution culturelle.

Quel type de refondation des politiques culturelles locales est-il souhaitable d'engager, et quelle peut y être la place des équipes professionnelles comme des associations culturelles amateurs locales.<sup>xxv</sup>

Dans l'utopie la plus folle il faudrait **imaginer que la transformation et l'évolution dans la façon de se servir du numérique, viennent des artistes**. Les artistes ne sont pas tous formatés de la même manière. Car on est aussi et toujours dans une histoire de formatage, les grandes écoles au niveau de la créativité ont du mal à imaginer comment sortir des moules dont « l'air du temps » indique la direction à suivre dans une convention formatée.

L'artiste, lui, normalement ne doit pas être sensible à l'air du temps et c'est sa particularité. Il doit en faire abstraction et aller chercher la création au-delà de la connaissance des grandes écoles.

L'avenir intelligent et non simplement pratico-pratique du numérique passe forcément par des artistes, par des créateurs, ou les philosophes.

Le numérique peut servir à faire autre chose que de l'algorithme et du calcul, c'est une question dont les artistes doivent s'emparer.

Il faudrait faire des classes spéciales pour former des gens dont le but serait d'inventer d'une façon artistique et créatrice, faire de l'invention pure, avec comme outil le numérique. Le pari serait d'inventer des choses qui n'existent pas sans hésiter à « délirer », imaginer des associations entre tel et tel produit ancien non numérique existant qui pourrait être amélioré grâce au numérique.

Les choses avancent parce qu'il y a toujours un créateur, un Einstein ou autre, aux commandes de l'imaginaire poétique artistique et culturel, mais c'est finalement surtout une question philosophique, car **il s'agit d'apprendre à désapprendre**.



## Annexes et références :

- i Michel Serres « Petite Poucette » : Essai publié par le philosophe français Michel Serres en 2012 aux éditions Le Pommier - Page 9
- ii Jean-Michel Besnier dans *le Cube*, la revue (création et société numérique dans le n° 12 de juin 2017. Page 11
- iii Etude « *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique* » l'enquête de 2008 d'Olivier Donnat. Page 11
- iv Hervé Fisher, artiste-philosophe parle autant du « Choc du numérique » dans un ouvrage en 2001, que du « romantisme numérique » dans un livre de 2002. Page 13
- v Le TMNLab. L'état des lieux du numérique dans les théâtres en 2016 : infographie et rapport complet. - Page 15  
Le TMNLab. L'état des lieux du numérique dans les théâtres en 2016 : infographie et rapport complet. - [http://www.tmnlab.com/wpcontent/uploads/2016/11/Etatdeslieux2016\\_TMNlab\\_Theatres-et-numerique.pdf](http://www.tmnlab.com/wpcontent/uploads/2016/11/Etatdeslieux2016_TMNlab_Theatres-et-numerique.pdf)
- Anne Le Gall. Présidente du TMNLab. Parution de l'état des lieux - 21 novembre 2016.  
De la nécessité d'un état des lieux : Depuis sa création, les observations du TMNlab et ses nombreux échanges avec des professionnels officiant sur l'ensemble du territoire français ont fait émerger la nécessité d'établir un état zéro de la pénétration du numérique dans les théâtres pour ajuster au mieux ses actions et refléter au plus près les besoins du terrain. Dans ce cadre, le TMNlab a missionné le laboratoire Théâtre de l'université de Rennes 2 (Équipe d'accueil Arts : pratiques et poétiques) pour établir un premier diagnostic concernant l'engagement du secteur dans le numérique et son appropriation dans les différents types d'institution.  
Cet état des lieux s'est intéressé aussi bien aux questions d'équipement, aux pratiques vis-à-vis des publics qu'aux usages d'un point de vue organisationnel. L'enquête a été menée au cours de l'année 2016 par Marion Denizot, maître de conférences HDR en Études théâtrales à l'université de Rennes 2, et par Christine Petr, professeure agrégée des universités à la faculté de Droit, sciences d'économie et de gestion de l'université de Bretagne-Sud.  
Faire émerger toutes les pratiques numériques partout, afin de rendre compte de la situation du paysage théâtral au regard du numérique, il a été décidé de constituer un échantillon le plus représentatif possible de l'ensemble des institutions qui le compose, en considérant les théâtres privés, les théâtres subventionnés par le ministère de la Culture et de la Communication, les théâtres financés par les collectivités territoriales et ceux qui bénéficient de co-financements, soit 446 théâtres interrogés : 6 Théâtres Nationaux, 38 Centres Dramatiques Nationaux dont 3 Centres Dramatiques Régionaux, 71 Scènes Nationales, 126 Scènes Conventionnées, 135 Scènes et Théâtres de ville, 51 théâtres privés et 19 autres lieux non labellisés.
- Vers un observatoire des pratiques numériques ?  
Financé grâce à une subvention fléchée du ministère de la Culture et de la Communication, l'état des lieux a bénéficié de l'expertise de la Direction générale de la création artistique. Ainsi, la formalisation de ce travail repose sur un processus d'échanges, entre commanditaire, financeur et laboratoire de recherches, répondant à trois enjeux :  
– donner des éléments factuels mais aussi qualitatifs, permettant aux professionnels du TMNlab d'identifier des expériences intéressantes et de poursuivre leurs échanges en adaptant les thématiques des rencontres aux enjeux cruciaux ;  
– donner aux pouvoirs publics une meilleure lisibilité de l'appropriation du numérique par le secteur théâtral, pour le cas échéant, orienter les politiques publiques mises en œuvre  
– construire les fondations d'un observatoire permettant d'avoir un suivi sur les évolutions de ces pratiques dans les années à venir
- vi Etude du 8 juillet 2013 et lors du 67<sup>e</sup> Festival d'Avignon, réalisée par Nicolas Rosette et Christophe Castro : *Théâtre est-ce que le numérique change quelque chose ?* Page 15
- vii Pierre Henry, maître et inventeur, Initiateur de la « musique concrète ». [https://fr.wikipedia.org/wiki/Nicolas\\_Sch%C3%B6ffer](https://fr.wikipedia.org/wiki/Nicolas_Sch%C3%B6ffer). Page 24
- viii Patrice Mouillet- Musicien. <http://www.patricemouillet-alpes.com/aem-patrice-mouillet.html> Page 24

- 
- ix Groupe C2. <https://youtu.be/1KOaT1vdLmc>.  
Page 25
- x Le groupe Wood Kid. <https://youtu.be/EPKkjUpwwGY>.  
Page 25
- xi Le groupe ShakaPunk. <https://youtu.be/-LVWXQ2F3KI>.  
Page 25
- xii Eric Sadin - « La vie algorithmique. Critique de la raison numérique » - édition L'Échappée, coll. « Pour en finir avec », 2015.  
Page 28
- xiii Emily Gonneau « L'Artiste, le Numérique et la Musique ».  
Page 28
- xiv La République à Versailles. [https://fr.wikipedia.org/wiki/F%C3%A0tes\\_%C3%A0\\_Versailles](https://fr.wikipedia.org/wiki/F%C3%A0tes_%C3%A0_Versailles).  
Page 31
- xv La « Nuit des Chimères » au Mans.  
Page 37
- xvi La société « Spectaculaires – Allumeurs d'image ». <http://www.spectaculaires.fr/index.php>  
Page 37
- xvii Le Festival d'Avignon et son public. Équipe Culture & Communication du Centre Norbert Elias - Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et le Festival d'Avignon – Juillet 2016. [www.festival-avignon.com](http://www.festival-avignon.com).  
Page 50
- xviii Article dans Télérama de Jean-Baptiste Roch. Publié le 30/06/2016.  
Page 58
- xix Etudes réalisées par SocialBand en 2013.  
Page 58
- xx Fée d'hiver – association loi 1901.  
Page 61
- xxi Etude SYNDEAC : le spectacle vivant à l'ère du numérique : Mutations et perspectives ».  
Page 63
- xxii L'Opéra National de Bordeaux saison 2014 -2015.  
Page 65
- xxiii La Fing 2017- Think tank de référence sur les transformations numériques.  
Page 65
- xxiv Le TMNLab -2017 Le Théâtre, lieu de résistance au numérique ?  
Page 66
- xxv Think Culture : « Territoires à l'ère numérique : quelles conséquences sur la vie culturelle locale ? ». Paris - Publié le jeudi 8 juin 2017 - Essentiel n° 95350.  
Page 68