Sensibiliser les équipes et artistes aux projets numériques

Posted on 19 février 2014 by Chrystel Folcher Bouby

[show_avatar email=30 user_link=bp_memberpage show_name=true align = right avatar_size=100][show_avatar email=29 user_link=bp_memberpage show_name=true align = right avatar_size=100][show_avatar email=6 user_link=bp_memberpage show_name=true align = right avatar_size=100] **Restitution du groupe de travail « Sensibiliser les équipes et artistes aux projets numériques » composé de Blandine Nouvellement, Léopoldine Leydier et animé par Chrystel Folcher Bouby lors de la première rencontre TMNlab organisée à Paris le mardi 4 février 2014.**

Le numérique est une révolution technologique comparable à la révolution industrielle, survenue deux siècles plus tôt, et à laquelle il est d'usage de la comparer et d'y voir un prolongement du développement industriel. Cette mutation se traduit par une mise en réseau planétaire des individus via de nouvelles formes de communication (courriels, réseaux sociaux, messageries instantanées, vidéos…). Une autre conséquence de cette mutation est l'abandon du modèle de communication verticale au profit de celui de communication horizontale.

En d'autres termes, il n'y a plus une expertise détenue par un groupe restreint, mais des points de vus énoncés par tous.
Et il n'y a plus un discours à sens unique, mais la possibilité de répondre en instantané à l'émetteur du message de manière publique.
Cette société du numérique entraîne une profonde transformation dans les modes de fonctionnement de la société.
Et les théâtres ne doivent pas devenir des spectateurs passifs de cette transformation, mais au contraire s'approprier les nouveaux outils de communication pour montrer qu'ils sont toujours des lieux de vie où se jouent l'actualité et la modernité.

Il se peut que certaines personnes soient confronter à des résistances au numérique dans leur structure, c'est pour cette raison qu'il nous a paru probant de dresser ce petit mémo (non exhaustif). Nous espérons que cela les aidera dans leur démarche de conversion.

1/ Qui ?

Ici, il nous semble important de préciser que la réponse varie en fonction de la taille et des statuts de l'institution.
– Qui sensibilise ? : La personne qui va porter le projet
– Sensibiliser qui ? : l'ensemble des services

- un supérieur hiérarchique qui lui-même en réfère au directeur/trice
- le directeur/trice directement
- toute l'équipe technique et administrative

- l'ensemble de l'équipe artistique (stipuler dans le contrat et en parler dès sa signature)

2 / Comment ?

Par une médiation en interne qui là encore dépendra de la taille et des statuts de l'institution :
– réunion collective
– réunion par service
– La mise en place d'une charte de bonne conduite sur l'utilisation des réseaux sociaux viendra s'ajouter à la médiation en réunion

CONSEIL PRATIQUE : Au préalable, le porteur du projet, aura fait un état des lieux de sa structure. Pour être plus convaincant, il pourra s'appuyer sur des données chiffrées (benchmark) qu'il aura établi. Cette analyse l'aidera à mieux définir les enjeux de l'utilisation du numérique à court et moyen termes et d'argumenter son propos au moyen d'exemples concrets.

3/ Pourquoi ?

Quels avantages le théâtre peut en retirer ?
– Image innovante et être au cœur de l'actualité
– Notoriété
– Communication peu coûteuse
– Développer, élargir et fidéliser son public
– Si tous les échanges sont correctement archivés, l'utilisation des médias sociaux est une valeur ajoutée à l'histoire, à la mémoire de la structure.

4/ Quelle stratégie ?

– Lister les médias sociaux adaptés (Blog, Youtube, Dailymotion, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Pearltrees, Foursquare…)
– Qui, raconte quoi, à qui, à quelle fréquence et pour quelle durée
– Prévoir un compte rendu des retours/impacts

5/ Combien ?

Comment évaluer l'impact budgétaire ?
– Ressources humaines :

- Embauche d'un salarié en CDD ou CDI ou freelance (community manager, graphiste, web développeur…)
- OU Formation du personnel pour qu'il soit performant.

Dans ce cas prévoir un budget pour les formations ainsi qu'une estimation du temps passé par le personnel sur les réseaux sociaux. C'est un temps qu'il prend sur ses autres tâches qu'il peut déjà avoir du mal à remplir. Cela peut aider pour la création d'un poste.

– Matériel: Le projet peut nécessiter l’achat de logiciels, de matériel audio-visuel...