Restitution #TMNlab03 : Discuter pour construire et défendre un projet

Posted on 23 juin 2014 by Héloïse Lecomte

Organisée à l'Avant Seine / Théâtre de Colombes le 22 mai 2014, la 3e rencontre du TMNlab a réuni une vingtaine de personnes autour du thème « Sensibiliser l'institution théâtrale à l'innovation numérique dans les métiers non artistiques », dans une forme que nous avons voulue nouvelle. La rencontre a débuté par une conférence pour se poursuivre par un moment de brainstorming collectif.
Voici le compte-rendu de cette soirée de travail en quatre parties : Partie 1 : Les participants / Partie 2 : Des pistes pour favoriser l'innovation professionnelle / ***Partie 3 : Discuter pour construire et défendre un projet*** */ Partie 4 : Aller plus loin / des initiatives à découvrir*

La conférence de Grégoire Jeanmonod s'est poursuivie par un brainstorming collectif en méthode post-it d'une quarantaine de minutes.
Les participants ont été invités à répondre sur post-it à deux questions, les animateurs réagissaient et interrogeaient l'ensemble du groupe en fonction des idées recueillies.

Première question / Si vous n'aviez aucun frein, si vous aviez toute liberté, quel projet numérique souhaiteriez-vous mettre en place dans votre théâtre, en quelques mots ?

Résultats / Les projets numériques proposés, regroupés par grandes thématiques :
– Créer des expériences de spectateurs hors les murs : projections live d'une pièce en plein air en direct ou sur différentes plateformes web, rencontre connectée avec les artistes en ligne, proposer des expériences totalement numériques de l'entrée dans le théâtre à l'entrée dans la salle, créer un théâtre éphémère en plein cœur d'un quartier, ou un théâtre itinérant où les artistes moteurs tiendraient une sorte de journal de bord vidéo de leur expérience.
– Réaliser des capsules vidéos pédagogiques sur chaque spectacle / métiers du théâtre / les coulisses, web documentaire pour montrer la « machine à faire du théâtre ».
– Rejoindre le Google Cultural Institute
– Livre d'or numérique, où les spectateurs peuvent y déposer leurs impressions à la sortie des spectacles, directement, in situ : photomaton, vidéomaton, live tweet permanent, support numérique où il est possible de publier des commentaires sur place, retransmettre les conversations twitter sur un écran dans le théâtre.
– Développer l'échange et la recommandation sur les spectacles entre spectateur et personnel du Théâtre au moyen d'une plateforme collaborative qui agrègerait et indexerait contenus media, coups de cœur, commentaires ou bien via une plateforme indépendante d'une structure en particulier qui convergerait vers une billetterie.
– Créer une plateforme de valorisation des expériences et des activités autour d'un ou plusieurs lieux culturels pour susciter l'intérêt des publics de manière interactive
– Présentation de saison enrichie par des dispositifs numériques : vidéo interactive sans images

de spectacles,
– Compléter les actions de médiation : plateformes participatives d'ateliers pédagogiques pour les enfants, les enseignants…
– Favoriser l'émergence de nouveaux talents en créant des plateformes destinées aux anciens élèves d'atelier théâtre et leur permettant de se retrouver et de monter des projets ensembles
– Un site permettant de créer des sorties de groupes facilement : les membres proposant des sorties, les autres pouvant ainsi répondre et s'y greffer.

D'autres post-it étaient plutôt formulés sous forme de questions :
– quels outils numériques (autre qu'une application) pour faire la médiation autour d'un spectacle ?
– quels outils numériques pour soutenir une saison hors les murs lorsque le lieu ferme ses portes pour travaux et présente ses projets dans d'autres structures ?

Lors d'un vote à main levé nous avons retenu un projet pour la seconde étape :

> développer un système in situ de cabine vidéo type photomaton dans lequel les spectateurs pourraient laisser un témoignage.

[photo du post it]

Seconde question / Pourquoi mener un tel projet ? Quels arguments pour le défendre ? Quel intérêt pour la structure, l'oeuvre, le public ?



Résultats / Quatre grandes thématiques se sont dégagées des réponses/idées reçues.
1) Rassembler/fédérer les équipes :
réunir une équipe au sein du théâtre autour d'un projet commun fédérateur (relations publiques, communication, direction, mais aussi les équipes techniques)

2) Animer le lieu et personifier/personnaliser la structure :

- appropriation du lieu
- désacralisation
- offrir un espace d'expression vivant et encourager l'échange entre les spectateurs et les équipes artistiques
- proposer aux tutelles, mécènes, etc. un autre regard sur le Théâtre, au delà des chiffres billetterie ou revue de presse.
- approche qualitative, montrer l'attachement du public

3) Fidéliser et valoriser les spectateurs

- libérer l'expression, enrichir l'expérience
- susciter l'intérêt au delà du lieu et toucher des publics nouveaux
- montrer au spectateur que le théâtre s'intéresse à son avis et le valorise, voire le prend en compte
- améliorer la connaissance que le théâtre a de son public, ses goûts, ses envie, ses habitudes et adapter ensuite le discours RP, communication

4) Créer du contenu autour du spectacle / du lieu

- promouvoir un spectacle ou un événement avec ces contenus presque « gratuits » sur les réseaux sociaux, sites internet et in situ, monter un best-of des réactions du public, promouvoir un autre avis que celui des pros
- donner un souvenir aux spectateurs de leur expérience, enrichir la mémoire du lieu
- palier à la lenteur des retombées presse

À partir de ces réponses, un échange et un débat s'est amorcé entre les participants, animé par Anne Le Gall et Julia Passot, soulevant ainsi différentes questions.

Quels moyens mettre en oeuvre ?
– faisabilité : aller au bout de la démarche en évaluant les coûts réels, les ressources qui seraient engagées, etc. pour montrer qu'au final c'est pas forcément si compliqué ou coûteux, que les étapes ont été pensées : débroussailler le projet pour le rendre plus lisible
– lister les initiatives qui existent déjà et leurs impacts (téléphoner au structures, lire des rapports, etc.)

Comment rationnaliser les coûts ? Lever les freins financiers ?
– La création d'une cabine semble nécessaire afin de donner un cadre incitatif. Si on laisse les spectateurs utiliser leur propre smartphone cela sera beaucoup moins incitatif qu'un dispositif dédié in situ.
– utiliser un hashtag pour recueillir des tweets de retours spectateurs, garder l'idée du livre d'or en abandonnant la vidéo/photomaton : cela restreint le public susceptible de partager son expérience aux seuls utilisateurs de twitter ou nécessite une médiation associée imaginée et donnée par les équipes du théâtre. Twitter est néanmoins un outil utilisé par les jeunes, cela peut aussi constituer un argument pour convaincre du projet car il permettrait de rendre le théâtre plus ouvert à ce public particulier.

– relativiser avec les autres coûts, un vidéomaton permettrait de susciter l'intérêt du public jeune autour d'une pratique qui appartient à leur groupe social : comparer le coût d'une RP à l'année pour développer le public jeune, d'un attaché presse pour recueillir l'avis de pros, etc. avec le coût de ce dispositif…
– échanger avec les autres services, car chaque service possède des trésors de matériel (ex : services techniques), parfois inutilisés, finalement on se rend compte que ça n'est pas si cher et les autres services peuvent apporter des idées simples auxquelles nous n'aurions pas forcément pensé (cf abaisser les cloisons entre les champs de connaissances décuple le potentiel créatif d'une idée vu dans la conférence précédent ce brainstroming). La plupart des freins viennent de la manière dont on en parle aux équipes internes, en adoptant son discours, cela peut à l'inverse permettre de débloquer des situations, de les simplifier !

La question d'animation du dispositif : comment être sûr que cela va marcher ?
– s'en servir dans le cadre d'une action pédagogique et donner des contenus de départ pour susciter les spectateurs à faire de même (montrer l'exemple)
– développer un focus group avec des spectateurs occasionnels, ou très habitués, et les amener au vidéomaton, cette finalité faisant partie intégrante de leur expérience prévue au départ avec les RPs

Impacts positifs envisagés :
– Fédérer autour du projet : un travail de fond pour s'appuyer sur une équipe fan du lieu, qui sera ensuite plus susceptible de relayer les actions, les spectacles et de parler en très bon terme du théâtre et de son activité. Les collègues sont les premiers ambassadeurs du lieu. Tous les services peuvent potentiellement être intéressés et motivés sur ce projet là en particulier. Aller chercher leur appui peut être salutaire !
– permet aux ouvreurs de renvoyer les mécontents qui leur sautent dessus à la sortie du spectacle vers ce lieu d'expression

Freins potentiels soulevés :
Comment gérer l'avis négatif ?
Un avis négatif peut être géré de plusieurs façons :
– l'utiliser pour susciter la réaction auprès d'autres spectateurs : qu'en pensez-vous, êtes-vous d'accord et réagir en conséquence en apportant du contenu pour permettre de comprendre le spectacle, ou une promesse d'améliorations du service par telle ou telle évolution (transformer à son avantage en montrant l'intérêt du théâtre pour son public)
– mettre en regard plusieurs avis, des positifs, des négatifs, pour susciter la réflexion autour d'un spectacle, et en profiter pour inciter le spectateur potentiel à faire lui même son expérience et à se faire son propre avis (relativiser l'avis négatif, développer l'esprit critique du public, l'émanciper de la critique pro uniquement)

Parfois les spectateurs se répondent entre eux sur les réseaux sociaux lorsqu'ils ne sont pas d'accord, le théâtre n'a alors même pas forcément à intervenir.
Concrètement, libérer la parole semble donc bénéfique à condition de la gérer convenablement.

Envie de réagir à ce que vous lisez ?

Faites-le en commentaire.