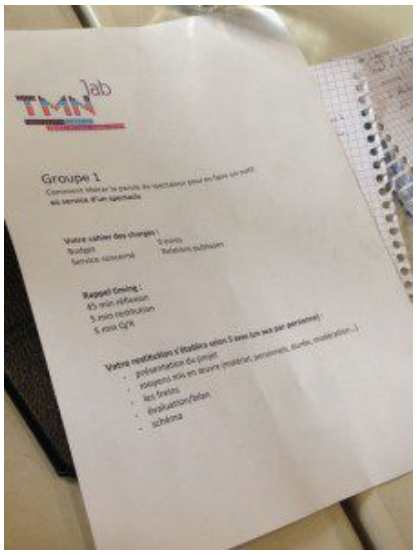
Restitution TMNlab #6 : La parole du spectateur pour valoriser un spectacle (groupe 1)

Posted on 13 février 2015 by Sébastien Daniel

Restitution du groupe de travail « Comment libérer la parole du spectateur pour en faire un outil au service d'un spectacle ? », lors de la sixième rencontre TMNlab organisée lundi 2 février 2015 au Nouveau Théâtre de Montreuil.



Feuille de route groupe 1
TMNlab6

Participants :
Anne-Gaëlle Adreit (Administratrice – La Compagnie – Jean-Michel Rabeux), Marion Fraslin-Echevin (Directrice du pôle public et médiation – Le Grand T – Nantes), Djamela Isbikhene (ex-Responsable des relations publics et de l'action culturelle – Théâtre d'Ivry Antoine Vitez), Jean-Christophe Lucchesi (Responsable des relations publics – collectivités – Théâtre du Rond-Point – Paris), Julia Passot (Responsable de la communication – Théâtre du Rond-Point – Paris), Maxime Pauwels (ex-Responsable digital – Pro Deo), Audiane Plagiau (Responsable de la communication – Théâtre national de Chaillot – Paris), Jérémie Galerne (Responsable social media – FNAC Spectacles), Hélène Sitbon (Conseil en communication), Anne-Sophie Avice (Chargée des relations publics – Nouveau Théâtre de Montreuil), Alexandra Davenne (Chargée de projets et relations publiques – Le phénix – scène nationale de Valenciennes) et animé par Sébastien Daniel (chargé de communication – Théâtre Jacques Prévert – Aulnay-sous-Bois).

Cahier des charges
– budget : 0€

– service concerné : relations publiques

Une fois le groupe constitué, les participants ont réfléchi au cadre de la réflexion :
– durée d'exploitation du spectacle : 2 semaines
– type de spectacle : théâtre, de répertoire contemporain
– outils : le théâtre dispose de comptes sur plusieurs réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, Vine

Une proposition a retenu l'attention : profiter du projet numérique de libération de la parole pour associer des jeunes et des seniors autour d'une médiation numérique. Les jeunes, plus à l'aise avec les outils numériques dont le smartphone, prendraient en main les seniors pour les initier à leur utilisation. Ce groupe intergénérationnel deviendrait co-créateur de contenus. Sur quelle(s) plateforme(s) publier les contenus ? Les avis divergent au sein du groupe : comptes dédiés au projet ou comptes du théâtre. Les comptes du théâtre sont finalement choisis afin de valoriser les participants au projet et profiter de la viralité que peuvent susciter les publications.

Pour encadrer ce projet, l'équipe a désigné un chargé de relations publiques (cf brief) et des intervenants extérieurs : un professeur pour les jeunes spectateurs, un responsable de foyer pour les seniors.

Si les résultats du projets sont concluants, le dispositif pourrait être reproduit plusieurs fois au cours de la saison. Discussion sur un spectacle (comment on en parle + approche techno). Groupe integré qui prend la parole sur page du théâtre ou page spéciale ?


Brainstorming du groupe 1 de TMNlab6

Comment recruter les participants ? Parmi les idées : *gamification* afin de susciter davantage

d’intérêt, d’offrir des places de spectacle, de mettre en avant le privilège de rencontrer des artistes, de découvrir les coulisses d’un théâtre… Faut-il sélectionner les participants ? Il peut s’avérer difficile de les mobiliser.
-> reportage. Mais sous quelle forme ?

Faut-il se limiter au temps de présence de la compagnie dans les murs ? Pas forcément. Les groupes peuvent travailler sur les textes de l’œuvre, explorer le dossier de production ou le dossier pédagogique, éventuellement entrer en contact avec les artistes.

Qui pour modérer les contenus ? Le référent du théâtre pourrait le faire seul mais générer de la frustration quant aux contenus non publiés. En soumettant la modération au groupe de participants sous couvert du référent, la validation est collégiale et permet de justifier la validation ou non des contenus.

Afin de mélanger jeunes et seniors, le groupe choisit de les faire travailler en binôme. Mettre en place un vote du meilleur reportage avec dotation ?

Initiation numérique : forme différente en fonction des spectacles (vidéo, son, photo, initiation et appropriation des réseaux sociaux et outils numériques…).

Restitution



Restitution du groupe 1

1) Présentation du projet
Constitution d’un groupe de dix ambassadeurs réunissant cinq jeunes et cinq seniors à qui on confie la mission de créer des contenus, sous la supervision d’un chargé de relations publiques du théâtre. Les plus jeunes initient les seniors à l’utilisation des outils numériques.

C’est un projet collaboratif et intergénérationnel, expérience d’immersion artistique, durant laquelle la parole se libère sur un spectacle en particulier, en entretenant une relation privilégiée avec les équipes du théâtre et les artistes.

2) Moyens mis en œuvre / parties prenantes
Cinq rendez-vous sont prévus au total, à raison d’un par mois 4 mois avant la représentation, puis un lors de la première représentation. Ces rendez-vous sont des temps de travail sur les thématiques du spectacle.
Les dix participants publieront leurs contenus sur les plateformes existantes du théâtre. Un hashtag peut être utilisé pour distinguer les binômes. Les publications se font tout au long du projet, à une fréquence plus élevée autour des dates de représentation.
Personnel nécessaire : un(e) chargé de relations publiques chapeaute le projet et s’appuie sur les relais du lieu qui aident à trouver les ambassadeurs et servent de levier de communication.
Matériel nécessaire : smartphones des participants, divers comptes de réseaux sociaux du théâtre. Tous les types de contenus sont possibles : texte, photo, vidéo, audio.
Modération : collective, par l’ensemble des dix participants et du chargé de relations publiques.

3) Freins :
recrutement des participants d’où le besoin de s’appuyer sur les relais, le temps de mobilisation du référent au théâtre (contrepartie à l’absence de budget), la disponibilité des artistes, la modération.

4) Évaluation / bilan :
La satisfaction et les retours des participants seront collectés dans un questionnaire.
Un Storify rassemblera tous les contenus publiés. Un support numérique (clé USB /DVD) et/ou papier pour les seniors non équipés rassemblera l’ensemble des éléments produits (validés ou pas).
Autres facteurs d’évaluation sur les participants : leur fréquentation du théâtre en dehors de l’événement, la souscription d’un abonnement, une plus grande utilisation des outils numériques par les aînés, la capacité à mobiliser leurs proches (rôle de prescripteurs).
Facteurs d’évaluation globaux : portée des publications sur les plateformes, quantité de contenus partagés, quantité d’interactions.

Jérémie : gamification, enjeu sur les meilleurs reportages.

Libérer la parole pas uniquement en parlant autour d’un spectacle mais aussi en initiant des (non) spectateurs à des outils. La modération c’est aussi choisir la parole retenue. Cela devient in fine un outil de communication pour le lieu.