Une ressource publiée sur tmnlab.com

Data : « Nous entrons dans l’ère du ciblage »

Posted on 17 novembre 2016 by Julia Passot

Une ressource publiée sur tmnlab.com

Une ressource publiée sur tmnlab.com

DOSSIER

Julia Passot est responsable de la communication du Théâtre du Rond-Point. Elle y privilégie de plus en plus le digital, compte tenu de l'évolution des usages, de la diversité de la programmation et de l'impérative nécessité de cibler ses publics.

«Nous entrons dans l'ère du ciblage»

Quels sont vos axes de communication ?
Le projet du directeur, Jean-Michel Ribes, depuis son arrivée à la tête du Rond-Point en 2002, est de dédier le théâtre aux auteurs vivants, et même d'en faire un centre de ressources, lieu de découverte de nouvelles écritures. Le deuxième volet en est «Le Rire de résistance», qui a d'ailleurs fait l'objet d'un manifeste. Ces deux axes très forts en termes de valeurs sur lesquels nous avons été novateurs inspirent toute notre communication. Aujourd'hui, l'un des enjeux est de garder cette cohérence stratégique tout en sachant que nous ne sommes plus en exclusivité sur ces sujets.


GIOVANNI CITTADINI CESI

Vous avez une programmation très variée : théâtre, danse, cirque, *one-man shows*... Comment articulez-vous la communication ?
Il faut un équilibre entre la communication sur chaque spectacle et celle sur l'activité globale du lieu (qui compte aussi un restaurant et une librairie). Nous avons également une programmation plus sociétale qui va jusqu'à l'accueil d'événements et de débats d'idées (mariage pour tous, lutte contre le racisme, quinzaine «Nos disques sont rayés» début 2017 sur les blocages français...). En communication, cela signifie aller chercher des publics très spécifiques en fonction des thématiques. Nous entrons dans l'ère du ciblage. La qualification des bases de données (BDD) est ici un gros enjeu à venir. Nous cherchons par ailleurs des axes de communication transverses dès que nous pouvons. J'essaie aussi de travailler sur l'identité du lieu et de faire adhérer une communauté à ces valeurs.

Ce qui passe par le numérique...
Oui, nous avons créé en 2012 la revue collaborative Ventscontraires.net, conçue comme notre quatrième salle de spectacle... mais virtuelle, dont la colonne vertébrale est le «Rire de résistance». C'est une source de contenus qui nous aide pour notre présence sur Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, ou notre WebTV sur Dailymotion. Nous avons une personne qui se consacre au digital : communication mais aussi e-réputation, veille des tendances des publics et du secteur, des nouveaux outils et nouvelles plateformes... En fait, le numérique va bouleverser les rapports au public et métamorphoser nos façons de travailler, jusque dans la comptabilité, la technique, la relation client...

Comment se positionne la communication dans cette mutation ?
La communication a un rôle d'animateur et d'analyse. Le service avait déjà édité, en 2009, une charte à l'usage du personnel sur l'utilisation des réseaux sociaux car il avait été constaté que certains y parlaient spontanément du Rond-Point. En interne, à la refonte de notre site Internet il y a tout juste un an, nous avons travaillé en méthode agile avec une agence [Fabernovel Code, anciennement Buzzaka, NDLR]. C'est ce qui nous a permis d'initier une organisation interne avec participation de tous au contenu. Nous avons aussi monté un outil *newsletter/mailing* utilisable par chaque service (relations publics, billetterie, relations presse, production...).

Comment gérez-vous la forte médiatisation de Jean-Michel Ribes et un positionnement bien identifié à gauche ?
En communiquant au maximum sur le contenu et autour de notre axe stratégique sur le «Rire de résistance». Nos débats d'idées incluent toujours des formes artistiques, extraits de spectacles, conférences performances... Concernant Jean-Michel Ribes, il parle rarement directement du Rond-Point... mais tout le monde sait qu'il en est le directeur. Cela permet de faire connaître le lieu autrement qu'avec du promotionnel. ◆

PROPOS RECUEILLIS PAR FRANÇOIS SILVAN

Interview de Julia Passot, cofondatrice du TMNlab, dans le magazine professionnel Brief.