Une ressource publiée sur tmnlab.com

Publics connectés : retour sur les premières phases du projet

Posted on 21 août 2018 by Anne Le Gall

Le projet Publics connectés est dirigé par l'Avant Seine / Théâtre de Colombes et a reçu une subvention du Ministère de la Culture (Service Numérique Culturel Innovant 2017). Depuis un an, le projet est en gestation, pas à pas, avec des temps forts de travail sur lesquels je reviens aujourd'hui.

Équipe

Direction de projet :
Anne Le Gall et Sandra Diasio pour l'Avant Seine / Théâtre de Colombes

Ce projet est rendu possible grâce au soutien du Ministère de la Culture et de la Communication dans le cadre de l'appel à projet Services Numériques Culturels Innovants 2017 que Tech'4'Team, partenaire de l'Avant Seine / Théâtre de Colombes et les théâtres ci-dessous, a remporté. Tech'4'Team ne fait plus partie de la suite du projet.

Contributeurs :
Régine Montoya, Ghislain Coumes et Sylvie Godet à la Scène Nationale 61, Alençon / Mortagne / Flers
Marion Fraccola et Carole Raphanel au Phénix, Valenciennes
Stéphane Jouan, Audrey Amarguellah et Lucie Charlassier à L'Avant Scène, Cognac
Juliette Kaplan, Marion Napoly Arpin et Lydia Rodriguez au Grand T, Nantes
Julie Lathiere et Ann-Kathleen de Monteynard à l'Avant Seine, Colombes
Pathum Bila Deroussy, Tenzing Conseil (prestataire)
Ludovic Bordes, Tech'4'Team

La réflexion autour du projet est portée de façon transversale par les équipes communication, médiation, relation avec les publics et billetterie. Lors de la phase d'enquête, nous avons été aidé, à Colombes, par des étudiants de l'Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 : Arthur Barbaresi, Matthieu Eberhardt, Alice Fillon, Arianne Mercier de Beaurouvre.



Genèse, contexte, objectifs et enjeux du projet

La genèse du projet remonte à 2014.
La réflexion est nourrie d'échanges avec le Club de spectateurs de l'Avant Seine, d'observations de l'équipe sur le terrain et d'analyses sociologiques plus large (notamment les travaux de Dominique Pasquier sur *La sociabilité de la sortie au théâtre* et ceux d'Olivier Donnat et Sylvie Octobre sur *Les publics des équipements culturels* et les freins à la sortie).

Une phase d'observation longue a été nécessaire pour modéliser le service :

- étudier l'existant et comprendre là où d'autres projets tel que les services de covoiturages du Grand Lyon ou de la Scène Nationale de Cavaillon n'ont pas marché
- comprendre les modalités d'appropriation d'un tel service et les pré-requis : approche high et low tech, simplification des modalités d'accès / pas d'obligation de créer de compte, opt-in clair, transparence de la relation et de l'intermédiation
- chercher les partenaires du projet : plusieurs versions ont été envisagées que ce soit pour le développement, notamment avec un acteur du micro-covoiturage (mais cela orientait le projet vers une approche technique qui ne répondait pas à l'enjeu de multimodalité et de sociabilité) ou un développeur indépendant, mais également pour la partie méthode d'animation et d'enquête

Le projet vise, à ce jour, les publics bénéficiaires suivants (et d'autres utilisations vont probablement émerger) :

- personne **ayant besoin d'un accompagnement pour des raisons pratiques / d'accessibilité** : situation de handicap, personnes âgées, mais aussi problématique d'absence de transport en commun dans un territoire rural par exemple

- personne ayant une pratique du théâtre et n'étant pas dérangé.e – voir appréciant – l'idée de sortir seul.e mais, souvent pour des raisons de sécurité en ville, **ne souhaitant pas rentrer seul.e** à l'issue du spectacle
- personne souhaitant sortir au théâtre dans une **démarche de sociabilité** mais n'ayant pas dans son entourage d'ami.e.s intéressé.es. donc mise en relation dans une démarche semblable aux utilisateurs.trices de Colunching.com ou Onvasortir.com par exemple

Si le service ne peut être un succès que s'il est utilisé par les habitants, l'objectif n'est pas tant quantitatif que qualitatif : lisibilité du service, appropriation par les usagers et par les professionnels des théâtres, modularité par rapport aux territoires et enjeux de chaque lieux, construction d'un discours commun et de bonnes pratiques partagées, amorce d'une évolution des pratiques liées à l'utilisation des *data* au service de la médiation au sein des théâtres.

L'objectif final est d'avoir un livrable viable économiquement et utilisables par tous les théâtres qui le souhaiteraient, ainsi qu'à d'autres structures qui seraient susceptibles de s'y intéresser (pré-requis à ce jour : avoir un logiciel de billetterie, récolter des données nominatives dont l'adresse et avoir un historique d'achat).

Phase de conception et développement

Durée : 3 ans

- septembre 2017 > juillet 2018 : immersion et idéation pour livrer un premier prototype
  - atelier de lancement le 20 novembre 2017
  - immersion/enquêtes de décembre 2017 à janvier 2018
  - atelier participatif avec des habitants de Colombes le 3 février 2018
  - prototypage durant l'été 2018
- septembre 2018 > juillet 2020 : cycles immersion/expérimentation/idéation/évolution du prototype que nous documenterons et partagerons

Résistances :
Pour le moment, du fait de la méthode en itération, peu de résistances.
Des réserves exprimées quand au retour sur investissement possible (cf objectifs).
Par ailleurs, le projet étant initié à Colombes, ville de la petite couronne parisienne, il est parfois difficile pour les partenaires d'envisager l'utilité pour leur public ou de nourrir leur réflexion des éléments collectés (notamment l'atelier participatif du 3 février 2018).
Néanmoins, au cœur du service, il y a la prise en compte des spécificités de chaque territoire pour adapter le service à la réalité du théâtre et de ses publics. Cela fait partie aussi de la méthodologie mise en œuvre mais prend du temps.

Difficultés :
Les deux difficultés, principalement liées au faible temps à y consacrer lors de cette saison 2017/2018, sont le pilotage et la documentation. Si cette première année prévoyait un temps échelonné consacré au développement, nous entrons dans une phase qui va nécessité plus d'investissement sur chaque territoire, une collaboration transversale au sein des lieux et des

échanges fréquents entre les partenaires. Nous devons à la rentrée acter d'un pilotage clair et partagé. Et la documentation du projet, qui est au cœur de cette innovation d'usage (et de sa capacité à être utilisée par d'autres), devra être suivie attentivement alors que souvent c'est l'élément qui est abandonné faute de temps.

Budget

La subvention initiale obtenue par l'appel à projet Service Numérique Culturel Innovant est de 30 000 €.
Le projet est financé en nature, par le temps de travail de chaque membre.
Une recherche de financement complémentaire est envisagé pour financer les prototypes successifs.

Le service était conçu pour être adossé au logiciel ArenaMetrix de Tech'4'Team car il semblait difficile de lui trouver un modèle économique en propre et l'interfaçage avec les éditeurs de billetterie étaient normalement déjà acquis. L'idée étant de souscrire à l'offre de services globales en bénéficiant de cet outil.

***Edit du 8 février 2019** : Finalement, ArenaMetrix se retire de la suite du projet à la fin de cette phase de POC (proof of concept). Les données récupérées par la solution de Tech'4'Team ne permettent pas d'automatiser le service. Les théâtres réfléchissent à d'autre modèle pour développer cette automatisation.*

Il apparaît clairement que, pour fonctionner, ce service nécessitera un investissement important en temps humain des équipes de relations avec les publics des lieux : il doit faire partie de la stratégie de médiation globale, pour structurer une communauté de spectateurs actifs, au bénéfice de l'ensemble du projet RP du théâtre participant.

Bilan du projet

Le bilan de cette première année est positif sur deux axes :

- la dimension d'innovation sociale du service confortée par les échanges de l'année
- l'enthousiasme et l'attente générés auprès des habitants (spectateurs ou non, relais associatifs, etc.) et acteurs culturels (structures, DAC, etc.)

Nous n'avons pas de bilan quantitatif à ce jour puisque le service n'est pas lancé.

Le bilan de la méthodologie Design thinking employée au cours de cette année est un plus réservé. La méthodologie a considérablement enrichi notre réflexion globale de politique RP mais a eu un impact plus mitigé sur le développement du projet (l'idéation, le scénario de prototype, etc.). Mais nous en tirerons une conclusion plus tard, quand nous aurons plus de recul. La méthode nous semble intéressante mais pas forcément adapté à ce service précis car il était déjà modélisé avant le début des échanges.

Perspectives

A ce stade du projet, les perspectives sont très ouvertes.
Nous avons vu des usages émerger au cours des échanges, on imagine aisément que d'autres apparaîtront, notamment grâce à la diversité des territoires représentés au sein de l'équipe projet. L'idée étant d'ailleurs à moyen terme d'élargir l'expérimentation à plus de lieux, quand un pilotage plus structuré aura été mis en place.

En savoir plus

Sur le site de l'Avant Seine / Théâtre de Colombes :

- la présentation générale du projet
- retour sur la phase d'immersion / enquête
- retour sur l'atelier participatif du 3 février 2018