Une ressource publiée sur tmnlab.com

Étude : « Numérique & spectacle vivant – Une nouvelle scène à investir »

Posted on 1 février 2021 by Clément Coustenoble

Ce document est le fruit d'une collaboration entre la Direction générale de la création artistique du Ministère de la Culture et Balthus, filiale des Films Pelléas, en charge de la production exécutive des contenus de la 3e Scène de l'Opéra de Paris.

> Centré sur des lieux dédiés à la danse, pensé comme un « possible déclencheur de dialogue avec les professionnels du spectacle vivant et des arts visuels », il s'adresse principalement aux directions de structures culturelles.

Il s'articule autour de six thématiques :

- **Expérimenter pour conquérir de nouveaux publics.** C'est une démarche nécessaire alors que le public culturel traditionnel est vieillissant et que la nouvelle génération est prise dans un monde numérique évolutif et surabondant. Le rapport préconise une opération numérique sous la forme d'un processus expérimental, étape par étape, par ajustements successifs, jusqu'à créer un *bassin d'audience réceptif*.
- **Vers un renouveau du parcours utilisateur.** Le constat est le suivant : ce n'est plus l'audience qui va vers la structure culturelle (ou son site web), c'est le contenu numérique de la structure qui va capter l'audience. Face à des internautes de plus en plus sollicités, il faut leur « proposer […] une expérience in situ dans leurs contextes de découverte en ligne. »
- **Renforcer les missions artistiques et culturelles par le numérique.** Comment utiliser internet et les réseaux sociaux pour conquérir leurs utilisateurs ? En envisageant ceux-ci comme des publics à part entière. « L'idée globale est d'inclure le numérique dans la mission de la structure et de ne plus le voir uniquement comme un outil de remplissage des salles ». Ces publics numériques constituent par exemple une opportunité de renforcer les actions d'éducation artistique et culturelle ou les pratiques amateurs.
- **Repenser le rapport entre l'œuvre et la communication.** Le processus de création est de plus en plus imbriqué dans les outils numériques de communication. Le défi consiste à s'approprier ces outils et objets numériques, qui représentent déjà une déclinaison de l'œuvre. « Les scènes physiques et digitales ont […] la possibilité de se transformer en laboratoires de création et d'expérimentation avec les publics », estime le rapport. Avec les réseaux sociaux par exemple, les spectateurs peuvent prolonger leur expérience de l'œuvre avant, pendant et après. Les artistes ou compagnies deviennent vecteurs de communication, cependant il y a un juste équilibre à trouver pour ne pas entraver le processus de création. De même, le public, en même temps internaute, est à

son tour un ambassadeur digital du lieu culturel sur les réseaux Facebook ou Instagram.

- **Un nouveau lieu de création à inventer.** En d'autres termes : réaliser le potentiel offert par le numérique en matière de création en l'investissant comme un lieu (avec sa propre programmation) et non seulement comme une porte d'entrée. « Le fait de posséder des œuvres numériques originales permet à un lieu de disposer de moyens de diffusion jusque-là inatteignables, protéiformes et non exclusifs » Certaines initiatives numériques peuvent même constituer le point de départ d'une production de spectacle vivant.
- **Construire une pensée globale.** Le numérique va bien au delà de la communication digitale. Mais ce changement de paradigme doit s'opérer par une prise de conscience de l'ensemble des équipes des établissements culturels. Il s'agit notamment de désacraliser le numérique auprès des directions ou du management pour mieux propager sa culture, pour diffuser la « pensée numérique » à l'intégralité du lieu. Dès lors, la stratégie numérique d'un lieu pourrait incarner son identité, sa spécificité digitale. Le champ des possibles s'accroît et reste à investir, « […] avec la même audace et la même vision que la programmation et la création […] ».

Ainsi, le rapport observe que le monde culturel doit transformer son fonctionnement pour intégrer les enjeux du numérique dans une pensée globale. Cette transformation des usages n'est pas forcément (ou uniquement) une question de budget, de spécialiste ou d'outils. **« Intégrer fortement le numérique dans un projet de structure pose toutefois le problème de la formation des équipes, et du renforcement du temps de travail dédié à cette activité. »**

En conclusion, le rapport propose quelques solutions : coaching ou micro-accompagnements sur des cas concrets ; création d'ateliers et de débats dédiés au partage des pratiques et des expériences ; une meilleur connaissance des solutions d'aide et de financement de projets numériques ; une meilleur intégration des acteurs des arts vivants dans le flux des propositions culturelles en ligne ; entre autres.

Rapport Numérique et Spectacle Vivant – version digitaleTélécharger