Une ressource publiée sur tmnlab.com

Prototype à tester | Méthode Whaou … Ouf !

Posted on 15 décembre 2025 by Nathalie Dalmasso

Prototype d'action imaginé lors d'un Hackathon en mai 2025 dans le cadre du projet Unlock Theatre !

L'idée
L'expérience côté public
Envie de tester ?
L'équipe derrière ce projet



Notre mission

Faire de la sortie au théâtre un événement désirable et accessible dans ce paysage algorithmique.

Partager le goût des temps de convivialité qui rassemblent nos publics.

Utiliser l'espace de créativité, de relation et de médiation qu'offrent les réseaux sociaux pour inventer un outil de médiation et de communication adapté aux modes d'information de nos publics.

Nos préalables

- Un média à explorer : **Instagram**
- Des publics à retrouver : **les 30-40 ans**
- Leur caractéristique : **ils et elles ne viennent pas au théâtre, ne vont pas voir de spectacles, pensent que ce n'est pas pour elles/ eux**
- Un objet final qui soit **réplicable dans différents lieux, territoires, autour de différents projets artistiques**

Le public visé

Pour chaque prototype du hackathon, un profil de public était donné comme point de départ. Pour la méthode Whaou…Ouf !, l'équipe devait s'adresser à « l'empêché »



Source https://mhm.co/signature-tools/culture-segments/

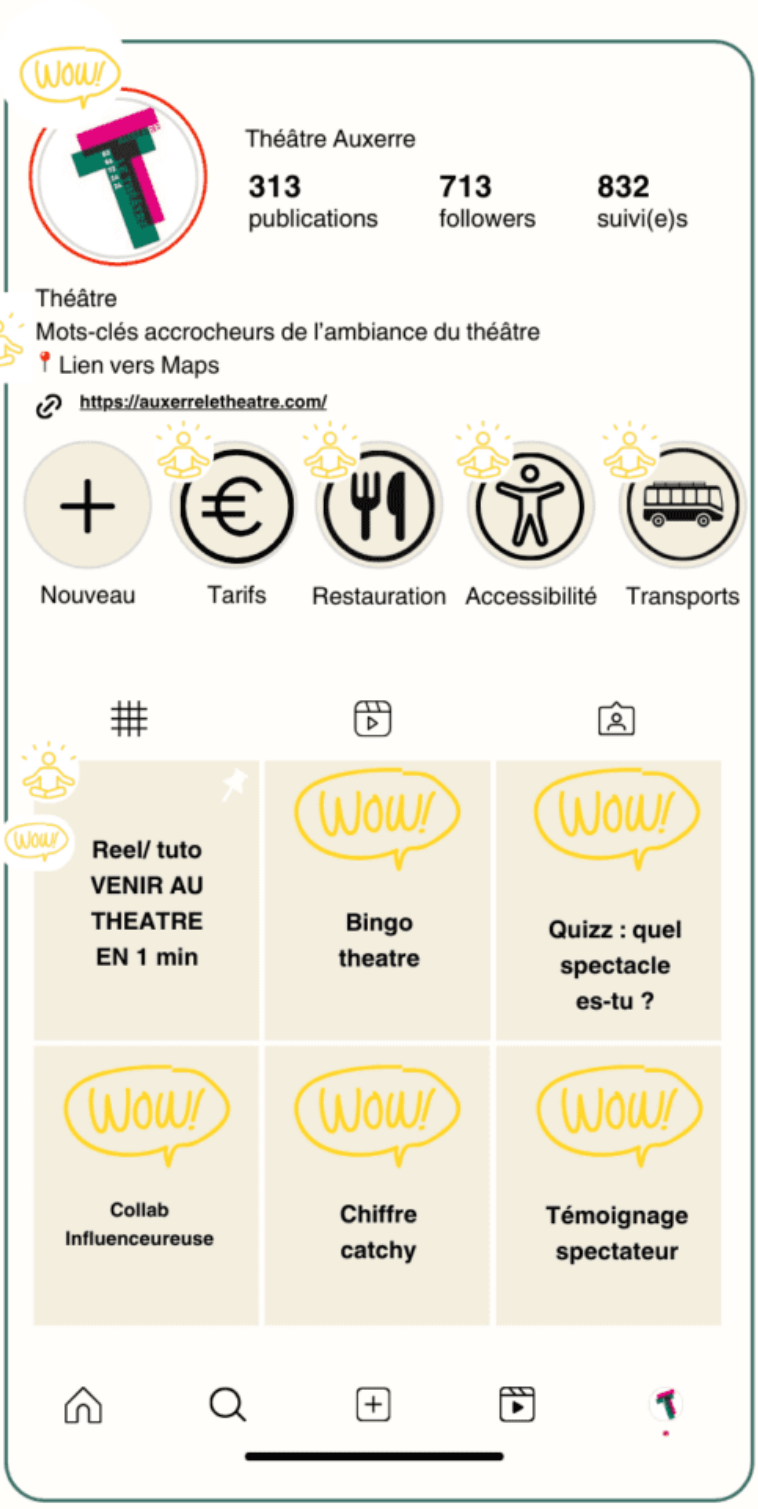
Les objectifs clés

- **Faire lever les barrières mentales de la logistique pour venir au théâtre** (communiquer sur les services, les aides, les transports…)
- **Clarifier l'offre, les tarifs**
- **Assurer une soirée en toute tranquillité.** *L'empêché·e ne peut pas être trahi·e*

LA Méthode Whaou…Ouf !

Des contenus rassurants, qui donnent une information claire, pratique, à jour #evolutiondusearch

Un contenu accrocheur : des belles photos, des jeux...
Les contenus créés par les autres équipes par exemple...



Capter l'attention avec l'effet *Whaou !* Rassurer avec l'effet *Ouf !*

Une promesse de contenus clairs et à jour

En facilitant l'accès à des informations sûres, ce projet répond aux besoins des personnes en manque de temps et avec une charge mentale importante. Il correspond également à l'évolution des modes de recherches actuels pour une grande partie des internautes. Le prototype apporte une méthode et des outils adaptables pour tous les théâtres sur leur compte Instagram. Grâce à la création de contenus stories à la une et un Reel, le théâtre assure une communication claire, rapide et facile d'accès.

L'expérience côté spectateur/spectatrice

Une sortie au théâtre pourquoi pas ?
Mais où caser ça dans mon emploi du temps surbooké ?!
…
Wow ! Top cette story du théâtre à côté de chez moi !
Wow ! Superbes ces photos !
Wow ! J'adore les quizz ! Et moi, « quel spectacle je suis ? »
…
Bon, mais c'est compliqué… je ne sais pas comment ça va se passer, combien ça coûte, comment je peux m'y rendre, si je peux manger là-bas
…
Ouf ! Rassurant de visualiser le parcours en vidéo
Ouf ! Les tarifs sont clairs et l'accès limpide.
Ouf ! Ils ont pensé à la garde d'enfant
Allez, j'y vais ! Je me lance !

Vidéo démo

Envie de mettre en place la *Méthode Whaou…Ouf !* dans ton théâtre ?

On te guide !

Avant le début de saison

- **Créer les pictos** correspondant aux infos pratiques à toujours avoir sur son profil. Nous conseillons : **Tarifs**, **Transports**, **Restauration**, **Accessibilité**, Services type garderie
- **Réaliser la vidéo selon le storyboard**. Ce sera le Reel épinglé toute la saison en haut de ton feed pour rassurer les nouveaux venus.
- Mettre en place un outil d'analyse de données et ajouter un tracker aux liens de réservation pour suivre le chemin du public.

En début et au cours de la saison

- **Mettre à jour son compte Instagram régulièrement avec tous les contenus**
- Veiller à toujours maintenir les informations pratiques à jour. **C'est un jour férié ?** indiquez s'il y a de l'activité chez vous. **C'est un jour de grève ?** Donnez les infos de transports et de maintien ou non des spectacles du jour. **La café est exceptionnellement fermé ?** faites une story. **Il y a des travaux aux alentours du théâtre ?** Donnez les infos d'accès. **…**

En cliquant sur les liens en violet vous accédez aux ressources réalisées pendant le marathon créatif.

La méthode Whaou…Ouf ! devait se présenter comme un kit à télécharger pour les théâtres qui veulent la mettre en place. Cet article fait office de kit.

Les bonnes pratiques de la méthode Whaou…Ouf !

- Produire des contenus clairs, courts, faciles à comprendre et fiables
- Centraliser les informations pratiques et les détailler
- Uniformiser les informations entre les plateformes (informations identiques et à jour sur le site, sur les réseaux sociaux, sur Google…)
- Pour les questions non traitées en stories, indiquer qui contacter et comment
- Dans la création de vos contenus, représenter la diversité des publics
- Procéder à des tests utilisateurs
- Utiliser des chiffres clés ou des statistiques quand c'est pertinent
- Expliquer à quoi sert l'argent du billet (ex : tant pour les artistes, tant pour la logistique, etc.)
- Alerter sur les particularités d'une œuvre qui peuvent gêner (nudité, violence, effet stroboscopique, son de coup de feu…)
- Formuler des descriptions d'œuvre plus explicites (moins de formules poétiques mais

floues)

Penser pour l'empêché·e, c'est penser pour toutes et tous, c'est une démarche inclusive.

Ce sera un succès si…

- Le vocabulaire est compréhensible de tous et toutes
- le ton est neutre
- L'iconographie est intelligible et les mots-clés sont faciles à lire

Les freins repérés

- Tenir dans la durée, être constant : ne pas trahir notre empêché·e
- Pour les théâtres : potentielle difficulté à accepter de mettre en avant des contenus d'informations pratiques avec une forme claire et efficace et non pas uniquement des contenus esthétisants.



Boîte à outils – les ressources additionnelles

Diaporama de présentation au Hackathon
Diaporama WAOUH… OUF
Trame des Stories
Idées de story a la une restauration
Idées de story a la une Accessibilité
Idées de story a la une_Tarifs
Idées de story à la une transport
Éléments budgétaires à prendre en compte

Ressources RH

- 1 personne du théâtre pour le suivi du projet dans le temps
- 1 personne pour la réalisation des images et du réel en capacité d'accorder ces éléments

avec la communication du théâtre

Il faut compter plusieurs jours de réalisation : liste des besoins, réalisation, mise en ligne et un suivi hebdomadaire à minima.

- Option : 1 vidéaste / influenceur / illustrateur pour la vidéo et/ou 1 graphiste pour la réalisation des stories à la une

La personne pour le suivi du projet et la réalisation peuvent être la même personne, mais nous préconisons un binôme pour avoir une vue d'ensemble et du recul.

Finance

1 abonnement à Canva

1 outil de suivi et analyse des liens

Option : Budget pour la publication du réel (préconisation)

Option : prestation vidéo et/ou graphiste – 1 minima 1 fois

(possible de le renouveler en fonction des possibilité budgétaire)

Partenariat

Pour la diffusion du kit

- TMNLab
- Artcena
- Ministère de la culture

Pour le réel

- Commerçants, villes, tous les partenaires qui proposent des services qui pourraient apparaître dans le réel

L'équipe derrière ce projet



Roxane Tchernia, la designer

Tiphaine Orhan, la médiatrice

Léna Tocquer, l'artiste

Nathalie Dalmasso, la facilitatrice

Florence Cassin, la documentaliste-communicante

Emmanuelle Galivarts, l'influenceuse instagram

 A noter : l'équipe du Théâtre d'Auxerre a mis en place la méthode Whaou…Ouf ! sur son compte.

Des questions ? Vous vous êtes lancés et avez un retour d'expérience à partager ?

Contactez les membres de la communauté via le TMNLab ou sur le canal SNI – Unlock Theatre sur Discord

- Discord

La genèse du projet

1 – On la capte avec le WOW

Avoir des liens avec les services , commerces du coin, pour avoir de l'échange, sortir de ses abonné·e·s

0 € c'est le prix qu'a payé le public pour venir se garer avant un spectacle

En 10 min vous avez réservé votre spectacle

Porte-monnaie de la charge mentale > minuter des temps pour s'assurer que la personne trouve l'info

Donner des arguments écologiques ou transparence du prix (pourquoi ça coute ce prix)

2 – On rassure avec OUF

Stories à la une : informations claires et pratiques.

> une charte pour les théâtres, des recommandations

- Picto Transports / Tarifs / Restauration / Service en + / Accessibilité
    - + un contact pour les précisions…
- Kit avec un canva pour aider les théâtres

/ Mise en scène de la partie info pratique

/ Aller au niveau de précision

/ Des contenus simples

 Ce qui est clair pour toi, ne l’est peut-être pas pour le spectateur

Référence sur Instagram : le compte Oseille et compagnie

Chatbot sur Instagram pour répondre à des questions (Abandonné)

- On démarre sur le moment où la personne arrive sur notre page.

Remarque : possibilité d’explorer le canal de discussion propre à Insta, sorte de Whatsapp communautaire accessible à tous mais moins ouvert que le feed.