

Café TMNlab | « Ta première au théâtre », rejoignez le mouvement !

Posted on 18 décembre 2025 by Anne Le Gall

À l'issue de plusieurs mois d'expérimentation collective, le Café TMNlab du 18 décembre a ouvert un temps de bilan et de projection autour du projet **Unlock Théâtre**. Animée par **Claire Clément** et **Nathalie Dalmasso**, cette rencontre en ligne a permis de revenir sur les objectifs, les choix méthodologiques et les enseignements du projet, à partir des retours d'expérience de structures engagées aux profils variés.

Pensé comme un moment de partage et de transmission, ce rendez-vous a également marqué une étape clé : **l'ouverture du projet au-delà de son cercle initial**, avec l'ambition d'essaimer les pratiques, de documenter les conditions de réussite et d'inviter de nouvelles équipes à rejoindre la dynamique **#tapremiereautheatre**. Cette restitution met à disposition l'enregistrement sonore, une synthèse des échanges et les ressources produites, afin de nourrir la réflexion des professionnel·les du spectacle vivant sur les usages numériques au service des relations avec les publics.

[ce Café était exceptionnellement ouvert au public, sa restitution l'est aussi]

Réécoutez l'enregistrement du Café

Ce Café TMNlab du 18 décembre a présenté les enseignements du projet **Unlock Théâtre** (lauréat SNI 2024 – Ministère de la Culture) et, surtout, l'outil opérationnel qui en est issu : **#tapremiereautheatre**, un format simple et réplicable pour aller à la rencontre de personnes peu ou pas familières du théâtre, recueillir leur “image du théâtre” avant la sortie, puis leur retour après l'expérience. Les retours des équipes engagées ont confirmé l'intérêt du dispositif pour toucher prioritairement les 25-40 ans, travailler autrement Instagram (comme espace de médiation et de sociabilité), et renforcer les coopérations entre **relations avec les publics, communication et billetterie**. Ils ont aussi mis en lumière des points de vigilance très concrets (recrutement et no-show, conduite d'interview, binôme technique/interview, suivi RP, choix des mots et limitation du jargon), désormais intégrés dans une **mallette “Do it yourself”** et une boîte à outils prêtes à l'emploi.

La suite “ne tient qu'à vous” : si vous avez envie de tester le format dans votre structure, de rejoindre une **prochaine vague coordonnée** (calendrier éditorial commun, reposts croisés, apprentissages partagés) ou simplement de poser vos questions avant de vous lancer, **rejoignez le Discord du TMNlab**. Un canal dédié “**Ta première au théâtre**” vous permettra d'échanger avec les équipes qui l'ont déjà mis en œuvre, de partager vos essais, vos

doutes et vos réussites, et de contribuer à l'amélioration continue des ressources. L'objectif est clair : **faire circuler une méthode, renforcer l'essaimage, et construire une dynamique collective nationale** autour d'un geste de médiation concret, documenté et duplicable.

[Rejoindre le Discord](#)

[Présentation complète, ressources et documentation du projet](#)

Compte-rendu détaillé

*Cette partie a été générée avec deux outils IA :
l'un pour la transcription de l'enregistrement, l'autre pour l'analyse et le résumé.*

1) Contexte et intentions du projet

Le Café a rappelé le cadre du projet **Unlock Théâtre**, conçu et animé au sein du groupe « médiation numérique » et porté juridiquement par l'association TMNlab dans le cadre de l'appel à projets **SNI**. La démarche, déployée sur environ un an et demi, associe plusieurs lieux (tailles et statuts variés) et vise un objectif partagé : **interroger les formes d'adresse au public via des formats numériques pensés comme des espaces de médiation** (et non comme de simples canaux promotionnels).

Un point structurant du projet est le **ciblage prioritaire des 30-40 ans**, publics souvent autonomes et actifs, mais potentiellement éloignés des salles (codes institutionnels, manque de temps, représentations). Le projet fait l'hypothèse que l'appropriation fine des usages numériques (notamment réseaux sociaux) peut contribuer à **réactiver le désir** et à **désacraliser l'expérience**.

2) Méthodologie : formation-action et coopération interstructures

Les coordinatrices rappellent que l'innovation tient autant au livrable final qu'au **processus collectif**, structuré en plusieurs phases :

- **Formation-action** sur la durée : partage de méthodes, décentrement des pratiques, apprentissages croisés.
- **Living lab** (sessions à distance sur plusieurs mois) : itérations, tests d'angles, consolidation de constats.

- **Marathon créatif (2 jours en présentiel, mai 2025)** : relance de l'émulation créative par la présence, association de compétences complémentaires, prototypage accéléré.
- **Sélection et mise en œuvre** d'un prototype principal : « **Ta première au théâtre** », conçu pour être **mutualisable, répliable et diffusable** au niveau national.

Le Café souligne la spécificité du programme : **un projet réellement interstructure**, nécessitant une capacité à produire un format commun (charte, principes de production, éléments de design) au-delà des identités graphiques propres à chaque lieu.

3) Le format « **Ta première au théâtre** » : principe et objectifs

Ta première au théâtre est présenté comme un format vidéo court (type Reel Instagram) reposant sur un avant/après :

1. **Micro-trottoir** : rencontre dans l'espace public d'une personne « non-spectatrice » (ou très éloignée), recueil de son image du théâtre, de ses freins/attentes.
2. **Invitation** : proposition concrète de venir vivre l'expérience d'une soirée au théâtre (venue au spectacle, un verre ou petite restauration avant ou à l'issue...).
3. **Après spectacle** : recueil du retour à chaud, pour objectiver l'expérience et déplacer les représentations.

Objectifs explicites :

- Rencontrer des personnes peu ou pas familières du théâtre.
- Travailler Instagram comme **espace de sociabilité et de médiation**, et non uniquement de promotion.
- Tester certains ressorts d'**engagement** (notamment l'idée initiale de gamification, finalement moins centrale dans la version déployée).
- Documenter les usages, limites et conditions d'appropriation par les équipes (communication/RP/billetterie).

4) Visionnage d'extraits et premiers enseignements

Des extraits de vidéos (notamment Le Lieu Unique, Théâtre d'Auxerre, La Faïencerie) sont utilisés comme base d'échange. Les retours mis en évidence par les animatrices à partir des productions :

- Une **parole donnée aux personnes interviewées** qui inclut la possibilité d'exprimer librement ce qui rebute (perception « poussiéreuse », peur de s'ennuyer, référence scolaire, etc.).
- Un déplacement important : **ce n'est pas l'institution qui parle**, mais une expérience

racontée par une personne qui se projette, teste et conclut.

- Un format qui soutient l'**hybridation communication / médiation** et fait apparaître de nouveaux leviers (bouche-à-oreille numérique, commentaires, reposts).

5) Questions clés discutées pendant la session

a) Le statut « médiation » vs « communication »

Une participante (responsable communication, Scène nationale du Mans) formule un enjeu fréquent : difficulté à embarquer certaines équipes médiation, qui perçoivent le format comme un dispositif « communication / réseaux sociaux » plutôt que comme un **projet de médiation de terrain**.

Les animatrices annoncent un traitement par les retours d'expérience, en soulignant que plusieurs binômes et métiers sont présents (RP, communication, billetterie), et que la dimension « terrain » est centrale dans la mise en œuvre.

b) La conduite d'interview et la qualité de la matière

Plusieurs retours convergent :

- **Interviewer est une compétence** : la qualité de l'entretien conditionne fortement le montage et la pertinence du « avant/après ».
- Importance de préserver la spontanéité tout en sécurisant une trame (éviter les redites, clarifier les a priori/freins, obtenir des réponses exploitables).
- Recommandation opérationnelle issue du terrain : **refaire certaines questions** pour faciliter les raccords au montage (sans perdre l'authenticité).

c) Terminologie et jargon

Une vigilance partagée est posée : éviter que les équipes culturelles reproduisent dans la vidéo un théâtre « jargonneux ». Les termes « non-public », « freins », etc. sont utiles en interne, mais peuvent nécessiter un **ajustement de langage à l'écran**.

6) Retours d'expérience - mise en œuvre dans les lieux

Théâtre d'Auxerre : micro-trottoir, accueil et effets sur la relation

Tiffène décrit une mise en œuvre « fluide » et très favorable :

- Micro-trottoir réalisé en centre-ville (jour de marché) : bon accueil, refus limités.
- Surprise : rencontre de non-publics et de publics déjà présents (effet révélateur).
- Les échanges « off » (avant/pendant l'accueil) sont perçus comme très riches ; suggestion : envisager de capter aussi des fragments de ces moments (avec consentement).
- Effet de réseau : lorsqu'un participant repartage, les autres suivent, créant une dynamique d'entraînement.
- Effet de reconnaissance : le fait que l'équipe RP/billetterie soit visible renforce le lien dans la durée (retours réguliers du public, partenaires, artistes).

Points pratiques :

- Prévoir plusieurs créneaux et lieux de micro-trottoir (backup), même si le succès peut arriver rapidement.
- Possibilité d'inviter plusieurs personnes sur un même spectacle, mais ajuster selon la capacité d'accueil.

Les Gémeaux : le no-show et la préparation

Florian met en avant deux difficultés :

- **No-show** important : sur cinq interviews, un seul participant s'est présenté. Le recueil de coordonnées (email seul) est jugé insuffisant, l'ajout d'un numéro de téléphone est donc important ; nécessité d'un suivi plus robuste.
- L'entretien et le montage : difficulté à identifier clairement les a priori, matière parfois peu exploitable, charge accrue pour le montage.

Enseignements : anticiper le recrutement, renforcer le suivi, et prévoir un minimum de préparation à l'interview.

La Passerelle : partenariat avec un influenceur, portée et limites RP

Erwan partage une mise en œuvre via un **partenariat avec un influenceur local** (artiste/DJ), choisi notamment parce qu'il n'est pas spectateur régulier du lieu, et qu'il dispose d'une communauté locale.

- Avantages : vocabulaire plus naturel, authenticité, exposition à des publics ne suivant pas la structure.
- Point de vigilance : si l'interview et la relation sont externalisées, le **suivi RP** (accueil, lien, relance) peut être affaibli.
- Recommandation opérationnelle : être **deux personnes** en production (une dédiée technique, une dédiée à l'interview).

Résultats observés :

- Vues significatives (ordre de grandeur : quelques milliers) mais surtout **engagement**

supérieur à la norme (commentaires).

- Audience majoritaire 25-35 ans : cohérence avec le ciblage du projet.
- Rappel : l'impact dépend aussi de l'écosystème de communication global du lieu ; le Réel n'agit pas seul.

7) Ressources : la « mallette » et les indispensables

Les coordinatrices présentent une **mallette “Do it yourself”** permettant à une structure de rejoindre le mouvement avec des documents directement réutilisables. Points clés rappelés :

Checklist des indispensables

- Hashtag commun **#tapremiereautheatre** (et déclinaisons possibles en conservant le hashtag principal).
- **Sous-titrage** systématique.
- Format court aligné sur les usages.
- Vigilance : **résoudre l'a priori initial** dans la narration (ne pas l'oublier au montage).
- Habillage graphique commun (motion design) pour l'unité de la série.
- Principe éditorial : parler du théâtre “en général” plutôt que d'un spectacle nommé (choix assumé dans le cadre du projet).

Boîte à outils incluse

- Trame d'interview
- Storyboard
- Plan de tournage / réalisation
- Autorisations droit à l'image
- Liste matériel
- Fichiers motion design
- Modèles de mails de suivi
- Normes de publication et tags / mentions

Temporalité

- Mise en œuvre jugée rapide : de l'ordre de **quelques semaines** à **un mois** (avec un maximum estimé à deux mois), selon l'option retenue (interne / partenariat).

8) Perspectives : essaimage, calendrier partagé et canal Discord

En clôture, les animatrices ouvrent la suite :

- Possibilité de **deuxième vague** coordonnée, via un calendrier éditorial partagé pour renforcer la portée.
- Invitation à rejoindre le **canal Discord dédié “Ta première au théâtre”** pour questions, retours, partages de vidéos et ajustements collectifs.
- Mention des **autres prototypes** issus du hackathon (non aboutis au même degré mais documentés), à explorer et tester :
 - Projet « fun facts / anecdotes »
 - « [Ceci n'est pas](#) » (jeu de focale / image et références)
 - « [Instamaton](#) » (cabine de recueil à la sortie)
 - Méthode « [Whaou...Ouf](#) » (capteur + rassurance ; adaptation aux pratiques de recherche via Instagram)

[Rejoindre le Discord](#)

[Présentation complète, ressources et documentation du projet](#)