

Patrimoine vivant à l'Opéra-Comique : 3 mois d'investigation à l'Atelier numérique

Posted on 12 mai 2026 by Juliette Tissot



L'Atelier numérique, un incubateur public au ministère de la Culture

L'Atelier numérique est l'incubateur sectoriel du ministère de la Culture, rattaché au programme beta.gouv porté par la Direction interministérielle du numérique. Sa logique tient en une phrase : permettre à des agents publics du champ culturel de tester, sur un temps court et avec un appui méthodologique, une hypothèse de service numérique qui répond à un problème vécu sur le terrain.

Le point d'entrée est une candidature dans laquelle l'institution dépose une hypothèse. Pour l'Opéra-Comique, elle portait sur l'expérience spectateur : nous voulions investiguer les frictions d'achat de billet, de découvrabilité et de fidélisation, en partant du constat que beaucoup de premières venues ne se transformaient pas en venues récurrentes. La candidature, préparée par l'équipe numérique de l'Opéra-Comique, a été retenue à l'automne 2025. L'investigation a démarré fin janvier 2026.

Ce que l'Atelier apporte à l'intrapreneur·e tient en trois choses : du temps métier, la méthode beta.gouv (investigation, construction, accélération avec une méthode agile), et un accompagnement par un binôme coach et « incubé.e » qui pousse aux entretiens utilisateurs, au cadrage du problème et à l'écriture de la preuve, de l'usage, du réel. Le tout dans un cadre de standards ouverts : code source ouvert, documentation publique, indicateurs d'impact partagés.

Ce qu'on cherchait, ce qu'on a trouvé

Nous étions partis d'une question de parcours spectateur. Nous avons fini sur une question de médiation numérique grand public. Ce déplacement résume bien ce que produit la méthode de l'Atelier : il faut accepter que le problème ne soit pas là où on l'attendait.

Pendant trois mois, entre fin janvier et fin avril 2026, j'ai porté pour l'Opéra-Comique cette investigation en tant qu'intrapreneuse, aux côtés de Arthur Klein, mon coach de l'atelier numérique : entretiens individuels avec des spectatrices et spectateurs, micro-trottoirs, ateliers internes avec les équipes Communication, Billetterie, Médiation et Dramaturgie, benchmark et entretiens avec d'autres institutions.

À l'arrivée, l'hypothèse de départ s'est trouvée recomposée. Finalement, ce ne sont pas seulement les frictions techniques qui empêchent les publics de revenir, c'est aussi l'accessibilité aux contenus patrimoniaux eux mêmes qui permettrait de comprendre ce que l'on vient voir et de susciter l'envie d'y revenir.

L'écart entre la ressource produite et la ressource utilisée

À chaque production, l'Opéra-Comique génère une matière éditoriale dense : textes de dramaturgie, contenus de médiation et historiques, ressources iconographiques et contenus sur la fabrique du spectacle, captations. Cette matière existe, mais elle se disperse dans des espaces de stockage hétérogènes et peu structurés. Les équipes internes passent un temps significatif à retrouver, vérifier, parfois reconstituer des contenus déjà produits, avec à la clé des risques d'erreurs factuelles et une charge qui pèse sur la production de médiations ajustées.

Côté public, le besoin est confirmé par les chiffres. Sur les 19 personnes interrogées, 16 ont exprimé un manque de repères sur l'œuvre, le genre opera-comique ou même le lieu. Sur les *Contes d'Hoffmann* en septembre 2025 par exemple, 4 spectateurs sur 10 découvraient l'Opéra-Comique pour la première fois.

L'hypothèse en construction

Le produit s'appellerait (pour le moment) **l'Atelier des contenus**. Un outil interne de recherche sémantique sur un corpus fermé de contenus institutionnels. Les équipes y interrogeraient en langage naturel les programmes de salle, les dossiers pédagogiques et les archives publiques connectées sur cette plateforme. Et l'outil permettrait d'extraire des éléments réutilisables pour nourrir un article, une newsletter, un post de réseau social, un

dossier de médiation...

Trois principes structurent le projet : *corpus fermé, validation humaine, itération*. Pas d'ouverture du corpus à des modèles externes, pas de génération de contenu non vérifié par un œil métier, pas de bascule en bloc. Le marqueur de réussite à 6 mois est double : une baisse mesurable du temps médian passé en recherche de contenu par les équipes éditoriales, et une première déclinaison grand public d'un contenu jusqu'ici réservé à un public plutôt connaisseur.

Pourquoi maintenant ?

La fermeture de la grande salle pour travaux, qui aurait pu être lue comme un frein, ouvre une fenêtre pour ce type de travail de fond. Mais c'est le moment où le théâtre peut investir du temps métier sur sa propre matière patrimoniale, sans que la production de saison ne sature la bande passante.

Ce que la méthode apporterait au secteur

Pour les institutions culturelles, le cadre de l'Atelier numérique présente trois atouts qui méritent d'être mieux connus dans notre communauté. Il oblige à formaliser un problème avant de parler solution. Il impose une discipline de la preuve, par les entretiens utilisateurs et les indicateurs d'impact ouverts. Il maintient le pilotage à l'intérieur de l'établissement, à travers la figure de l'intrapreneur·e : on ne livre pas un outil à des équipes, on le construit avec elles.

La phase de construction démarre pour 5 mois, avec un comité de suivi à la mi-septembre. L'objet du TMNlab et du ministère de la Culture étant de mutualiser méthode et livrables à tou.te.s nos homologues, je partagerai au fil de l'eau ce qui peut servir à d'autres structures : product backlog, fiches de rôles, mesure d'impact, retours d'usage. La prochaine étape consistera à voir si l'hypothèse tient quand l'outil rencontre le quotidien des équipes.

Merci à Arthur Klein pour l'accompagnement de l'investigation, à Mathilde Bras, Ned Baldessin et Léo Wellhoff de l'Atelier numérique pour leur regard exigeant et constructif, et aux équipes de l'Opéra-Comique qui ont joué le jeu des entretiens et des remises en question.

À propos du projet

À propos du projet

« L'Atelier des contenus » (nom non définitif) est un projet créé et porté par le Théâtre national de l'Opéra-Comique dans le cadre de l'Atelier numérique du ministère de la Culture, incubateur sectoriel du programme beta.gouv.

L'objectif est de développer un outil interne de recherche sémantique sur un corpus fermé de contenus institutionnels, au service des équipes Communication, Médiation, Dramaturgie et

Billetterie, et au bénéfice des spectatrices et spectateurs à travers une médiation mieux ajustée.

La phase d'investigation, menée de fin janvier à fin avril 2026, a été validée le 20 avril. La phase de construction démarre pour 5 mois, avec un comité de suivi à la mi-septembre 2026.

Le projet suit les standards beta.gouv : code source ouvert, documentation publique, indicateurs d'impact partagés.

Côté Opéra-Comique, l'intrapreneuriat est porté par Juliette Tissot-Vidal, responsable du numérique, avec Élise Maillard, secrétaire générale, en sponsor. Côté Atelier numérique, l'accompagnement est assuré par Arthur Klein (coach), Mathilde Bras, Ned Baldessin et Léo Wellhoff.

Fiche projet : beta.gouv.fr/startups/opera-comique-and-mediation.html

Contact : juliette.tissot-vidal@opera-comique.com