

Café TMNlab | « Ta première au théâtre » saison 2

Posted on 7 octobre 2026 by Flavie Mahalin

Café TMNlab du 17 septembre 2026

Avec Nathalie Dalmasso, coordinatrice culturelle indépendante, Claire Clément, secrétaire générale en charge de la communication au Théâtre d'Auxerre et les participant.e.s de la saison 1

Après une première saison qui a permis de tester le format dans plusieurs structures, #tapremiereautheatre revient pour une saison 2.

Le principe reste simple : aller à la rencontre de personnes qui ne vont jamais (ou très peu) au théâtre, échanger sur leurs a priori avant la sortie, puis les inviter à franchir les portes pour un spectacle et recueillir leur réaction ensuite. Le tout prend la forme d'un Reel Instagram, pensé comme un avant/après.

Mais derrière ce format vidéo se joue **une ambition plus large : faire d'Instagram un espace de médiation, de relation et de découverte du spectacle vivant**, et non uniquement un canal de communication ou de promotion.

Ce Café TMNlab a permis de revenir sur la genèse du projet, de partager les enseignements de la saison 1, de présenter la boîte à outils mise à disposition des structures et d'échanger avec plusieurs équipes intéressées par cette nouvelle saison.

[La mallette DIY avec toutes les ressources pour participer à #tapremiereautheatre](#)

Réécoutez l'enregistrement du Café

http://www.tmnlab.com/wp-content/uploads/2026/10/audio1890284754_cut.m4a

Partir des représentations de celles et ceux qui ne

viennent pas

Le projet est né d'un travail collectif mené au sein du Groupe de travail Médiation de TMNlab, puis d'un prototype développé lors d'un hackathon. L'objectif était double : **mieux comprendre les usages et les freins des personnes éloignées du théâtre, mais aussi produire un outil concret, reproductible et mutualisable entre structures.**

Le dispositif repose sur un principe essentiel : **ne pas chercher à corriger les a priori avant l'expérience, mais les faire entendre.** La personne interrogée peut parler librement de ce qu'elle imagine du théâtre, de ce qui l'en éloigne, de ses habitudes culturelles ou encore de ses éventuelles appréhensions.

Après le spectacle, on revient sur ces mêmes questions : qu'a-t-elle pensé de l'expérience ? Ses représentations ont-elles changé ? Aurait-elle envie de revenir ? Cette mise en regard du « avant » et de « l'après » constitue le cœur du projet.

Au-delà du contenu produit, cette démarche crée un véritable espace de médiation : **elle permet aux équipes de rencontrer des personnes qu'elles ne touchent habituellement pas et de mieux comprendre leurs freins.**

Instagram comme espace de médiation

Le choix d'Instagram n'est pas anodin. Le Reel permet de montrer une expérience incarnée, portée par une personne qui ne fait pas partie des habituels spectateurs du lieu.

Pour les structures participantes, le dispositif a également permis de déplacer les usages des réseaux sociaux : **plutôt que de simplement promouvoir une programmation, il s'agit de faire entendre des paroles, créer des conversations et montrer le théâtre comme une expérience vécue.**

À La Passerelle, par exemple, les échanges autour des contenus ont contribué à faire d'Instagram un espace de relation avec les publics, où les internautes peuvent demander des conseils ou des recommandations. L'expérience montre toutefois qu'un Reel isolé ne suffit pas : **son efficacité s'inscrit dans une présence plus régulière et dans la capacité des équipes à répondre et à faire vivre les échanges.**

Saison 2 : élargir et faciliter l'expérimentation

Pour cette deuxième saison, le dispositif évolue sans changer de principe.

La cible n'est pas exclusivement définie par l'âge : les 30-40 ans restent un public intéressant, mais le principal critère demeure celui de la fréquentation rare ou inexistante du théâtre. Les

structures sont invitées à **chercher des participants dans des lieux où elles ont peu l'habitude d'aller : mission locale, café, équipement sportif, associations, lieux de vie...**

La question du recrutement est en effet l'un des principaux enseignements de la première saison. Aller chercher directement des participants dans la rue peut demander beaucoup de temps et d'énergie : l'expérience menée a montré qu'il pouvait falloir jusqu'à une heure et demie pour trouver deux personnes. Pour la saison 2, l'idée est donc de **s'appuyer davantage sur des partenaires et des lieux relais.**

Le dispositif s'ouvre également davantage aux différentes disciplines du spectacle vivant. **Théâtre, danse, opéra ou autres formes peuvent ainsi être mobilisés, tout en conservant le hashtag commun.**

Comment se lancer ?

Le dispositif a été pensé pour rester léger et accessible. Pas besoin d'un équipement professionnel : **un smartphone, un trépied et un micro-cravate peuvent suffire**, pour un budget estimé entre 80 et 150 euros selon le matériel déjà disponible.

Quelques étapes permettent de structurer l'expérience :

1. Identifier la personne ou le groupe à inviter

Privilégier des personnes qui fréquentent peu ou pas le théâtre et chercher, si possible, des relais extérieurs au lieu.

2. Préparer l'expérience en amont

Prévoir environ un mois pour identifier la personne, choisir le spectacle, organiser la venue et préparer les questions.

3. Filmer l'avant

Recueillir les représentations, les habitudes et les éventuels freins avant la venue.

4. Faire vivre l'expérience

Filmer quelques moments de l'arrivée, de l'ambiance ou des à-côtés, sans chercher à documenter intégralement le spectacle.

5. Filmer l'après

Revenir aux questions posées au départ : les a priori ont-ils changé ? L'expérience correspondait-elle à ce qui était imaginé ? La personne aurait-elle envie de revenir ? Ce retour aux représentations initiales constitue un point de vigilance important.

6. Publier et partager

Le Reel est accompagné d'une légende commune et du hashtag du projet. Les structures sont encouragées à repartager les contenus afin de créer une dynamique collective et de

donner de la visibilité aux différentes expériences.

Enfin, le format doit rester accessible : **vidéo verticale**, **sous-titres** et, si nécessaire, **éléments de motion design** permettent de faciliter le visionnage et la compréhension.

Quelques points de vigilance très concrets

Les deux saisons ont permis d'identifier plusieurs détails qui font la différence :

- **Ne pas perdre le fil de l'a priori**

Si une personne explique que le prix constitue son principal frein, il faut absolument revenir à ce point après le spectacle. La check-list de la saison 2 insiste sur cette continuité.

- **Filmer plus largement que nécessaire**

Il est conseillé de filmer aussi les moments « off », l'interpellation dans la rue, les réactions spontanées et les images d'ambiance afin d'enrichir le montage.

- **Soigner l'accessibilité**

Le Reel doit être vertical, dynamique et sous-titré, afin d'être accessible au plus grand nombre. Le motion design commun facilite aussi le montage et donne une identité commune aux vidéos.

- **Prévoir le suivi humain**

L'accompagnement ne s'arrête pas après le micro-trottoir.

Il faut garder le contact avec la personne, la relancer avant la représentation, vérifier les conditions pratiques de sa venue et, le cas échéant, savoir si elle souhaite être accompagnée ou bénéficier de certaines attentions.

Ce que *Ta première au théâtre* change dans la relation aux publics

Au fil de la saison 1, le projet semble avoir produit un effet qui dépasse largement la production de quelques vidéos Instagram. Il a permis de :

- Rencontrer des non-spectateurs autrement, en dehors des dispositifs traditionnels de médiation
- Recueillir une parole directe sur l'image du théâtre
- Confronter les a priori à une expérience réelle
- Faire travailler ensemble médiation, communication et relations avec les publics
- Développer les compétences des équipes en matière de vidéo et de réseaux sociaux
- Faire évoluer les pratiques éditoriales des structures
- Créer davantage de dialogue avec les publics sur les réseaux
- Questionner la manière dont les théâtres racontent ce qu'ils sont et ce qu'on peut y

vivre.

Avec ce projet, le théâtre ne cherche pas seulement à mieux communiquer sur ses spectacles, **il accepte aussi de se laisser regarder depuis l'extérieur.**

Une expérience qui transforme aussi les équipes

L'un des intérêts du projet est de **dépasser la seule production de contenu**. *Ta première au théâtre* oblige à **travailler ensemble communication, médiation et relations avec les publics**. Cette transversalité peut être stimulante, mais aussi constituer un frein lorsque les services ont peu l'habitude de collaborer.

Le projet invite également les structures à accepter une part de risque : laisser une personne exprimer un a priori négatif sur le théâtre, sans le censurer, pour pouvoir ensuite montrer ce que l'expérience produit réellement.

C'est finalement l'un des enseignements majeurs de l'expérimentation : la valeur du dispositif ne réside pas uniquement dans le Reel final, mais dans ce qu'il permet de déplacer – la perception du théâtre par les participants, la relation avec les internautes et parfois même les pratiques des équipes.

Et maintenant ?

La saison 2 cherche donc moins à reproduire à l'identique la première expérimentation qu'à la rendre plus facile à approprier par les structures. L'enjeu est aussi de consolider une communauté autour du hashtag avant d'imaginer une appropriation plus spontanée par les publics eux-mêmes.

Avec *Ta première au théâtre*, le théâtre ne cherche plus seulement à dire « venez ». **Il donne à voir ce que signifie, concrètement, faire le premier pas** – et laisse celles et ceux qui le franchissent raconter ce qui se passe ensuite.

Rejoignez l'aventure !

- [La mallette DIY avec toutes les ressources pour participer à #tapremiereautheatre](#)
- [Le serveur Discord de la communauté, dans lequel un canal est dédié à *Ta première au théâtre*, pour échanger directement entre structures participantes](#)
- [Un article du TMNlab : #Tapremiereautheatre Et si votre prochain spectateur découvrait le théâtre sur Instagram ?](#)

- [Une restitution d'un ancien café TMNlab, lors du lancement du projet](#)
- [Le projet *Unlock Théâtre* en détail](#)

Utilisation d'un cerveau et deux IA pour élaborer cette restitution.