

lab



PROJET UNLOCK THEATRE

#1 BILAN DU PROJET

Décembre 2025

Le projet Unlock Théâtre a été imaginé
par le Groupe Médiations numériques
de la Communauté TMNlab.

Il a été soutenu par le ministère de la Culture
au travers de l'appel à projet
Service numérique innovant 2024.

Le projet est documenté
publiquement sur
www.tmnlab.com/unlock-theatre

Unlock Théâtre

Médiation numérique, coopération inter-structures et renouvellement des publics (30–40 ans)

Synthèse / Décembre 2025

1. Objectifs atteints ou non du projet.....	2
Aller à la rencontre d'un non-public de 30–40 ans : objectif atteint.....	2
Explorer Instagram comme espace de sociabilité, tout en pensant l'articulation hors plateforme : objectif atteint.....	2
Déclencher du désir pour la sortie au théâtre : objectif atteint.....	3
Mobiliser les ressorts de la gamification : objectif partiellement atteint.....	3
Faire du projet une formation-action : objectif pleinement atteint.....	3
2. Analyse des caractéristiques réplicables et/ou diffusables du service ou produit.....	4
Un format éditorial simple et adaptable.....	4
Une "mallette" clé en main.....	4
Une logique de coopération inter-structures.....	5
Une transposabilité au-delà de la discipline théâtre.....	5
3. Facteurs clés de succès.....	5
La coopération comme moteur.....	5
Le choix du bon format au bon moment.....	6
L'incarnation et l'authenticité des contenus.....	6
L'outillage méthodologique et graphique.....	6
4. Freins au développement.....	6
La dépendance aux plateformes numériques.....	6
La mesure de l'impact à long terme.....	7
Les ressources humaines et techniques.....	7
La tension entre portée et qualité de médiation.....	7
5. Perspectives.....	8
Déploiement élargi et structuré.....	8
Stabilisation et évaluation renforcée.....	8
Diversification des terrains d'"aller-vers"	8
Ouverture vers d'autres projets coopératifs.....	8

1. Objectifs atteints ou non du projet

Le projet **Unlock Théâtre** poursuivait un double objectif : d'une part, **expérimenter de nouvelles formes de médiation numérique autour de la sortie au théâtre** à destination des 30–40 ans, publics identifiés comme moins présents dans les salles de spectacle vivant ; d'autre part, **outiller les professionnel·les** des lieux culturels par une démarche de **formation-action collective**, à l'échelle nationale.

Aller à la rencontre d'un non-public de 30–40 ans : objectif atteint

L'un des objectifs structurants du projet consistait à sortir d'une communication centrée sur les publics déjà acquis, pour **aller à la rencontre de personnes ne fréquentant pas (ou plus) le théâtre**. Le dispositif retenu, baptisé **#tapremiereautheatre**, repose précisément sur cette logique d'“aller-vers” : micro-trottoirs dans l'espace public, échanges informels avec des personnes n'ayant jamais ou très peu fréquenté un théâtre, puis accompagnement vers une première expérience de spectacle.

Les premiers résultats montrent que :

- le format permet effectivement de **toucher une tranche d'âge majoritairement comprise entre 25 et 34 ans**, cohérente avec la cible définie ;
- les équipes ont engagé des **échanges directs et qualitatifs** avec des habitant·es rarement sollicité·es par les dispositifs classiques de médiation.

Cet objectif est donc considéré comme **atteint**, tant sur le plan quantitatif (audience touchée) que qualitatif (nature des échanges).

Explorer Instagram comme espace de sociabilité, tout en pensant l'articulation hors plateforme : objectif atteint

Unlock Théâtre ne visait pas uniquement à « mieux communiquer sur Instagram », mais à **interroger ce réseau social comme un espace de sociabilité culturelle**, où se construisent aujourd’hui des formes de prescription, de récits et d’identification.

Le projet a permis :

- une **acculturation approfondie des équipes** aux usages réels d'Instagram (formats, temporalités, algorithmes, interactions) ;
- la conception de contenus **pensés nativement pour le réseau**, et non comme une simple déclinaison de supports existants ;

- une **diffusion multicanale** (relais sur Facebook, LinkedIn, autres plateformes), montrant que le format peut circuler au-delà d'Instagram.

L'objectif d'explorer Instagram « sans s'y enfermer » est donc **atteint**, même si la question de la dépendance aux plateformes reste un point de vigilance (voir freins).

Déclencher du désir pour la sortie au théâtre : objectif atteint

Le projet a volontairement déplacé le centre de gravité de la communication des lieux :

- du spectacle vers **l'expérience vécue** ;
- de l'institution vers **la parole incarnée des personnes**.

Les formats avant/après, les récits de surprise, la mise en visibilité des émotions et des a priori déconstruits contribuent à **renouveler l'imaginaire de la sortie au théâtre**, en la présentant comme :

- une expérience accessible ;
- un moment de convivialité ;
- une découverte possible sans prérequis culturels.

Les retours qualitatifs des équipes comme des internautes indiquent que cet objectif est **atteint**, même si l'évaluation de la conversion effective (venue en salle à moyen terme) nécessitera un suivi dans la durée.

Mobiliser les ressorts de la gamification : objectif partiellement atteint

La gamification était identifiée dès l'origine comme un levier potentiel pour favoriser l'engagement et la participation. Dans les faits :

- les **outils et méthodes de la gamification** ont joué un rôle central dans la phase de conception (living lab, puis hackathon) ;
- en revanche, le prototype retenu (**#tapremiereautheatre**) mobilise peu de mécaniques ludiques explicites dans sa forme finale.

L'objectif est donc **partiellement atteint** : la gamification a été structurante **dans le processus**, plus que dans le produit final. Ce décalage constitue un enseignement important pour les suites du projet.

Faire du projet une formation-action : objectif pleinement atteint

Unlock Théâtre a fonctionné comme un **dispositif de professionnalisation collective** :

- montée en compétences sur les usages numériques ;
- appropriation de nouvelles méthodes de travail (intelligence collective, prototypage rapide, hackathon) ;
- légitimation, pour les équipes, d'expérimentations qui n'auraient pas été possibles isolément.

Les participant·es identifient clairement le projet comme un **levier d'apprentissage**, transférable dans leurs pratiques quotidiennes. Cet objectif est donc **pleinement atteint**.

2. Analyse des caractéristiques réplifiables et/ou diffusables du service ou produit

Dès sa conception, Unlock Théâtre a été pensé non comme une expérimentation isolée, mais comme un **projet mutualisable**, susceptible d'être diffusé à l'échelle d'un secteur professionnel.

Un format éditorial simple et adaptable

Le dispositif **#tapremiereautheatre** repose sur une mécanique volontairement simple :

- une rencontre avec une personne non spectatrice ;
- un récit avant/après ;
- un format court, compatible avec les standards des réseaux sociaux.

Cette simplicité est un atout majeur :

- elle facilite l'appropriation par des équipes aux moyens variables ;
- elle permet une adaptation fine aux contextes locaux (territoires, esthétiques, projets artistiques).

Une “mallette” clé en main

Le projet a abouti à la constitution d'un **kit opérationnel**, comprenant :

- scripts d'interview ;
- déroulés de tournage et de montage ;
- recommandations éditoriales ;
- habillage graphique commun ;
- calendrier type de diffusion.

Cette documentation rend le dispositif **diffusable en autonomie**, sans nécessité d'un accompagnement lourd, ce qui constitue un critère important de **réplacabilité** à l'échelle nationale.

Elle est accessible en ligne depuis décembre 2025 : [Article Mallette #tapremiereautheatre](#)

Une logique de coopération inter-structures

Unlock Théâtre repose sur une logique de **mutualisation** :

- un cadre commun ;
- des expérimentations locales ;
- une capitalisation partagée.

Cette architecture permet :

- de comparer les résultats entre structures ;
- d'adapter le dispositif à des réalités territoriales diverses ;
- de créer une dynamique de réseau, cohérente avec les politiques publiques de coopération.

Une transposabilité au-delà de la discipline théâtre

Des déclinaisons ont été anticipées pour diverses disciplines des arts vivants :

- la danse ;
- le cirque ;
- la marionnette ;
- l'opéra.

Cette capacité d'adaptation renforce l'intérêt du projet pour le secteur, en tant que **modèle de médiation numérique interdisciplinaire**, compatible avec la diversité du spectacle vivant.

3. Facteurs clés de succès

Plusieurs facteurs expliquent les résultats obtenus par Unlock Théâtre.

La coopération comme moteur

Le travail inter-structures a permis :

- une mise en commun des expériences ;
- un décentrement des pratiques ;
- une sécurisation de l'expérimentation (partage des risques).

Cette coopération a été un **levier d'innovation**, en cohérence avec les orientations ministérielles en faveur du travail en réseau.

Le choix du bon format au bon moment

La réorientation de la méthode d'idéation vers une étape de **marathon créatif / hackathon** a constitué un tournant décisif. Ce format intensif a permis :

- de relancer la dynamique collective ;
- d'intégrer des expertises extérieures ;
- d'aboutir à des prototypes concrets et testables.

L'incarnation et l'authenticité des contenus

Le succès de #tapremiereautheatre repose largement sur :

- la parole des personnes filmées ;
- la sincérité des récits ;
- la visibilité donnée aux a priori, y compris négatifs.

Cette approche renforce la crédibilité du dispositif auprès des non-publics. Elle permet une visibilité nouvelle sur l'expérience de la sortie au théâtre par ceux-là même qui ont formulé leurs a priori. La sincérité du dispositif concourt à la désirabilité de l'expérience vécue.

L'outillage méthodologique et graphique

La cohérence des livrables (scripts, habillage, méthodes) a facilité :

- la mise en œuvre locale ;
- la lisibilité du projet ;
- son appropriation par les équipes.

4. Freins au développement

Malgré ces résultats, plusieurs limites ont été identifiées.

La dépendance aux plateformes numériques

Le dispositif reste en partie tributaire :

- des évolutions du réseau social Instagram et de l'entreprise Meta ;
- des algorithmes ;
- des formats imposés.

Cette dépendance pose la question de la **pérennité** des dispositifs de médiation reposant sur des plateformes privées.

La mesure de l'impact à long terme

Si les indicateurs de portée et d'engagement sont positifs, il reste complexe de :

- mesurer la conversion effective en fréquentation ;
- évaluer l'impact sur les pratiques culturelles à moyen terme.

Un protocole d'évaluation renforcé serait nécessaire pour les prochaines phases.

Rappelons que l'objectif du projet **Unlock Théâtre** ne se résumait pas à un objectif de fréquentation des salles mais concernait l'image du théâtre et plus particulièrement les a priori des non publics. Dès lors, #tapremiereautheatre a vocation à **participer à la désirabilité de la sortie au théâtre** en tant que pratique culturelle, c'est-à-dire à soulever l'idée, voire faire naître l'envie, d'aller au théâtre chez un internaute qui n'y pensait pas, en prenant d'autres voies pour favoriser la découverte.

Les ressources humaines et techniques

La mise en œuvre du dispositif suppose :

- du temps de préparation ;
- des compétences en montage et diffusion ;
- une capacité à aller vers les publics.

Ces exigences peuvent constituer un frein pour certaines structures, sans accompagnement ou mutualisation.

La tension entre portée et qualité de médiation

Les partenariats avec des influenceurs ou médias augmentent la visibilité, mais peuvent :

- réduire la qualité de l'échange de médiation ;
- éloigner le dispositif des équipes de terrain.

5. Perspectives

Les enseignements tirés ouvrent plusieurs perspectives structurantes.

Déploiement élargi et structuré

La diffusion de la “mallette” auprès de la communauté TMNlab, associée à des temps d’animation (cafés, ateliers), permettra :

- d’embarquer de nouvelles structures ;
- d’installer le dispositif dans la durée.

Stabilisation et évaluation renforcée

Une prochaine phase pourrait viser :

- une stabilisation du format (rythme, temporalité) ;
- une évaluation à N+1 / N+2 ;
- une meilleure articulation avec les outils de billetterie et d'accueil.

Diversification des terrains d’“aller-vers”

Au-delà de l'espace public immédiat, des partenariats avec des associations, des clubs sportifs ou des collectifs locaux pourraient permettre d'élargir encore le champ des publics touchés.

Ouverture vers d'autres projets coopératifs

Enfin, Unlock Théâtre a confirmé l'intérêt de projets de médiation numérique **pensés à une échelle inter-structures**, là où les enjeux dépassent les capacités d'un lieu isolé.

Cette logique ouvre la voie à de nouvelles expérimentations, en cohérence avec les priorités du ministère de la Culture en matière de démocratisation culturelle, de droits culturels et de transformation numérique.



CONTACT :

Équipe projet

Claire CLÉMENT
com@auxerreletheatre.com

Nathalie DALMASSO
ndalmasso-pro@posteo.net

Équipe TMNlab

Anne LE GALL
déléguée générale
anne.legall@tmnlab.com

Association TMNlab
31 rue du Simplon
75018 Paris
www.tmnlab.com