

COREPS

Provence-Alpes-Côte d'Azur

"Expérience spectateur" #2

Synthèse de l'atelier de travail COREPS du 21 mars 2022

PARTICIPANTS

Laura Boury – Festival Les Suds

Françoise Carbonero – Ville de Gap

Michaël Dian – PROFEDIM

Patrice Poulain – PROFEDIM

René Fontanarava – CFDT

Yves Fravega – Synavi

Olivier Jacquet – SMA

Fleurance Layme – Festival Les Suds

Clara Le Picard – Syndeac

Bénédicte Lefeuvre – DRAC

Eve Lombart – France Festival

Agnès Loudes – SNSP

Claire Massabo – Synavi

Fred Muhl – Marseille en scène

Nadine Verna – SMA

SYNTHESE

Retours d'expériences

Deux sujets évoqués :

- Comment valoriser les temps et les espaces d'interaction en amont et en aval du spectacle ?
- Comment construire la relation au territoire, aux habitants

Retours d'expériences

CRM utilisé par Les Suds à Arles

Les CRM (Customer Relationship Management) sont des logiciels de relation clients émanant du monde du commerce et ayant vocation à développer et améliorer la relation client.

CRM, Logiciel de gestion de la relation clients pour : acquérir de nouveaux publics, fidéliser les spectateurs, transformer les abonnés en ambassadeurs, optimiser les relations presse et institutionnelle.

Ce logiciel réunit et collecte de la donnée (caractéristiques descriptives - âge, sexe, adresse -, données comportementales, informations plus fines sur les attitudes et les centres d'intérêt...) à partir de différentes sources : formulaire d'inscription, billetterie, application mobiles, réseaux sociaux, travail de veille...

Kiosque au Sud, une billetterie de dernière minute

Au sein des LaboPros d'Arsud, les acteurs culturels ont proposé de créer un outil interrogeant des usages - notamment les usages de dernière minute - dans l'objectif d'un développement de nouveaux publics : Kiosque au Sud.

Lancé le 4 avril 2022, Kiosque au sud c'est une offre de dernière minute de -25% à -80% sur le prix des places, une offre constituée de l'ensemble des programmations régionales.

Cette plateforme innovante et solidaire est actuellement en phase de test avec les partenaires : Châteauvallon – Liberté, Scène Nationale, La Criée – Théâtre national de Marseille, Théâtre de Grasse, Le CEPAC Silo, Les Théâtres (Théâtre du Jeu de Paume, Grand Théâtre de Provence, Théâtre du Gymnase et Théâtre des Bernardines). Elle sera lancée officiellement en juillet à Avignon.

Le Pass Culture

Il a considérablement modifié les rapports entre l'offre et la demande des jeunes de 15-18 ans. Cette plateforme permet de voir toutes les offres géolocalisées du territoire, d'offrir 300 euros de culture à consommer.

L'éditorialisation du « carrousel » avait été améliorée (plus aléatoire) mais qu'il fallait que ce soit complété par de la médiation (en tout cas pour le spectacle vivant). La mise en place d'un pass culture pour collèges et lycées est une proposition qui dynamise les actions d'éducation artistique et culturelle.

Comment valoriser les temps et les espaces d'interaction en amont et en aval du spectacle ?

Revoir les critères d'évaluation, définir d'autre paramètre que le seul « lever de rideau » : Légitimer et rémunérer l'artiste à chaque moment où il produit son geste.

Une autre répartition de valeurs entre le concert et le reste

Une déségmentation des différents moments de la création-production-diffusion-valorisation, en rééquilibrant la valeur de chaque segment de la production artistique.

Reposer la question des séries : cela permet le bouche-à-oreille.

Avoir des lieux les plus ouverts possibles, avec tout le temps de l'accueil et de l'information.

Améliorer la convivialité des lieux culturels, des espaces d'accueil et de restauration. Suggestion d'un bar ambulant qui circulerait dans tous les lieux culturels pour une meilleure convivialité.

Améliorer l'accessibilité des lieux culturels avec les transports en commun : comment venir mais surtout comment quitter le lieu.

Une application pour mettre en lien les spectateurs qui ne souhaiteraient pas rentrer seule, entre les spectateurs et les bénévoles, salariés.

Demander à de jeunes artistes de faire la promotion dans la rue des spectacles et des comédiens qu'ils ont vus (comme à Broadway).

Mettre le point sur le tractage et les parades pour ramener les spectateurs, surtout dans le spectacle vivant.

Comment construire la relation au territoire, aux habitants, aux partenaires

Valoriser les démarches RSE des structures pour en faire un critère de choix au moment de l'acte d'achat.

Investir économiquement dans le territoire (achats alimentaire, publicitaire...).

La gratuité reste un bon levier.

Comme les jeunes peuvent être rebutés par le côté réservation du milieu culturel, il y a un réel intérêt à garder des places libres.

Demander aux habitants comment mettre en œuvre un geste artistique dans le territoire qu'ils connaissent très bien.

Ne pas poser un événement sans solliciter les autres acteurs d'un territoire : associations, acteurs, etc.

Participer à la vie locale : participer au CIQ au même titre qu'un caviste ou un buraliste, faire du mini-mécénat local, être présent sur les marchés.

Proposition

Il faut sortir de nos représentations

> Inviter Luc Carton pour inspiration.