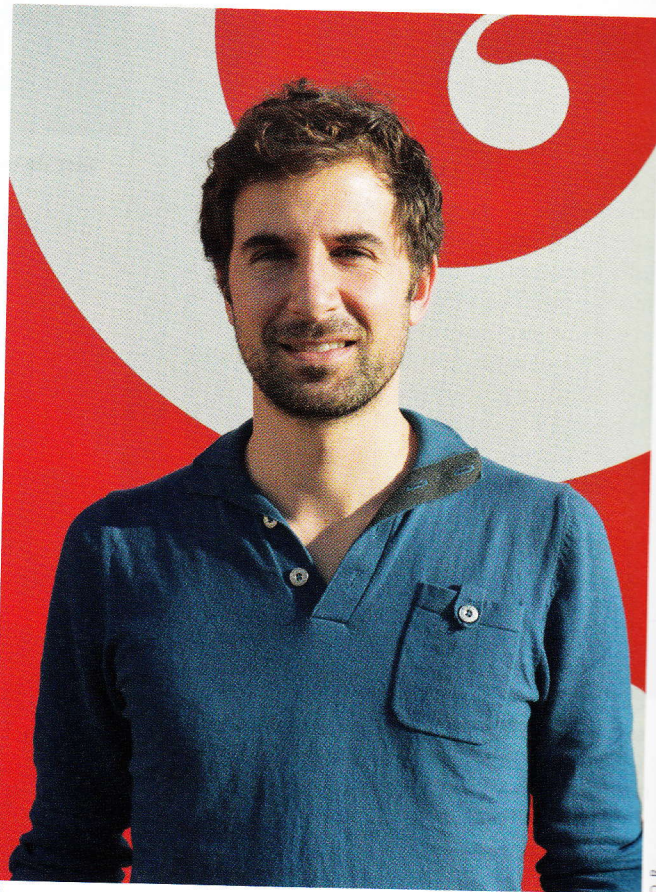


Jeune public : comment faire venir les familles ?

Du choix de la programmation aux relations publiques et à la communication, les entrées pour favoriser la venue du public familial au spectacle sont nombreuses et complémentaires les unes des autres.

La sortie scolaire est souvent la première porte d'entrée au théâtre pour les plus jeunes. Mais pour ancrer cette démarche de manière plus solide, la sortie en famille peut être plus appropriée, en ce qu'elle associe adultes et enfants. «*Même si cela constitue déjà une bonne base, il est à mon sens fondamental que les enfants ne viennent pas au théâtre que sur le temps scolaire*», affirme Emilie Robert, directrice du Théâtre Massalia. Afin de créer une passerelle entre représentation scolaire et sortie en famille, le théâtre marseillais offre la possibilité aux enfants ayant assisté à un spectacle avec leur classe de revenir le voir avec leurs parents, la place est alors gratuite pour l'enfant. «*Cette invitation s'adresse notamment aux personnes qui n'iraient pas au théâtre pour elles-mêmes, mais pour lesquelles l'idée d'y aller pour son enfant est plus facile et moins intimidante. Et c'est une démarche dans laquelle c'est l'enfant qui, connaissant déjà le spectacle, emmène son parent au théâtre*», précise Émilie Robert. À l'Espace 600, à Grenoble, depuis l'année de la Belle Saison pour l'enfance et la jeunesse, l'équipe décline son école du spectateur en «*école du spectateur en famille*». Sur trois à quatre spectacles de sa saison, la scène jeune public invite les familles à participer à un atelier d'une heure autour d'une thématique ou esthétique liée au spectacle qu'elles verront ensuite. Après la fin du spectacle,



Nicolas Glayzon, attaché au jeune public de La Garance

«L'attention portée au public familial passe aussi par le choix des artistes compagnons.»

les spectateurs sont invités à parler du spectacle, mais de manière plus informelle que dans le cadre d'une école du spectateur scolaire. «*L'idée est de vivre ensemble un moment de sensibilisation et un spectacle*, note Lucie Duriez, directrice de l'Espace 600. *Nous remarquons une très bonne réception des participants qui reviennent ensuite nombreux sur les spectacles de la saison.*» Comme à l'Espace 600 où l'on veille à ce que la démarche

d'école du spectateur en famille ne soit pas trop formelle, le Théâtre Massalia soigne l'accueil de ce public peu habitué des théâtres. «*Nous essayons de créer du lien en dehors de la simple représentation. Ça peut consister à offrir un verre après le spectacle afin d'inciter les gens à rester un peu et de favoriser ainsi la rencontre et l'échange*», souligne Émilie Robert.

À La Garance, scène nationale de Cavaillon, l'accueil du jeune public est une des préoccupations centrales de l'équipe qui, depuis quelques saisons, met aussi l'accent sur le public familial. L'une des premières démarches a été de proposer un rééquilibrage entre le nombre de représentations scolaires et tout public. «*Au début, nous avions des difficultés sur les séances tout public, mais depuis l'an dernier, nous avons doublé le nombre de spectateurs venant en famille sur ces séances*, remarque Nicolas Glayzon, attaché au jeune public et aux nouvelles technologies de La Garance. *Mais cette attention passe aussi par le choix des artistes compagnons de la scène nationale, comme la compagnie Arcosm, Laurance Henry, de la compagnie AK Entrepôt, ou Estelle Savasta, de la compagnie Hippolyte a mal au cœur, qui se préoccupent tous du jeune public et du public familial.*» Les parents seront d'ailleurs intégrés au dispositif lors d'une prochaine résidence de Laurance Henry dans une école maternelle.

L'adaptation d'une politique tarifaire incitative pour les familles est un axe de réflexion pour les théâtres, comme à l'ACB, scène nationale de Bar-le-Duc, mais pour les personnes les plus éloignées de la culture, cela n'est pas toujours suffisant. À La Garance, les actions mises en place avec des relais comme les centres sociaux permettent une première sensibilisation des familles éloignées de la culture. Certains dispositifs, comme Lire et dire du théâtre en famille, ont été mis en place dans le cadre de la politique de la ville. La communication est également un axe important pour toucher les familles. À l'ACB comme à La Garance, des plaquettes spécifiques sont éditées pour les spectacles tout public et, à l'Espace 600, l'école du spectateur en famille fait l'objet d'un dépliant distinct, l'idée étant encore que, là où un adulte ne prendrait pas forcément un programme de saison de théâtre pour lui-même, il le prendra peut-être plus facilement si celui-ci met en avant les sorties à faire avec son enfant. **TIPHAINE LE ROY**



Charlyne La Duca, responsable des relations publiques, de l'action culturelle et de la communication de l'ACB, scène nationale de Bar-le-Duc (55)

«Il s'agit moins d'inventer que de regarder les choses sous un angle nouveau»

Qu'est ce que la dimension familiale change dans votre approche de la saison ?

Nous nous sommes demandé ce qui allait et ce qui pouvait empêcher les familles de venir afin de faire plus et mieux pour ce public. Pour une scène nationale, cela signifie se poser la question du calendrier. C'est aussi réfléchir à la politique d'abonnements et aux actions autour des spectacles. Il s'agit moins d'inventer que de regarder les choses sous un angle nouveau.

Quelles sont les actions menées en termes de programmation ?

Nous avons commencé par mettre en place des ateliers pendant les vacances scolaires pour brasser plus de public. Les vacances sont une occasion de transformer le théâtre en fourmilière. À chaque période de vacances, nous proposons un stage pour une tranche d'âge différente, couplé d'une visite du théâtre en famille avec un technicien. Les spectacles en décentralisation sont aussi un moyen de toucher les familles. On en a au moins un pendant les vacances scolaires pour le tout public, comme *Deux pierres*, du Turak Théâtre, qui sera joué dans plusieurs villes de la Meuse au printemps.

Comment la communication de l'ACB a-t-elle changé ?

Nous avons travaillé sur un livret spécifique pour présenter les spectacles adaptés au jeune public et aux familles. Cécile Marconi, une illustratrice et graphiste avec qui nous travaillons régulièrement, a réalisé la partie graphique à partir d'images préalablement déconstruites puis reconstruites par des collégiens. La couverture s'inspire de la plaquette grand public et l'intérieur est décalé. Ce livret jeune public est un bon support pour toucher les familles, et nous le distribuons en de nombreux points, des lieux culturels comme des commerces de proximité.