

Compte rendu de la première réunion des chargés des relations publiques au théâtre Dunois

**« Comment donner envie aux publics adolescents de se rendre dans une institution culturelle par eux-mêmes ? »**

**PRESENTATION DU PROJET**

Nous avons proposé de mettre en place des réunions de travail régulières afin d'échanger autour de problématiques que nous rencontrons tous. Un bref tour de table met en avant nos difficultés communes dans la conquête des publics adolescents : qui sont-ils et comment les engager ?

Nous recherchons un engagement actif et non une démarche de consommation culturelle.

**LA FRACTURE ENTRE L'OBLIGATION SCOLAIRE ET LE CHOIX MOTIVE ET INDIVIDUEL**

Le public adolescent soulève plus que tout autre public la question de la fracture entre une obligation scolaire et un choix motivé de l'adolescent.

**Exemple : Adolescence et territoire(s) au Théâtre de l'Odéon** : c'est un projet de long terme qui mobilise des jeunes autonomes, en dehors de toute obligation scolaire. En plus du web documentaire réalisé sur cette initiative, les jeunes tiennent des journaux de bord numériques, filmé avec leur propre téléphone portable.

- Très bel exemple de réussite effectivement, mais ce projet nécessite une personne en permanence sur ce poste. De plus il y avait le label « Odéon » qui sert d'appât, ce qui n'est pas évident pour toutes les structures.

Une intervenante souligne qu'il ne faut pas confondre le développement des publics (je veux des adolescents dans ma salle) et l'action culturelle (je crée un projet avec des adolescents). Ces deux problématiques ne sont pas forcément liées, et n'appellent pas les mêmes stratégies.

Parfois de beaux projets d'envergure ne résultent pas en une belle fréquentation des publics adolescents sur les autres spectacles.

Faut-il proposer des représentations en temps scolaire ou en dehors ?

Il apparaît nettement que les professeurs et leur motivation jouent un rôle prédominant dans la possibilité de faire venir des groupes d'adolescents. Mais selon les structures, les représentations en temps scolaires apparaissent comme un frein ou comme un avantage.

- Le mélange avec d'autres spectateurs permet d'autonomiser les jeunes
- Les professeurs motivés permettent de parfaire la médiation en amont du spectacle

### REPENSER LES CODES POUR TOUCHER LES ADOLESCENTS

Les adolescents constituent un public qui réclame une relation horizontale et non plus verticale. Il apparaît alors nécessaire d'utiliser leurs codes pour les toucher.

**Exemple : L'association 1000 visages** : fondée en 2006, elle a pour mission de rendre accessible le cinéma aux personnes éloignées de l'offre culturelle. C'est une structure qui fonctionne très bien car elle a été créée par des jeunes pour des jeunes.

Passer par le web apparaît comme une obligation, mais quels moyens ?

Facebook serait déjà dépassé. D'ailleurs, peu d'entre nous sommes « amis » avec des adolescents sur Facebook. Alors comment nous engager ? Dans la plupart des cas, nous sommes déjà ringards.

**Exemple : Le Musée du Louvre** : a fait appel à des youtubeurs et leur a laissé carte blanche pour présenter leur vision de l'institution. Ils sollicitent ainsi un langage, des références, et une communauté que nous ne savons pas toucher.

*Pour aller plus loin : le Livre blanc des relations aux publics connecté(e)s (enquête sondage d'Artishoc, avril 2016).*

D'une façon générale, nos différentes expériences et les formations qui nous sont proposées rappellent que nous devons faire attention à nos usages des réseaux sociaux. Ils ne doivent pas être la vitrine de notre site qui lui-même est la vitrine de notre brochure. Il est important de mettre en place un contenu différencié sur chacun des réseaux.

### L'ADOLESCENT COMME PRESCRIPTEUR

Dans de nombreux projets évoqués, les jeunes motivés invitent ponctuellement leurs amis. Comment pérenniser ce rôle ?

**Exemple : Théâtre de l'Agora**, Scène Nationale d'Evry-Essonnes. Mise en place d'un comité où les adolescents deviennent programmeurs.

Un objectif que nous avons tous soulevé est de trouver des ambassadeurs de nos structures parmi les groupes de jeunes que nous souhaitons toucher.

Il est important de mettre en avant la notion de plaisir, plus encore que celle de compréhension du spectacle vivant. Nous remarquons toutefois qu'il semble plus commun d'être dégoûté du théâtre suite à une mauvaise pièce, que d'être dégoûté du cinéma suite à un mauvais film. Il faut entrer en empathie avec les comédiens.

**Exemple :** parmi nous, de nombreux lieux proposent des contremarques aux jeunes qui viennent en temps scolaire pour revenir gratuitement, et parfois en invitant des amis / la famille lors de représentations en tout public.

- Remarque : parfois la réservation agit comme un frein.

## OUVRIR NOS LIEUX

Pour susciter l'envie, cela ne pourra pas passer uniquement par la communication et la médiation autour de nos spectacles. Il faut ouvrir les lieux en dehors de la programmation.

**Exemple : Théâtre de l'échangeur :** des étudiants sont associés sur le long terme à la vie du théâtre. Tous les vendredis de 8h à 17h, ils repensent la signalétique de la cour de l'échangeur. Autre initiative : l'accueil d'une cuisine mobile.

Nous pouvons aussi repenser nos structures en termes d'espaces, de patrimoine, au-delà de la programmation.

## MUTUALISER NOS MOYENS

Le but de ces réunions est de penser à une mutualisation de nos moyens.

**Exemple : Le ticket théâtre :** est un réseau regroupant 23 théâtres parisiens et de proche banlieue, avec un tarif unique à 12€ par spectacle. Depuis quelques années, s'est créé un réseau de réflexion, où au moyen d'ateliers s'échangent des idées (surtout sur les thématiques du numérique). L'adhésion se fait en mars.

Notre projet est donc de se réunir de façon régulière (tous les deux ou trois mois), pour discuter des thématiques que nous proposerons conjointement au fur et à mesure. Il semblerait utile de travailler plusieurs réunions d'affilé sur une même thématique afin d'en creuser les différents enjeux.

Plusieurs pistes ont été évoquées : une application ou un site commun, réalisé *par* et *pour* les adolescents ? un festival ?

Nous avons remarqué que les musées étaient très en avance sur les questions de médiation et de numérique, aussi il pourrait être intéressant d'en convier davantage aux prochaines réunions. Et pourquoi pas inviter également les adolescents eux-mêmes ?