



# LES USAGES DU NUMÉRIQUE DANS LE SPECTACLE VIVANT THÉÂTRAL

Étude réalisée en juillet 2022

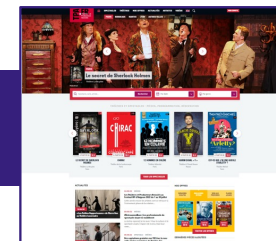
ASTP / ABT consultante – Aurélie Bouillot

**ASTP**

ASSOCIATION POUR LE SOUTIEN  
DU THÉÂTRE PRIVÉ

# Deux approches complémentaires

Etude menée dans le cadre de réflexions sur la présence numérique de l'ASTP et l'évolution du site TPA.FR, vitrine commerciale des adhérents de l'ASTP.



## CIBLE BTB

**Un œil « pro » et expert** sur les transformations liées au numérique dans le secteur

**10 entretiens individuels auprès de parties-prenantes du spectacle vivant théâtral**

4 adhérents ASTP

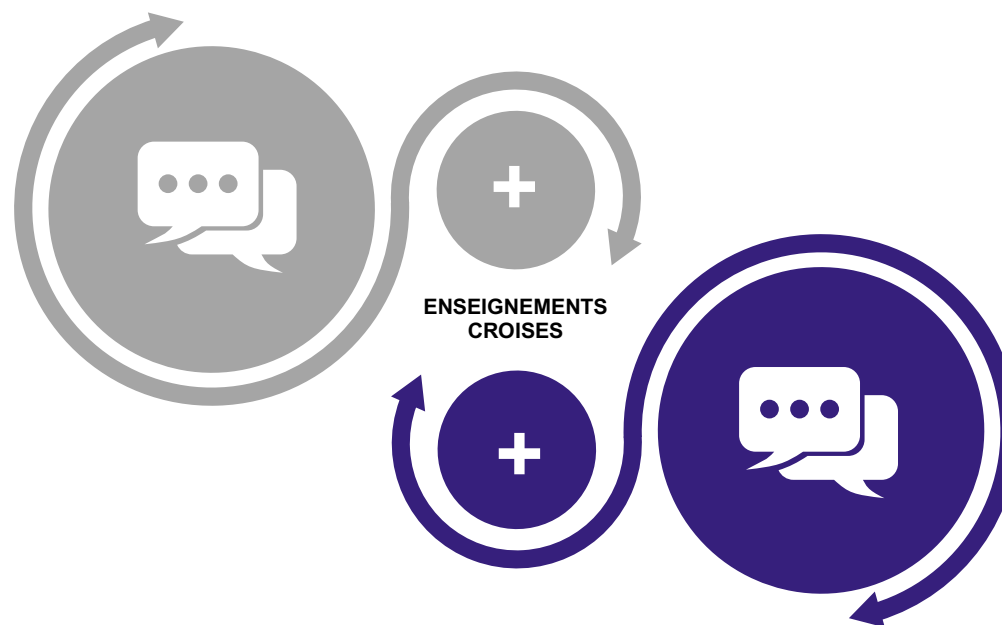
6 non adhérents ASTP

Paris / RP : 7

Région : 3

3 femmes

7 hommes

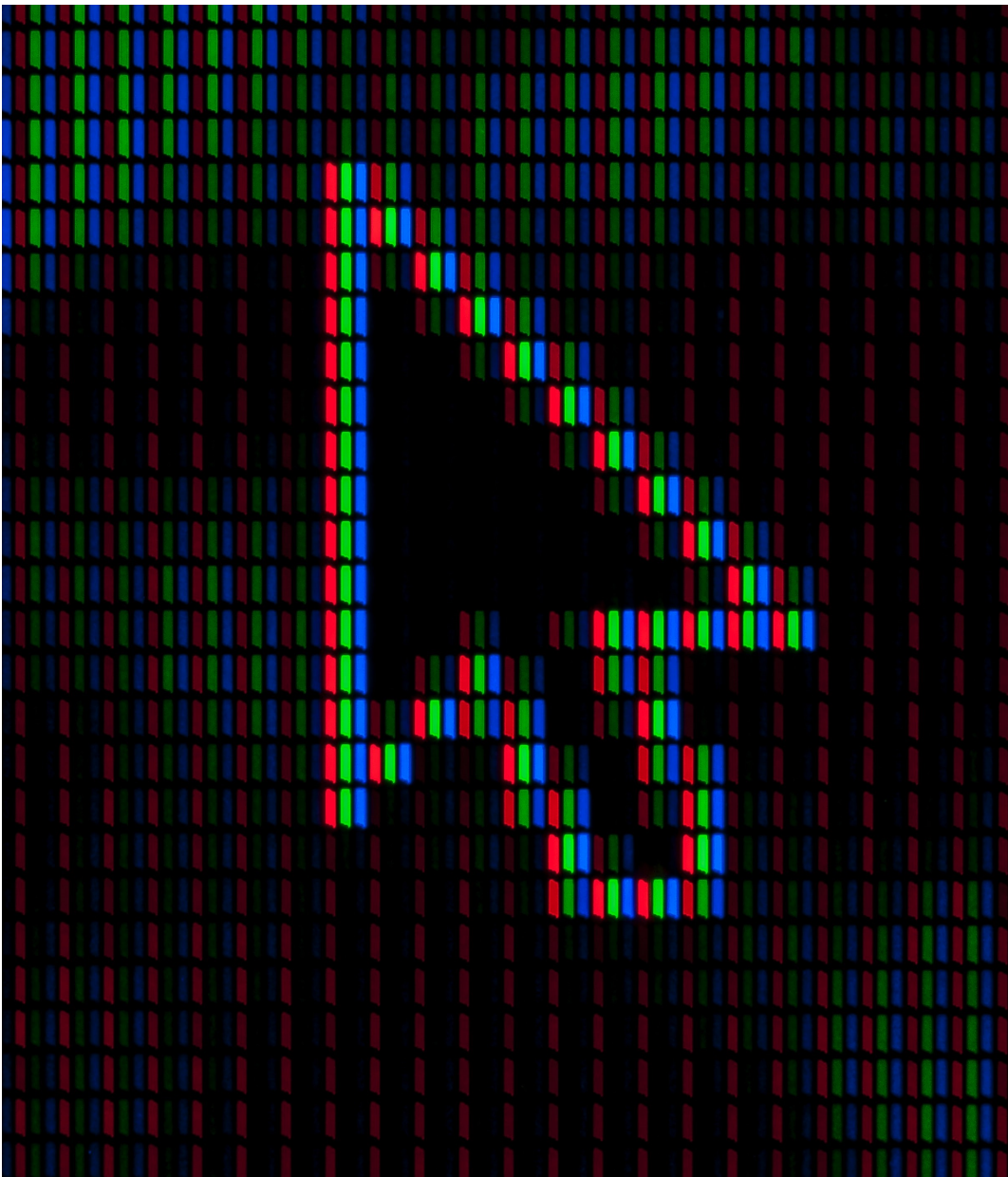


## CIBLE BTC

**Le regard des spectateurs**

**2 réunions de groupe** on line auprès de spectateurs, jeunes et seniors, répartis sur toute la France

**Interrogation quantitative** auprès des abonnés TPA.FR



Auprès des  
professionnels et  
experts

# Des enjeux à deux niveaux

## Les enjeux du quotidien

Communication notamment sur les réseaux sociaux

Vente / billetterie en ligne (fichier client)

## Les enjeux macro

Diffusion

Création

Difficile & nécessaire d'avoir  
une vision globale et  
transversale

*En fait, depuis le Covid, on est tellement axé sur le quotidien, on a la tête dans le guidon et on essaye de faire ce qu'on peut et de remplir la date du soir. Pas celle dans 6 mois ni de changer le métier.* ”



# La capacité à générer voire amplifier la prescription est clé

## Un double constat généralisé

Les réseaux sociaux  
sont une chambre  
d'écho utile et même  
primordiale

Le secteur manque des  
connaissances  
nécessaires pour  
utiliser tout le capital  
d'impact à disposition

Générer de  
l'éditorial (ton /  
contenu / vidéo)  
vs un « simple »  
relai des affiches

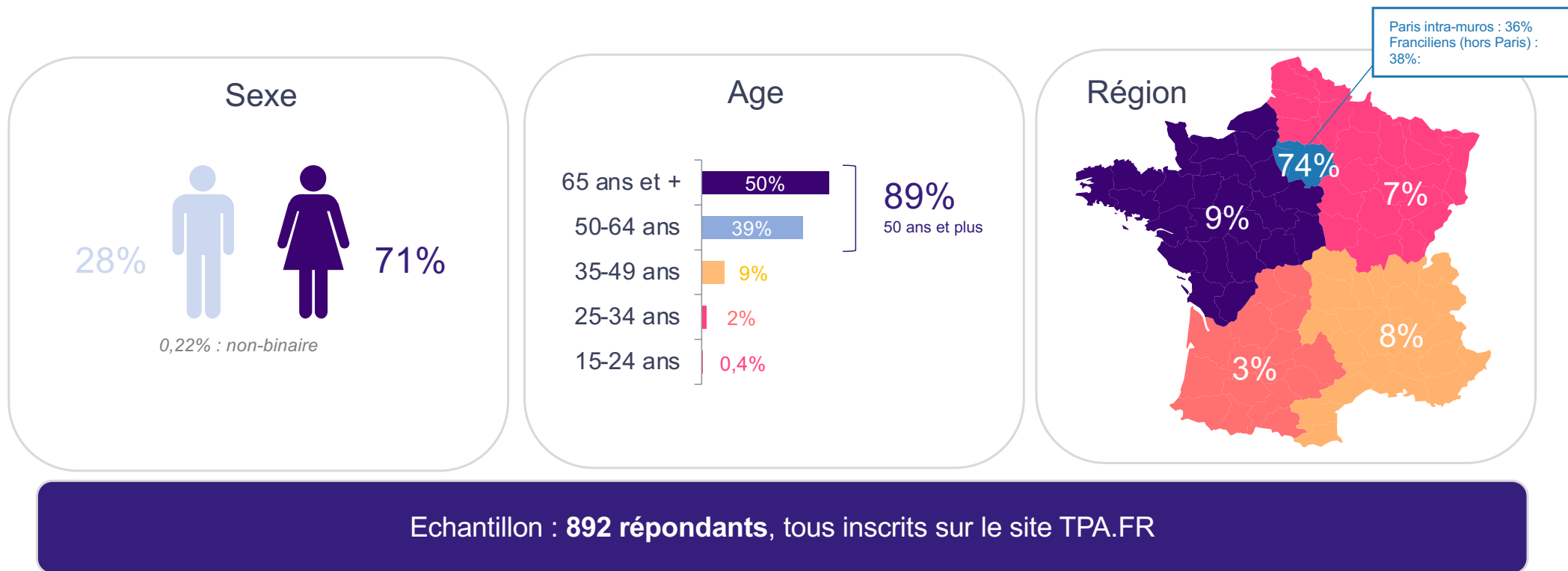
Attention à la  
focalisation sur la  
qualité des  
images et les BA

*On a compris que les réseaux sociaux pouvaient être prescripteurs, plus que peut l'être la presse aujourd'hui* ”

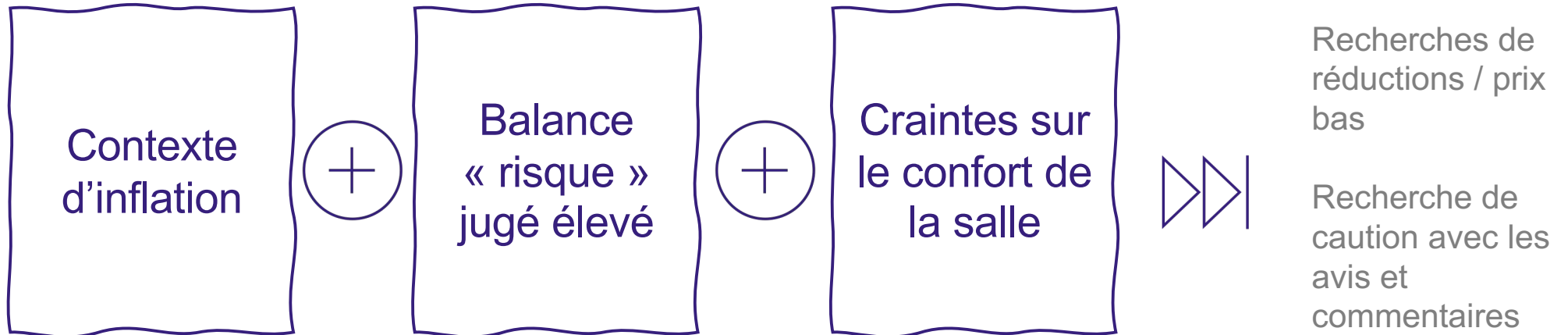


Auprès des  
spectateurs & des  
abonnés TPA.FR

# 1) Les abonnés TPA.FR : un profil spécifique de fidèles de théâtres...



## 2) Une tension forte sur le prix des billets : les spectateurs ont besoin d'être rassuré



*Il y a un effet loterie avec le prix du billet. ”  
Est-ce que ça va bien correspondre à ce  
que ce que j'avais envie de voir ?*



### 3) Les spectateurs confirment que la lecture des avis est un « passage obligé »

**74%** des abonnés TPA.FR consultent les avis et commentaires laissés par les spectateurs AVANT d'acheter leur billet

**40%** le font systématiquement ou régulièrement

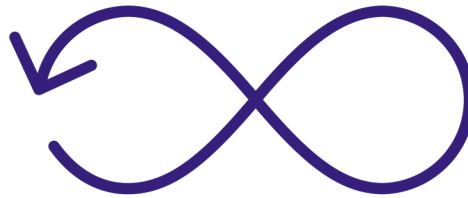
**40%** de ceux qui les consultent considèrent que les avis et commentaires les influencent de manière importante

**52%**  
auprès des  
moins de 50  
ans

*Je regarde de temps en temps quelle pièce est proposée. Puis après, je regarde les avis. (...) ils offrent une critique beaucoup plus objective.* ”

## 4) Les spectateurs ont envie d'une information affinée sur le théâtre... voire de renouvellement de manière plus large

L'impression que l'information sur le théâtre se concentre sur les « grandes » pièces ou les grands « noms ». Les pièces parisiennes aussi



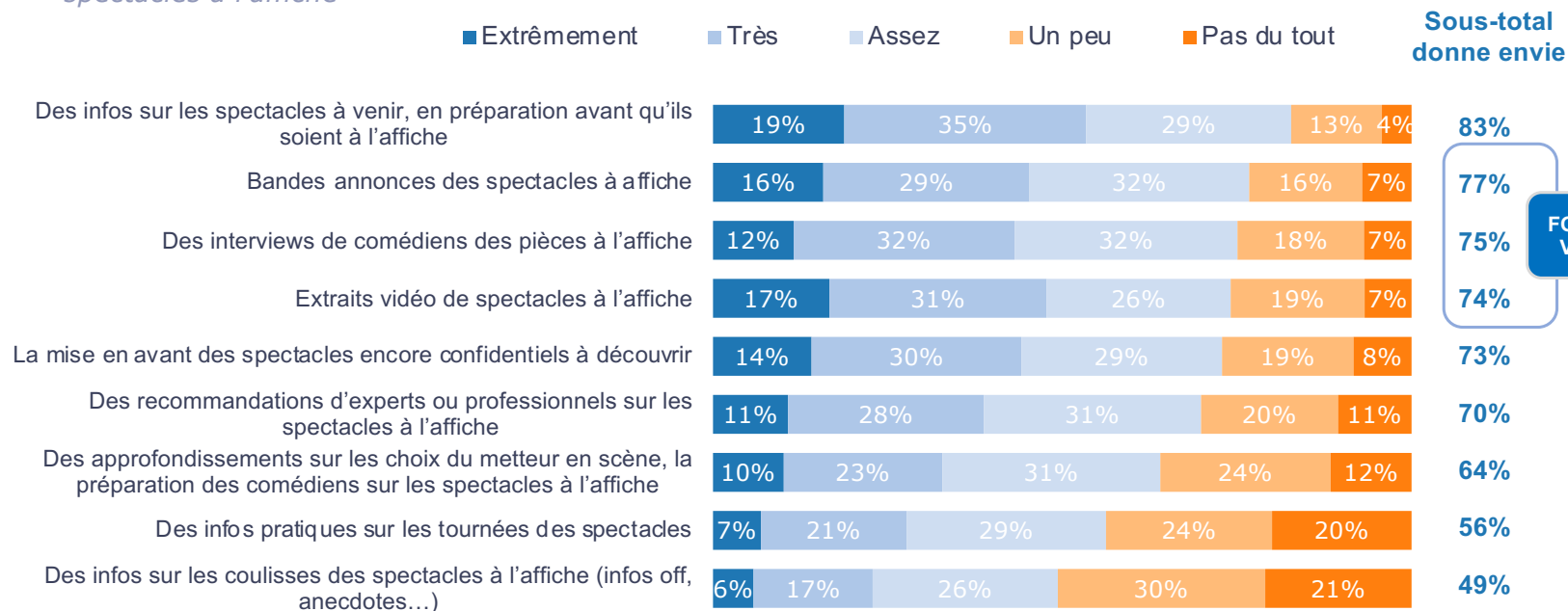
L'impression de voir un peu tout le temps la même chose ; que les contenus (leur mise en scène ?) n'ont pas vraiment évolué

*Maintenant, ils se copient plus ou moins tous. On est un peu sur les mêmes thèmes.* ”

## 5) Ils ont envie d'informations... et de vidéos !

Les infos sur les spectacles à venir et des vidéos sur les spectacles à l'affiche (BA, extrait, interviews) ressortent d'une courte tête comme les infos les plus capables de faire très envie.

### Informations sur les spectacles à l'affiche



FORMAT VIDEO

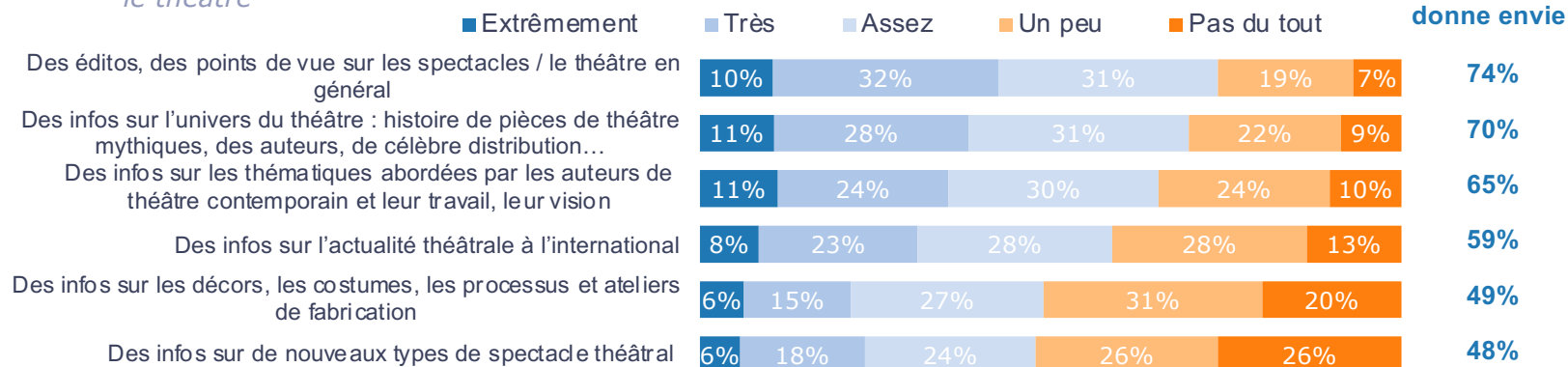
Base totale répondants : 892 individus

Q12 - Parmi les types d'information et contenus suivants au sujet du théâtre et du spectacle théâtral, quels sont ceux qui vous donneraient envie d'aller au théâtre :

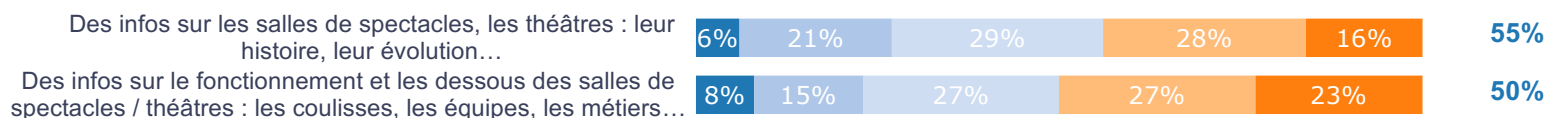
## 5) Ils ont envie d'informations... des points de vue, une vision sectorielle

Les infos sur les salles de spectacle elle-même nourrissent moins fortement l'envie d'aller au théâtre.

### Approfondissement sur le théâtre



### Approfondissement sur les salles



Base totale répondants : 892 individus

Q12 - Parmi les types d'information et contenus suivants au sujet du théâtre et du spectacle théâtral, quels sont ceux qui vous donneraient envie d'aller au théâtre :

## 6) Un enjeu de formatage de l'information... en contenu attractif

**FORMAT VIDEO** > plus que de longs articles, ils privilégient **les courts formats vidéo type KOMBINI ou BRUT** (– qui commencent très clairement à modeler la manière dont les Français reçoivent l'information (rapide, vivante, incisive... sans être de qualité cinématographique).

Un format vidéo qui permet aussi de toucher à **l'ambiance**, à **l'émotion** (même si c'est imparfait, ils le reconnaissent)

A noter : ils n'insistent pas sur la notion de Bande Annonce comme au cinéma mais plus sur ce principe de « court reportage »

*Des vidéos, que ça ressemble un peu plus à ce qu'on aime bien des réseaux sociaux. Ces affiches sont bien jolies. Mais c'est vrai que finalement ça reste des images.*

Jeune

**PERSONNALISATION** > plus qu'un contenu large et diversifié sur un site internet (où ils auraient à chercher l'information), ils expriment l'envie d'une information ciblée, personnalisée qui délivrent les contenus dont ils ont besoin, qui leur feraient plaisir

**Via un compte dédié sur le site** qui prend en compte ses centres d'intérêts, sa localisation etc. pour délivrer de l'information pertinente

**Par un système d'alerte**, d'infos poussées vers eux.

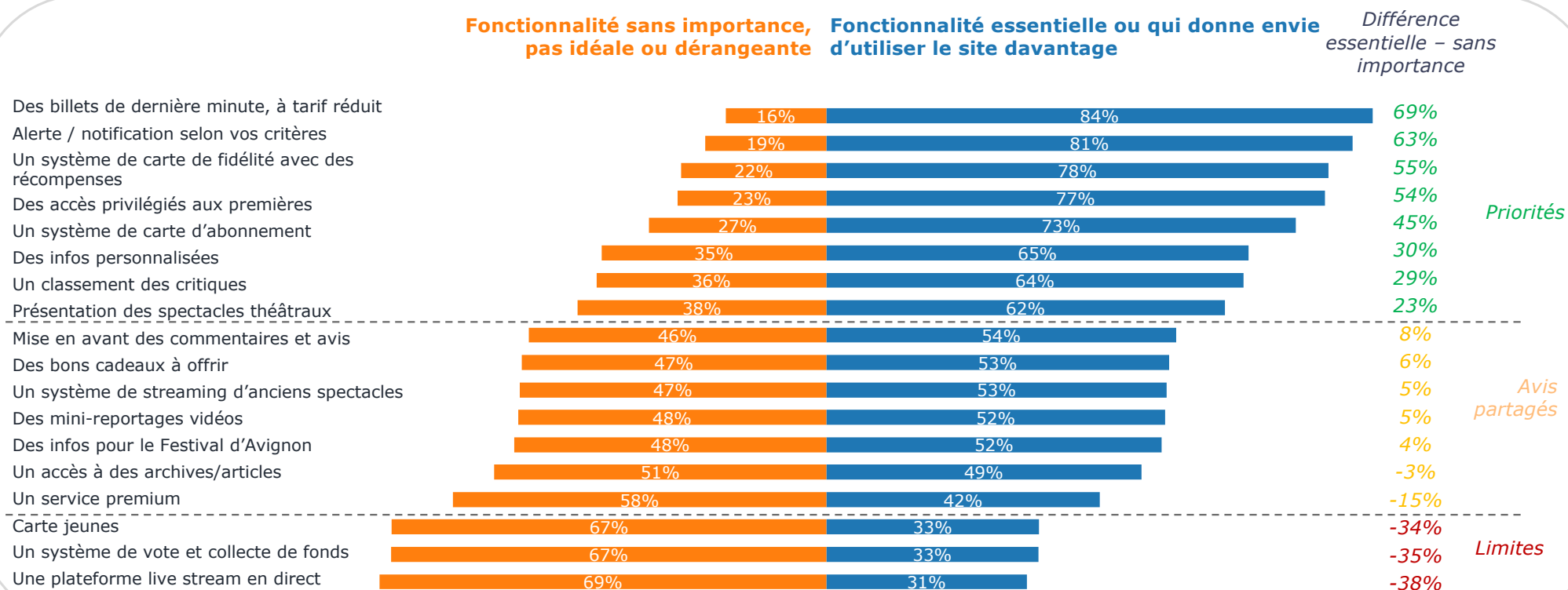
Exemple : être prévenu quand son metteur en scène, son acteur préféré propose un nouveau spectacle...

*Quelque chose de bien personnalisé : je trouve que ce serait bien au lieu d'avoir une newsletter qui nous envoie des informations qui ne nous correspondent pas. Là, on aurait choisi, vraiment ciblé. On aurait vraiment l'info qui nous intéresse en fait. .*

Senior



## 7) Les leviers à actionner : un enjeu de personnalisation... et de tarif



Base totale répondants : 892 individus

Q18 - Que vous soyez connaisseur, utilisateur ou non de TPA.FR, le site des Théâtres et Producteurs Associés, indiquez ce que vous pensez des fonctionnalités et services suivants qui sont ou pourraient être proposés par TPA.FR :

## CONTACTS

### ABT Consultante

Aurélie Bouillot : [abt.consultanteetudes@gmail.com](mailto:abt.consultanteetudes@gmail.com)

### ASTP

Projets numériques / David Roux : [droux@astp.asso.fr](mailto:droux@astp.asso.fr)

Communication / Ghislaine Plus : [gplus@astp.asso.fr](mailto:gplus@astp.asso.fr)

**ASTP**

ASSOCIATION POUR LE SOUTIEN  
DU THÉÂTRE PRIVÉ