

**7 JOURS**

Jun 2007

Lundi 11, Mardi 12,  
Mercredi 13, Jeudi 14  
& Mercredi 20, Jeudi 21,  
Vendredi 22

**ARCADE**

AIX-EN-PROVENCE

formation  
continue

## Arts du spectacle et relations avec le public

57

Conquérir  
un public  
puis le fidéliser

formateurs

**Silvio Pacitto**

directeur des affaires  
culturelles de Saint-Cyr  
l'Ecole, directeur du Théâtre  
Gérard Philipe

**Jean-Christophe  
Rouvet**

consultant en gestion  
de public et billetterie

**Agnès  
Wanderscheid**

consultante en communica-  
tion et relations avec  
le public

Les relations avec le public impliquent un travail de terrain qui requiert énergie, adaptabilité, sens du concret et imagination. Chaque spectacle nécessite une approche adaptée, qui doit s'articuler avec la stratégie de communication de la structure. Au-delà d'un travail de « marketing culturel », en étroite collaboration avec l'équipe artistique ou de programmation, le chargé des relations avec le public doit établir une relation de confiance avec le public.

La formation offre à chacun la possibilité de prendre du recul sur sa pratique. Elle permet de remettre en perspective les relations avec le public pour les inscrire dans une stratégie globale.



## objectifs

- Dynamiser sa pratique en matière de relations avec le public
- Mettre en place des outils pour mieux connaître le public
- Définir et construire une communication en direction du public
- Optimiser l'accueil et respecter la législation de la billetterie
- Savoir élaborer et proposer des actions de relations avec le public

58

## programme

### Présentation de la programmation artistique

- l'argumentation sur les choix de programmation
- l'analyse des spectacles et leur valorisation

### Connaissance des publics

- la réalisation en interne ou par un prestataire d'une enquête sur les publics
- la méthodologie d'étude des publics et l'exploitation des outils d'analyse (fréquentation, fidélisation, évaluation)
- les bases de données : gestion du fichier spectateurs

### Stratégie de communication

- le lien entre stratégie de communication et mode de relations avec le public
- l'analyse des attentes supposées des publics
- la constitution et la valorisation d'un réseau de relais d'information

### Actions de relations avec le public

- le lancement de saison
- les rencontres entre artistes, œuvres et publics (sensibilisation artistique, école du spectateur...)
- les résidences de création, les artistes associés
- les ateliers de pratiques artistiques

### Gestion de l'accueil du public

- l'organisation des guichets et la sécurité du public
- la création d'un lieu convivial : restauration rapide, diffusion vidéo et audio, documentation, librairie

### Billetterie

- la billetterie manuelle et la billetterie informatisée, la réglementation de la billetterie
- l'exploitation de la billetterie et l'optimisation du fichier spectateurs