

Education et communication/marketing: frères ennemis?

À la suite de la *Cartographie du secteur de la sensibilisation à l'opéra et à la danse* réalisé en 2011, RESEO a souhaité mener une étude sur les relations entre le service éducatif et le service communication/marketing des maisons d'Opéra européennes en 2012. L'objectif était de déterminer les liens entre les deux services ainsi que leurs activités communes et leurs groupes cibles. Voici les résultats de cette enquête.

45 structures européennes, membres de RESEO, ont répondu à un questionnaire en ligne en octobre 2012

Etat de la coopération en 2012

Près de la moitié des 45 structures présente un service éducatif rattaché à la même structure que les services communication/marketing. Dans la majorité des structures, ces services travaillent ensemble. En outre, 88.1% des structures trouvent que la collaboration entre ces deux services est bonne voire très bonne.

L'existence d'une collaboration entre services concernant les projets participatifs, les événements et les productions jeunes publics est quasi systématique. En général, la coopération est efficace lorsque cette collaboration est fréquente.

Pourquoi ces deux services travaillent ensemble ?

- Promotion et communication de leurs activités, principalement par voie numérique :
- Recherche de publics

Pourcentage de la collaboration en fonction des activités

- Productions jeune public (91,4%)
- Evénements (88,6%)
- Projets participatifs (87,5%)
- Débats thématiques/journées d'études (83,3 %)
- Ateliers (77,8%)
- Travail avec les publics fragilisés (69,2%)
- Discussions autour du spectacle (69%)
- Formations (52,9%)
- Visites guidées (51,7%)
- Productions jeune public (76,7%)

Nous pouvons constater que la coopération s'effectue principalement pour des événements ponctuels.

Quels sont les publics cibles de la collaboration entre les services éducatifs et marketing/communication ?

- Tous les âges sont ciblés (du bébé au sénior)
- Collaboration fréquente et efficace envers les familles, les enfants et les jeunes adultes

Afin d'approfondir ces résultats et d'offrir aux membres de RESEO une vision plus concrète de coopération, 4 structures constituant des exemples significatifs ou atypiques ont été interviewées par téléphone en décembre 2012.

