



Y a-t-il un spectateur dans la salle ?

Y-a-t-il un spectateur dans la salle ?

Tel est le cri lancé par l'association Ciném'UTC au groupe de travail de l'UV DI05, "Méthodologie et analyse de la valeur". L'équipe composée d'Arthur GUIFFANT, Maela MADIGOU, Nicolas MIZZON, Hasina RICHARDSON et Swany TYNDAL vous présente son travail sur l'analyse de la valeur d'une association qui n'est pas dénuée d'intérêt.

Ciném'UTC c'est quoi ?

? CINÉM'UTC

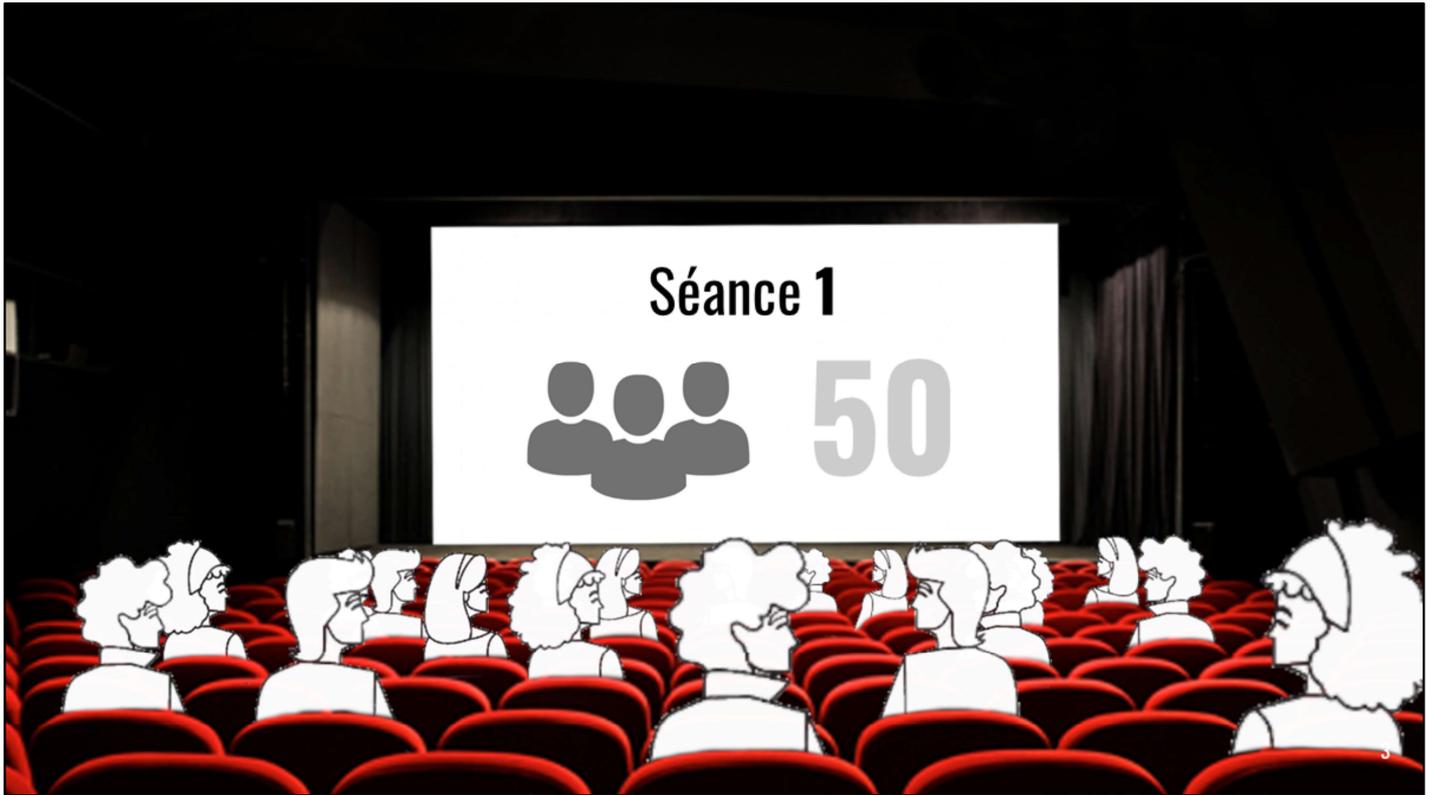
- Depuis 2010 • 14 séances par semestre •
- Débats et échanges • Découvertes • Films cultes •

2

Avant toute chose, une rapide mise en contexte. **Ciném'UTC** fait partie des nombreuses associations de l'UTC mais est unique en sa qualité de club cinéma de l'université. Elle propose, depuis 2010*, 14 séances de projections par semestre, soit une séance de cinéma chaque semaine.

L'association est présente notamment pour faire découvrir des films méconnus ou cultes pour intéresser et partager l'amour du 7ème art à un maximum de personnes. Les séances se passent dans un amphithéâtre sur le campus Benjamin Franklin, elles sont gratuites, accompagnées à chaque fin de séances de débats et d'échanges, sur le film et les ressentis des spectateurs.

**Une association de cinéma à l'UTC a existé sous une autre forme par le passé, mais a disparu pendant plusieurs années avant la fondation de Ciném'UTC en ses lieu et place.*



Une séance Ciném'UTC en tout début de semestre peut compter d'une quarantaine à une cinquantaine de spectateurs.



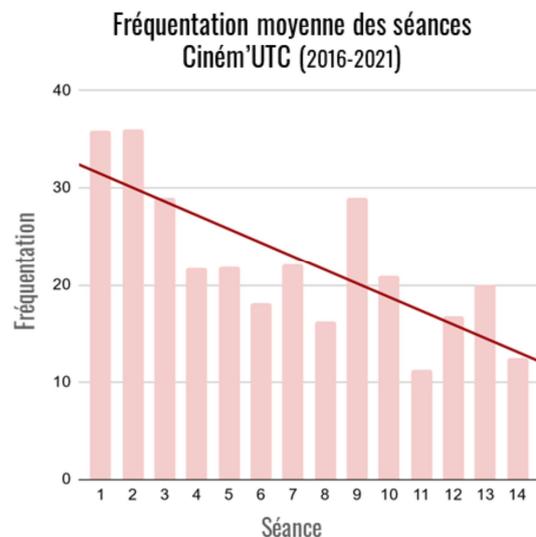
Arrivé à la mi-semestre, après les examens, la fréquentation se retrouve divisée par deux avec une salle de plus en plus vide.



Lors de la dernière séance ne subsistent que quelques habitués dans la salle, une dizaine tout au plus.

Mauvaises fréquentations

“Chaque semestre, on constate systématiquement une **diminution progressive du nombre de spectateurs** entre la première et la dernière séance...”



6

Le problème que constate l'association, illustré précédemment, c'est que la fréquentation des séances diminue systématiquement au cours du semestre - entre la première et la dernière séance, le nombre de spectateurs est divisé en moyenne par deux ou trois sur les cinq dernières années.

C'est une tendance cyclique qui recommence chaque semestre, avec des chiffres similaires à chaque fois : la première séance attire de nombreux spectateurs tandis que la dernière ne réunit plus que quelques habitués. Plus encore, la diminution de fréquentation semble s'accroître depuis deux ans - période épidémique en distanciel non prise en compte - avec un passage de 50 à 10 spectateurs en l'espace d'à peine 5 séances en A19 et en A21.

Ciném'UTC ne peut que se désoler face à cette disparition progressive et cherche donc, par l'analyse de la valeur, à comprendre les causes de cette tendance et les moyens de l'enrayer ou l'atténuer pour les semestres à venir.

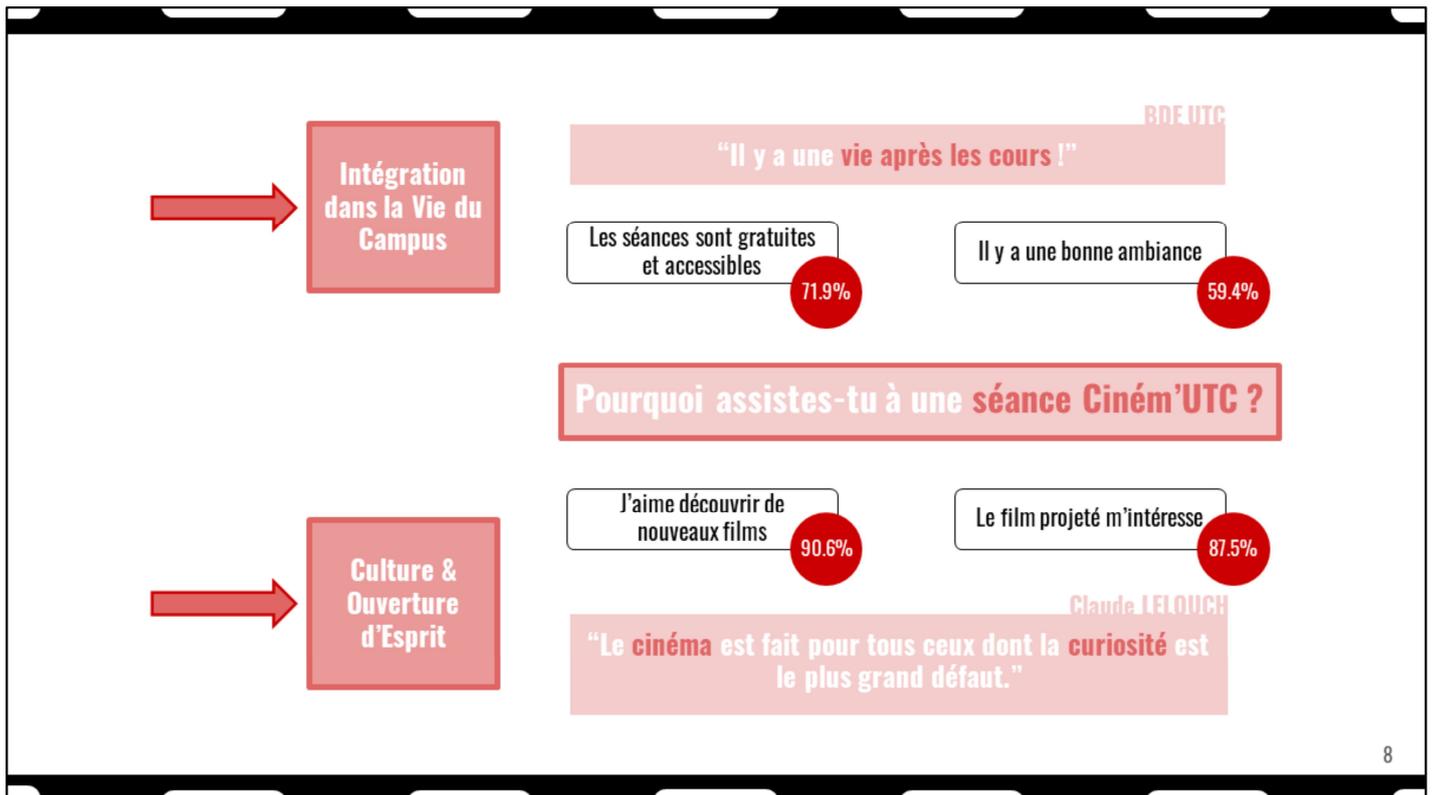
Ciném'UTC est une association active dans la communauté du campus de Compiègne qui rend accessible la **culture cinématographique** aux étudiants en organisant des **séances gratuites et accessibles** de **films judicieusement choisis** afin de nourrir un échange d'idées.

7

Avant de poursuivre, il nous faut mieux comprendre ce qu'est Ciném'UTC. Une étude fonctionnelle permet d'extraire une essence rédigée ci-dessus, représentant les principes fondamentaux de l'association.

Deux fonctions principales émergent :

- L'association permet de **diffuser la culture cinématographique**, en organisant ses projections, en proposant des films judicieusement choisis afin de permettre des débats sur des thèmes cinématographiques, sociétaux ou autres en rapport avec le sujet de l'oeuvre, afin de mieux comprendre ses enjeux ou de mieux appréhender sa forme, son style, ...
- L'association permet d'**animer la vie du campus universitaire**, en offrant à ses participants l'occasion de faire partie de la communauté UTCéenne. Pour se faire, l'association propose des séances de projections gratuites et accessibles pour tout étudiant.



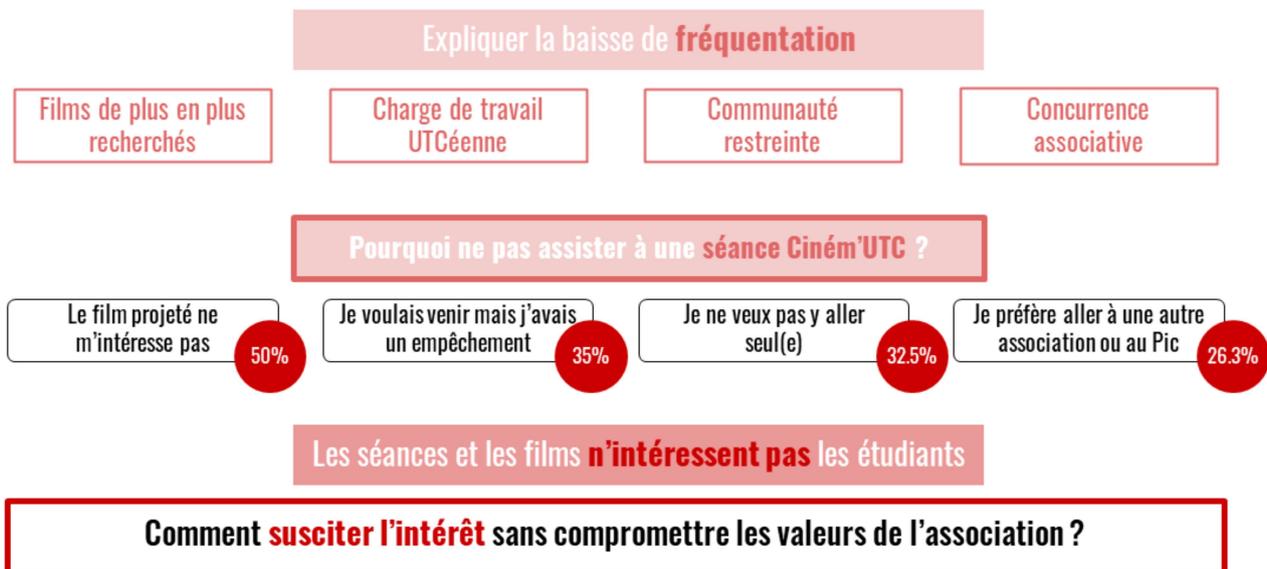
Les fonctions principales issues de l'essence de l'association mettent en avant deux valeurs que Ciném'UTC promeut.

D'abord, Ciném'UTC est une association du BDE de l'UTC, plus précisément du PVDC (Pôle Vie du Campus). Son intégration dans la vie du campus est donc primordiale - ce qui nous ramène au slogan du BDE « **Il y a une vie après les cours** » ! D'après les réponses à un sondage mené par le groupe d'étude, les spectateurs viennent aux séances pour la bonne ambiance et l'accessibilité. En effet, l'atout de l'association est non-négligeable face à l'offre cinématographique locale, là où le cinéma de Compiègne, le Majestic, est à 30 min en bus, avec des prix actuellement élevés du cinéma de manière générale.

Ensuite, Ciném'UTC a une **vocation culturelle** et véhicule l'**ouverture d'esprit**. Les spectateurs viennent pour découvrir des films qu'ils ne regarderaient pas par eux-mêmes, et à travers les débats sur leur fond et/ou leur forme, échangent, partagent et apprennent de nouvelles choses. Beaucoup de films, classiques ou plus méconnus, sont pris en référence dans les enseignements de l'UTC, particulièrement chez les TSH, comme (feu) PH10, PH01, SI28 ou même à l'occasion DI05. C'est le moment pour les étudiant(e)s d'être curieux/ses et de nourrir leur culture générale et leur réflexion d'ingénieurs humanistes. Claude Lelouch disait ainsi : « Le cinéma est fait pour tous ceux dont la curiosité est le plus grand défaut. »

La diminution de fréquentation est donc un problème puisqu'elle va à l'encontre des missions de l'association ; si personne ne vient, Ciném'UTC ne peut ni s'intégrer au campus, ni partager sa culture.

Le coeur du problème



9

Dans le but de mieux comprendre et expliquer les différentes baisses de fréquentation de l'association, nous avons mis en place et partagé un sondage sur le groupe Facebook étudiant de l'UTC, ainsi qu'étudié le fonctionnement associatif de Ciném'UTC et de l'UTC plus largement. Voici les leçons que nous pouvons en tirer :

- **Les films de plus en plus recherchés.** Le processus de choix de films est volontairement pensé par le bureau afin d'être progressif, avec les plus accessibles ou connus en début de semestre et les plus méconnus à la fin. On peut donc facilement déduire que ces oeuvres n'intéressent pas forcément un large public et risquent même de faire fuir de potentiels futurs membres de l'association. 50% des personnes sondées ont ainsi dit que la première raison pour ne pas assister à une séance est que **le film projeté ne les intéresse pas**.
- **La charge de travail UTCéenne.** En effet, au fur et à mesure de l'avancée du semestre, les rendus de projets, les révisions et les soutenances augmentent. De ce fait, les étudiants n'ont tout simplement pas beaucoup de temps à consacrer à leur loisir et se consacrent à leurs UVs. 35% des personnes interrogées ont déclaré qu'elles **voulaient venir mais avaient un empêchement**.
- **La communauté restreinte.** Le monde du cinéma peut faire peur et avoir une image "élitiste". D'une part, les films dits "recherchés" peuvent paraître inaccessibles, peuvent porter à croire qu'il faudrait être doté d'une grande culture cinématographique pour apprécier le cinéma. D'autre part, le 7ème art

peut paraître comme un monde fermé, réservé aux autres. Beaucoup de personnes (32.5%) ont alors **peur d'y aller seules**, de se retrouver perdues et de ce fait ne pas passer un bon moment.

- **La concurrence associative.** En effet, en raison de la masse associative colossale de l'UTC, lors des séances de projections les mercredis soir, il est inévitable que différentes associations proposent des activités ou des réunions qui attirent les étudiants en même temps. De plus, si les étudiants ne passent pas leur mercredi soir dans d'autres associations, ils peuvent toujours profiter de l'ambiance du Pic'asso et y passer la soirée. Ainsi, 26.3% des sondés **préfèrent aller dans une autre association ou au Pic** plutôt qu'à une séance.

Grâce à cette analyse, nous pouvons relever plusieurs points de douleurs à retravailler. La charge de travail est un facteur immuable, on sait donc que la diminution de fréquentation en sera toujours impactée, mais peut-on l'atténuer en jouant sur les autres causes ? Le point de douleur le plus important est le fait que les films et les séances proposées par l'association n'intéressent pas les étudiants, de façon individuelle ou collective (pour ceux qui disent ne pas vouloir venir seuls). Et si la concurrence associative est elle aussi inaliénable, il faut comprendre pourquoi d'autres sont *plus attrayantes* que Ciném'UTC. Ne serait-ce pas là le point à développer amplement ? La fréquentation est un symptôme, mais la réelle problématique est un déficit crucial d'intérêt. **Alors, comment susciter l'intérêt des étudiants sans compromettre les valeurs de l'association ?**

Typologie des étudiants

A quelle fréquence assistes-tu aux séances ?



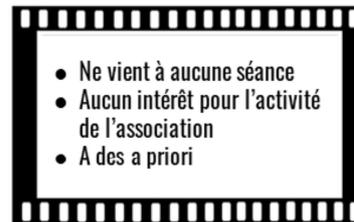
L'habitué



La vagabonde



Le déserteur

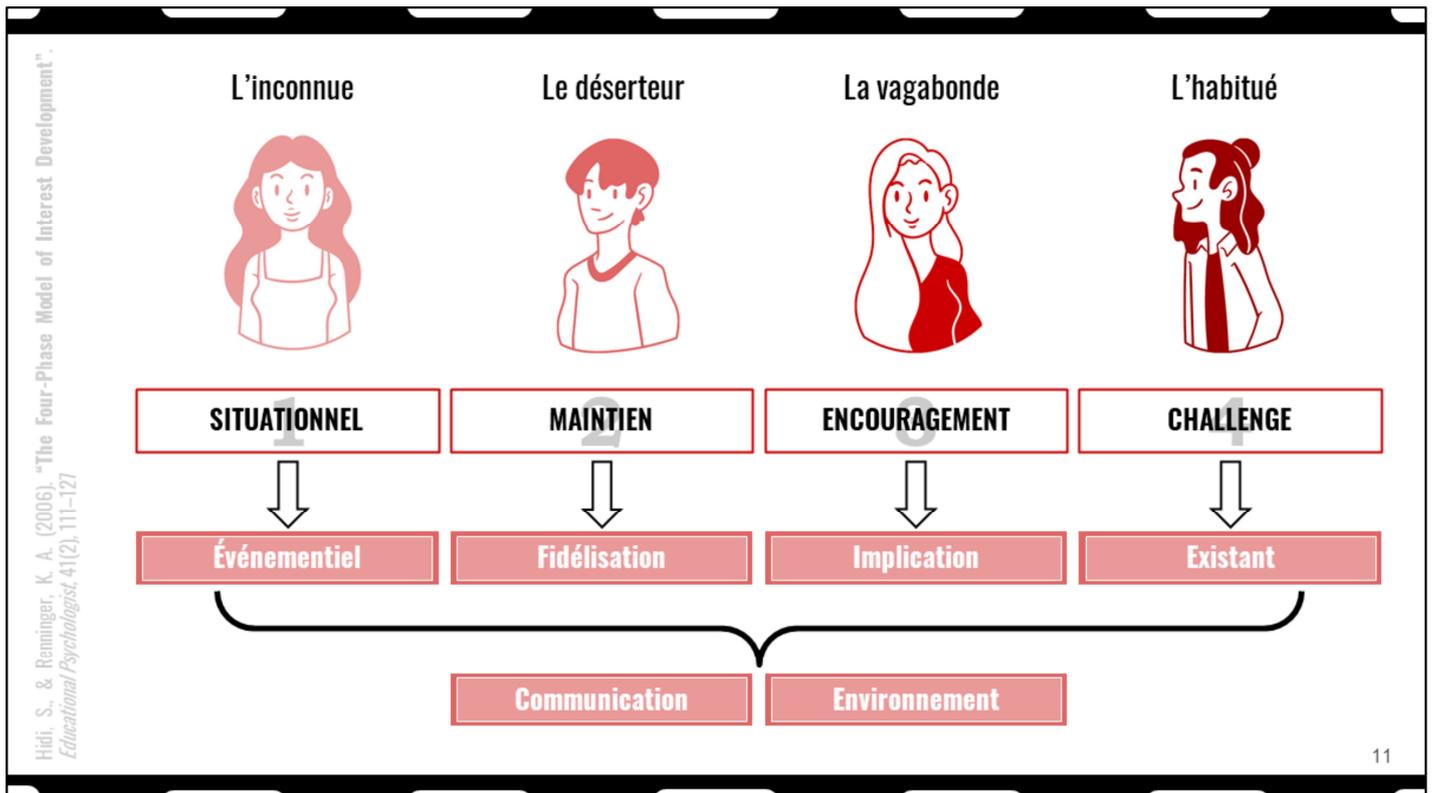


L'inconnue

Le sondage nous a jusqu'ici permis d'explorer les valeurs de Ciném'UTC et les sources du problème. Sur la base des réponses à la question "**A quelle fréquence assistes-tu aux séances ?**", nous pouvons également regrouper les étudiants par typologie.

- **L'habitué**, qui vient à 99% des séances. Les projections Ciném'UTC n'ont plus de secret pour lui. Aficionado des beaux films, il adore découvrir de nouvelles choses et étendre sa culture cinématographique. Il se reconnaît dans les valeurs de l'association et les partage, sa cinéphilie est déjà acquise, ce qui explique sa participation régulière.
- **La vagabonde**. Elle vient à près de 50% des séances. Sa participation à une séance dépend de plusieurs critères : activités des autres associations, intérêt pour le film projeté... Elle recherche des choses bien particulières de la part des films projetés (ex: film qu'elle voulait voir depuis longtemps mais n'en avait pas la possibilité) et a tendance à éviter les films qui sortent trop de sa zone de confort.
- **Le déserteur**. Il ne vient qu'à la première séance puis n'assiste plus aux prochaines. Il décide de ne pas renouveler son expérience pour plusieurs raisons : inconfort, manque d'intérêt pour le film, manque d'intérêt pour le débat, insatisfaction globale... Après généralement une première séance qui lui sert de séance test, il conclut que ça ne vaut pas le coût d'assister à davantage de projections.
- **L'inconnue**. Elle n'assiste jamais aux projections. Elle ignore l'existence de

l'association (*minorité*) ou elle n'est pas intéressée par l'activité de l'association (*majorité*). Elle ne se reconnaît pas dans les valeurs de l'association ou n'y a pas été suffisamment sensibilisée pour envisager de venir aux projections. Elle a des a priori sur les films plus complexes et moins connus. Elle préfère regarder des films qui lui sont familiers dans un environnement qui lui convient mieux.



La typologie précédemment établie nous sert de fondement pour établir différentes voies de solutions. Comment susciter l'intérêt de chaque groupe de spectateurs afin que l'inconnue devienne déserteur, que le déserteur devienne vagabonde et que la vagabonde devienne habitué ?

Pour répondre à cette question, nous pouvons nous tourner vers les sociologues américaines Suzanne Hidi et K. Ann Renninger, qui en 2006 publient "The Four-Phase Model of Interest Development", un modèle définissant les quatre phases successives de l'intérêt chez l'individu.

1. **Intérêt situationnel** (Inconnue) : La première phase d'intérêt naît systématiquement d'une situation, d'un événement extra-ordinaire qui va attiser la curiosité. Quelque chose doit attirer l'attention.
2. **Maintien de l'intérêt situationnel** (Déserteur) : L'intérêt situationnel est par définition éphémère, il ne subsiste que tant que la situation dont l'intérêt a émergé persiste - c'est le cas du déserteur, qui est curieux pour la première séance mais ne réitère pas l'expérience. Pour maintenir cet intérêt, il est donc important de le contextualiser, d'englober la situation dans un cadre plus large qui incite à son exploration. On appelle aussi cette phase la phase du "Pourquoi ?", invitant à mettre en évidence les fins que peut avoir la situation au delà d'elle-même.
3. **Encouragement de l'intérêt personnel** (Vagabonde) : Si l'intérêt situationnel est bien ancré, on va ensuite chercher à encourager l'intérêt personnel.

L'individu doit être impliqué avec le sujet, y trouver des fruits personnels et pourquoi pas être acteur de son développement.

4. **Challenge de l'intérêt personnel** (Challenge) : Le risque, une fois l'intérêt personnel développé, est de le considérer comme acquis définitivement. Or, tout individu se trouvant à l'une des phases se trouve nécessairement sujet de la possibilité de régresser, de perdre son intérêt. Pour ne pas s'isoler dans une habitude, voire un ennui, il est donc important avec la phase finale de challenger l'intérêt de la personne, d'apporter des difficultés à surmonter et de nouveaux sujets à découvrir dans la continuité de l'intérêt initial.

De ces phases d'intérêt découlent très naturellement plusieurs principes de réponse, chacun s'adressant à un type de spectateur.

- Situationnel → Événementiel
- Maintien → Fidélisation
- Encouragement → Implication
- Challenge → Existant

L'ensemble de ces réponses est soutenu à la fois par des moyens de Communication et un Environnement où s'organisent les activités de l'association. Ces différents principes sont développés en pages suivantes.

Existant

L'habitué



Investissement



Challenge de l'intérêt
personnel



Proposition des membres

En début de demi-semestre

Programmés du + populaire au +
spécifique

A l'heure actuelle, on se rend assez vite compte que les **solutions existantes** conviennent déjà aux habitués - puisque ce sont eux qui restent dans la salle à la dernière séance.

Actuellement, la programmation des films se fait au début de chaque demi-semestre. Les membres du bureau de Ciném'UTC proposent des films qui, selon eux, mériteraient d'être projetés. Après concertation un certain nombre de films est sélectionné et programmé du plus populaire au plus spécifique. Cette manière d'établir la programmation systématique, on l'a vu, est à mettre en relation avec la baisse de fréquentation pendant le semestre. Les films projetés en premier sont plus "grand public" et peuvent par eux-mêmes attirer plus de spectateur. En revanche, les films en fin de semestre ont tendance à n'attirer qu'un certain type de spectateurs, comme l'habitué, qui représente un public plus restreint.

L'habitué, de par sa prédisposition à vouloir découvrir de nouvelles choses, se challenge de lui-même, est nourri par cette exploration du milieu cinématographique. L'existant n'est donc pas dénué d'intérêt puisqu'il répond à la dernière phase, mais se reposer exclusivement dessus est la source du déficit d'intérêt de Ciném'UTC.

De nouvelles idées

L'inconnue



Événementiel



Création d'intérêt
situationnel



Collaboration (professionnelle,
association, ...)

Événement

Concours de court-métrages

Exposition des archives

Sortie cinéma

Pour **créer un intérêt situationnel** et attirer les personnes dites inconnues, nous proposons de nouvelles idées de type **événementiel**.

Des événements ponctuels, tels que la collaboration avec d'autres associations de l'UTC à l'instar de Japon'UTC qui apporterait un plus au niveau culturel pour l'association ou même des événements professionnels (Invités, auteurs, ...) pourraient être de bons vecteurs d'attraction. L'on peut aussi prendre en compte les événements culturels en dehors de l'association, comme la semaine du développement durable, et organiser des projections en lien avec ce contexte.

Un concours de courts-métrages, avec remise de prix et cérémonie attenante, pourrait voir le jour grâce au riche vivier UTCéen avec l'UV AV01 et l'association de production audiovisuelle SSP. Pourquoi pas une exposition des archives d'affiches, souvent plébiscitées, ou encore des sorties cinéma organisées au Majestic.

De nouvelles idées



14

Pour maintenir cet intérêt situationnel et **fidéliser** les personnes venues pour une séance, deux axes forts émergent.

Nous proposons tout d'abord de programmer des films par thèmes ou cycles sur plusieurs séances afin d'encourager un retour des spectateurs. Ces thèmes peuvent avoir trait à des pays, des réalisateurs, des acteurs, des thématiques ou problématiques sociales ou actuelles, n'importe quel sujet particulier. Ainsi, la séance ne concerne plus qu'un seul film mais s'inscrit dans un contexte plus global.

De même, dans l'idée de fidéliser, des cartes de fidélité existent déjà et permettent d'obtenir des stickers après remplissage. Une plus-value est sans doute possible au niveau des collectibles ou goodies proposés par le biais de cette carte qui est peu mise en valeur. Une suggestion possible est d'offrir, à la place ou en plus des stickers (par exemple pour plus de séances visionnées), des affiches des films Ciném'UTC qui sont utilisées pour la communication. Obtenir des objets à collectionner peut constituer un attrait fort pour le public étudiant.

De nouvelles idées

La vagabonde



Implication

Encouragement
d'intérêt personnel

Notes et avis après séance

Processus interactif de choix de film

Stimulation individuelle/collective

Challenges

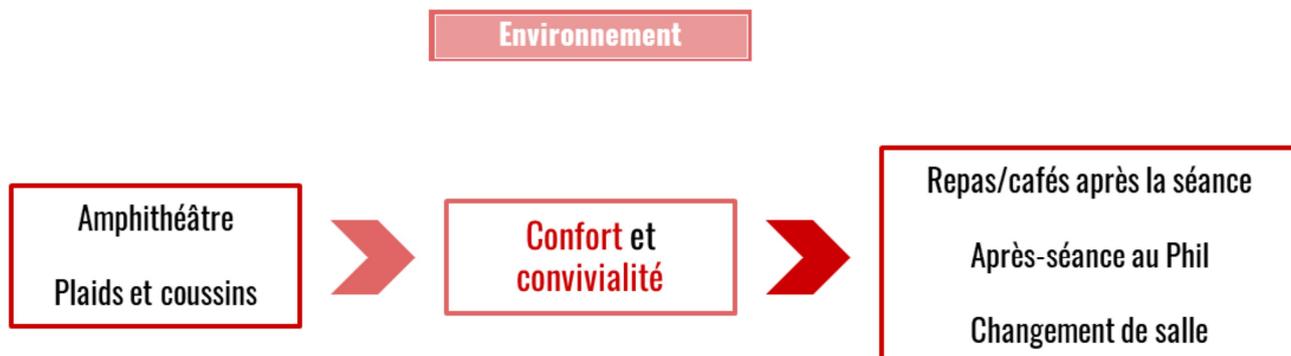
Etudiants étrangers

Les solutions **d'Implication** visent à encourager l'intérêt personnel du spectateur. Elles incluent différentes suggestions qui impliquent d'inviter les spectateurs à être acteurs du fonctionnement et de la communication de l'association - sans pour autant compromettre sa mission de découverte et partage culturel - ou de prendre part à une ludification des séances.

Par exemple, on pourrait mettre en valeur les retours spectateurs issus des débats d'après-séance en publiant le lendemain des projections des notes et avis collectifs. Une autre idée est de rendre le processus de choix de film plus interactif, avec des choix multiples ou une "séance du public" au cours du semestre avec un vote de la communauté UTCéenne. Pourquoi pas inclure la riche communauté internationale de l'UTC avec la participation d'étudiants étrangers venant présenter des films de leur pays ?

Les solutions de ludification permettent de faire du spectateur un participant. Cela peut s'exprimer à travers des jeux, des quiz, des challenges liés aux séances - et des lots à gagner qui prolongeraient aussi l'impact des collectibles dans les solutions de Fidélisation.

De nouvelles idées



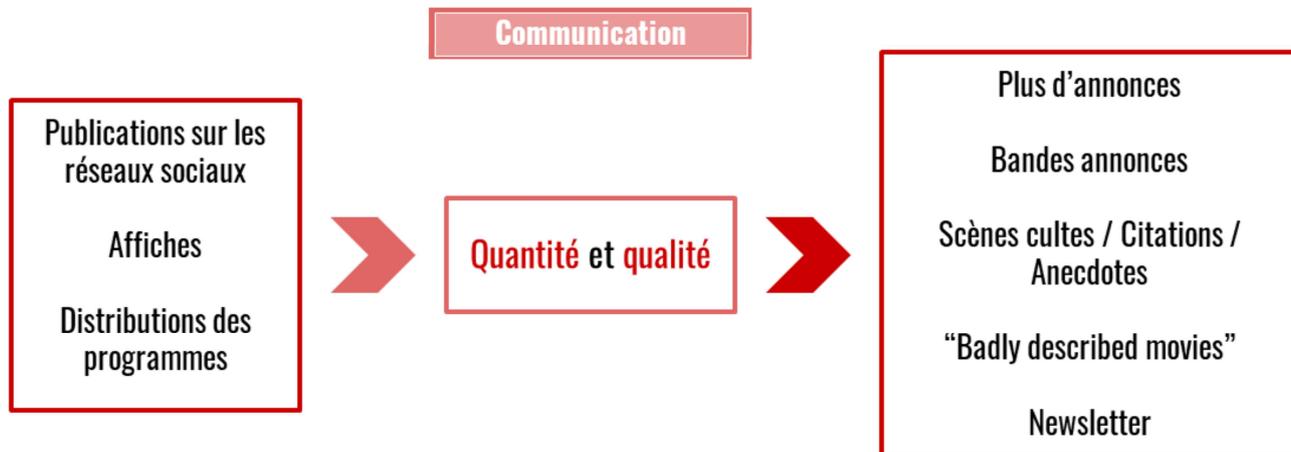
16

En termes **d'environnement**, les salles de projection actuellement utilisées sont des amphithéâtres de Benjamin Franklin, plus précisément FA205. Pour réduire l'inconfort, des plaids et coussins sont proposés aux spectateurs.

Afin d'améliorer l'environnement d'activité de Ciném'UTC, on peut chercher à augmenter le confort et la convivialité de l'environnement actuel. Puisque l'aspect "communauté étudiante" n'est actuellement pas très développé, il pourrait être intéressant de proposer des après-séances, par exemple au Phil, ou des repas/café pour que les spectateurs prennent le temps de faire connaissance, discuter entre eux et de passer un moment agréable. Cela pourrait également pallier la peur d'assister seul à une séance en tissant des liens.

Bien que peu probable, on pourrait également envisager un changement de salle. En effet, les amphithéâtres étant affiliés aux cours et n'étant pas très confortables, ils peuvent jouer sur l'impression de convivialité et induire des rapports hiérarchiques entre spectateurs et association ; dans le même temps, ils peuvent accueillir de nombreux spectateurs et sont construits de façon semblable aux salles de cinéma. Il y a donc là une tension.

De nouvelles idées



17

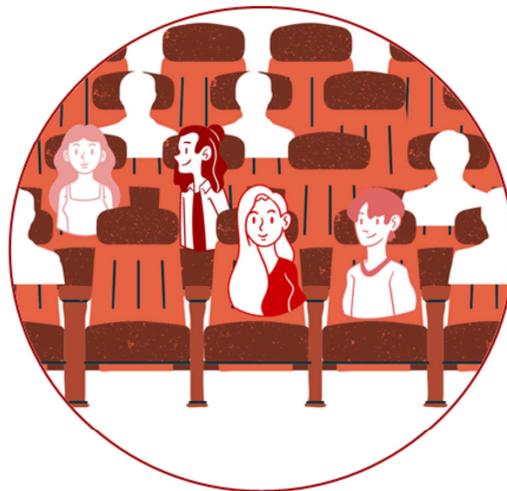
De même que pour l'environnement, des améliorations peuvent être apportées à la **communication** mise en place.

Des publications sur les réseaux sociaux sont actuellement faites un ou deux jours seulement avant les projections. Des affiches sont disposées dans sur les tableaux d'affichages des bâtiments de Benjamin Franklin. Enfin, les membres de l'association distribuent des programmes en début de semestre lors de la "Journée des Associations" (JDA) et en début de séance afin d'annoncer les films à venir.

La quantité et la qualité des annonces pourrait donc être reconsidérée. Des annonces plus fréquentes et plus en avant des séances, avec des formes diverses et variées, sont recommandées. Ces formes peuvent inclure la diffusion de bandes annonces, plus conviviales tout en préparant le spectateur à ce qu'il serait amené à voir. De la même manière, on pourrait imaginer des posts contenant des scènes cultes, des citations ou encore des anecdotes (fun facts). Cela permettrait aux spectateurs de lier ce qu'ils ont déjà pu croiser avec le film dont cela provient et ainsi créer un intérêt par la découverte et l'explication. Le responsable de communication pourrait également proposer des concepts de type "badly described movies", une manière humoristique de faire deviner le film qui sera projeté en une ou deux phrases. Enfin, il pourrait être intéressant de remettre en place une newsletter afin de tenir au courant, ceux qui le souhaitent, du déroulement du semestre.

Conclusion

- Création d'une communauté
- Satisfaction du public
- Partage de la passion du cinéma
- Courbe de fréquentation
- Moyenne de spectateurs



Nous avons, à travers cette étude, déterminé les axes à challenger, et les critères importants auxquels il faut répondre pour améliorer l'activité de l'association Ciném'UTC. Nous souhaitons avant toute chose que l'association Ciném'UTC puisse apporter une réelle valeur ajoutée sur le plan communautaire, au même titre que d'autres associations, de manière à être en adéquation avec les valeurs de la vie étudiante au sein de la communauté UTCéenne, tout en maintenant sa vocation culturelle riche et unique au sein du catalogue associatif.

Une véritable démarche de création et entretien d'intérêt reste à mener, et des critères comme la satisfaction du public (mesurée par exemple avec des questionnaires post-séance qui serviront de retours d'expérience), ou le taux de participation aux débats, nous permettront de voir si le partage de la passion du cinéma se déroule comme attendu. Le plan quantitatif devrait suivre l'impact qualitatif, et si les trois premiers points sont respectés, alors nous souhaitons naturellement voir plus d'étudiants aux séances ainsi que plus d'étudiants réguliers.

Y-a-t-il un spectateur dans la salle ? **Et comment !**

