

Cahier des charges Études de cas

LA COMPAGNIE EN DÉCALÉ

Commanditaire du projet : Loïc Labaste, directeur – fondateur de la compagnie EN DECALE

1. Contexte : Un théâtre "tout terrain" et populaire

La compagnie s'inscrit dans une tradition de **théâtre populaire et itinérant**, se revendiquant explicitement de l'héritage de Molière.

- **Diversité des formes (les "6C") :** Elle ne se cantonne pas à un seul style mais explore six univers différents :
 - Cabaret (spectacles de variété et shows).
 - Création contemporaine (pièces originales et engagées).
 - Conte jeunesse (spectacles pour enfants).
 - Comédie musicale (inspirée de Broadway).
 - Classique revisité (réinterprétation de textes du répertoire).
 - Comédie de boulevard (divertissement grand public).
- **Implantation et mobilité :** Très active dans le Sud-Ouest (Bordeaux, Nérac, Landes) mais aussi capable de tourner nationally (Auxerre, etc.), elle propose des expériences immersives aussi bien en intérieur qu'en plein air.

La Compagnie en Décalé est une structure de spectacle vivant fondée autour d'une ambition de diffusion large, populaire et accessible du théâtre et des arts de la scène.

- **Identité :** La compagnie se distingue par une programmation pluridisciplinaire articulée autour de « 6C » : Cabaret, Création contemporaine, Conte jeunesse, Comédie musicale, Classique revisité et Comédie de boulevard.
- **Tournée & diffusion :** Elle déploie son activité en tournée à travers de nombreuses villes, avec une implantation en Nouvelle-Aquitaine et une diffusion nationale dans des théâtres, salles municipales, scènes indépendantes et dispositifs hors les murs.
- **Mission artistique :** Elle défend un théâtre « populaire » au sens noble, cherchant à toucher tous les publics, notamment les plus jeunes, les zones rurales et les spectateurs éloignés des institutions culturelles.

• **Vision** : Inspirée de la tradition de la troupe itinérante, la compagnie revendique une posture joyeuse, décalée, immersive et généreuse — « pour faire vibrer les cœurs, il faut faire vibrer les planches ».

2. Enjeux stratégiques

Les objectifs de la Compagnie En Décalé s'articulent autour de l'accessibilité et de l'animation du territoire :

- **L'accessibilité culturelle (Zone rurale)** : L'un des enjeux majeurs est de porter l'art là où il est parfois moins présent, notamment en zone rurale, pour briser l'isolement culturel.
- **Le renouvellement des publics** : Elle mise sur l'interdisciplinarité pour toucher des spectateurs qui ne vont pas forcément au théâtre traditionnellement. L'enjeu est de "toucher les plus jeunes spectateurs" pour assurer la pérennité de l'art vivant.
- **Le rayonnement territorial** : Par des actions ciblées, la compagnie cherche à promouvoir la création locale et à créer un lien direct entre les artistes et les habitants d'une région.
- **L'éclectisme comme vecteur d'émotion** : En mélangeant les genres (du cabaret au classique), l'enjeu est de surprendre le public ("être une compagnie déroutante") et de proposer un divertissement exigeant mais toujours accessible.

En résumé

La **Compagnie En Décalé** évolue dans un contexte de démocratisation culturelle. Son enjeu principal est de **désacraliser le théâtre** tout en maintenant une exigence artistique forte, afin de "faire vibrer les cœurs" d'un public le plus large possible, quel que soit son âge ou sa situation géographique.

Dans ce contexte, la compagnie cherche aujourd'hui :

- Gagner en notoriété
- Valoriser son actualité théâtrale du moment
en donnant une priorité à la dernière création de Loïc, The Valentin Show ;
tout en défendant l'activité de création singulière de la Cie, autour des 6C
notamment...
- Développer son activité : envisager des tournées...
- Augmenter le trafic et la fréquentation des spectacles proposés

La compagnie répond à plusieurs enjeux culturels et structurels :

A. Enjeu de diffusion : Accroître la visibilité auprès des programmeurs, scènes, collectivités et réseaux de tournées.

B. Enjeu d'accessibilité : Rendre le spectacle vivant accessible à des publics variés (jeunes, familles, zones rurales, néophytes).

C. Enjeu de notoriété : Mieux se positionner dans un paysage culturel très concurrentiel où les troupes doivent se distinguer par leur identité, leur ton et leur proposition artistique.

D. Enjeu de médiation : Expliquer, contextualiser et rendre intelligible le projet artistique (notamment pour des publics scolaires, jeunes ou non-initiés).

E. Enjeu territorial : Valoriser l'ancrage en Nouvelle-Aquitaine tout en assumant l'extension nationale des tournées.

Dans ce cadre, la Compagnie en Décalé souhaite :

- **Renforcer sa notoriété et sa lisibilité** auprès des professionnels et du grand public
- **Valoriser sa programmation et ses formats « 6C »**
- **Accroître sa communauté et ses réseaux** (programmeurs, partenaires culturels, publics)
- **Développer ses tournées** et multiplier les opportunités de diffusion
- **Donner envie** tout simplement — car la conversion en billetterie repose aussi sur le désir

3. Objectifs de l'étude

Proposition d'Accompagnement Stratégique : Loïc Labaste & sa compagnie EN DECALE

1. Audit et Diagnostic de la Communication Digitale

- **Analyse de l'écosystème numérique** : Évaluation de la visibilité et de l'image de marque de la compagnie.
- **Audit d'image (Personal Branding)** : Analyse de la présence digitale et de la notoriété de Loïc Labaste, en tant que comédien et metteur en scène.

2. Analyse de Positionnement et Ancrage Territorial

- **Étude d'implantation** : Analyse de l'ancrage de la compagnie au sein de la région Nouvelle-Aquitaine.
- **Identité et Singularité** : Identification des marqueurs forts de l'univers artistique de Loïc Labaste.
- **Analyse Concurrentielle** : Étude de positionnement pour optimiser la différenciation dans un paysage culturel dense.

3. Recommandations Stratégiques

- **Développement et rayonnement** : Définition de leviers pour accroître la notoriété de la compagnie.
- **Stratégie de fréquentation** : Plan d'action pour la conquête et la fidélisation des publics.

Focus Événementiel : Festival « La Scène en moi » (Édition 2026)

Dans le cadre du lancement de ce premier festival de "seul en scène" à Bordeaux, l'analyse se concentrera sur les axes suivants :

- **Bilan de l'existant** : Analyse critique des actions de communication menées lors de la première édition et évaluation de leur impact.
- **Optimisation de la stratégie** : Identification des axes d'amélioration et préconisations opérationnelles.
- **Perspectives et développement stratégique**
 - Étude de viabilité pour une seconde édition (Année 2).
 - Réflexion sur l'évolution de la ligne éditoriale et du concept (événement ponctuel vs rendez-vous pérenne).

4. Livrables attendus

- Diagnostic complet
- Benchmark sectoriel
- Recommandations stratégiques
- Positionnement & storytelling
- Plan de communication
- Calendrier éditorial type
- Budget prévisionnel

Vos ressources :

- <https://endecale.com>
- <https://www.youtube.com/@CompagnieEND%C3%89CAL%C3%89>
- <https://www.facebook.com/endecale40>
- <https://www.instagram.com/compagnieendecale/>
- Documents de présentation de l'entreprise, ...
- Accès aux statistiques du site web et des réseaux sociaux (si disponibles)
- Entretien avec les responsables de l'entreprise