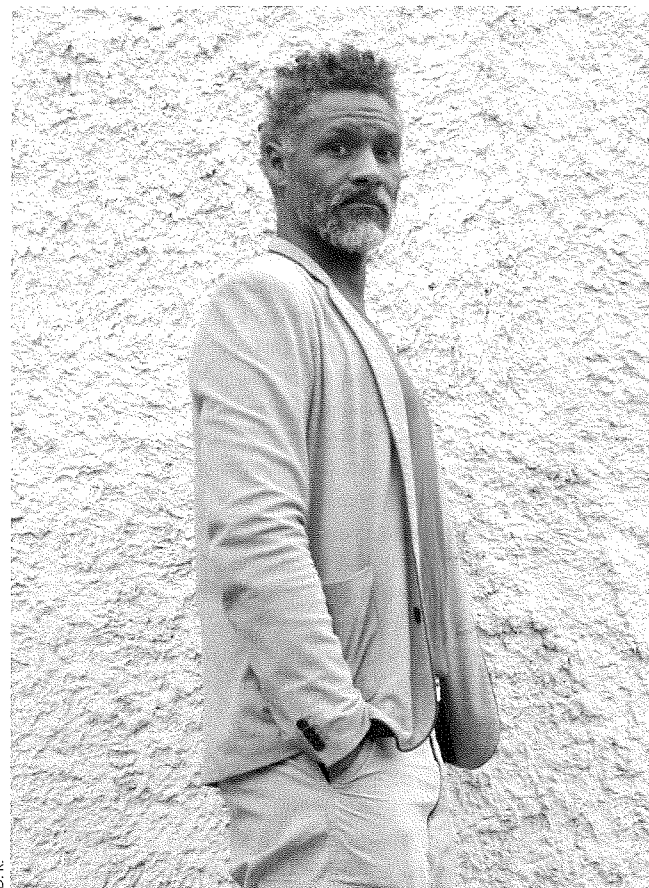


Le Festival d'Avignon dématématialise sa billetterie

La manifestation opte cette année pour des billets sur mobiles ou à imprimer soi-même en plus des traditionnels tickets. Avec des contraintes fortes.



Fabrice Xavier, responsable de la billetterie et de l'accueil du public du Festival d'Avignon «Nous souhaitons analyser les données de billetterie obtenues, pour mieux cibler nos offres.»

Les billets dits dématématialisés sont déjà utilisés par de nombreux festivals et salles de spectacle, dans les domaines sportifs, ferroviaire ou aérien. Les spectateurs du 71^e Festival d'Avignon ne devraient donc pas être trop déçus par la proposition d'imprimer chez eux leurs billets ou de les télécharger sur leur téléphone mobile. Virginie de Crozé, directrice de la communication et des relations avec le public, constate : «Lors du changement de direction du festival, nous avons souhaité prendre en compte les nouveaux usages des spectateurs, notamment en termes de billetterie. Cela participe d'un chantier plus vaste consacré au numérique.» Les traditionnelles files d'acheteurs au cloître Saint-Louis ou attendes au téléphone pourront donc être évitées par le spectateur en créant un compte sur le site Internet de la manifestation (date de naissance et coordonnées postales non obligatoires), puis en réservant sur ce même site, avant d'obtenir ses billets sur son téléphone mobile ou de les imprimer lui-même. Les canaux «historiques» de ventes que sont le cloître, la boutique du festival, les lieux de spectacle, la FNAC d'Avignon et l'achat par téléphone subsistent.

Festival atypique

L'hiver dernier, le Festival d'Avignon a migré sa solution de billetterie vers celle l'entreprise Ressources. Un cahier des charges avait été défini par le Festival d'Avignon. «Une des conditions importantes : la confidentialité des données des spectateurs. Cela n'empêchera pas la gestion de la relation client, mais nous sommes détenteurs

de nos contacts», explique Virginie de Crozé. Parmi les autres contraintes de ce festival atypique : gérer à la fois la billetterie d'un événement éphémère et celle d'un équipement fonctionnant toute l'année (la FabricA), équiper une trentaine de lieux à ciel ouvert ou fermés qui ne sont souvent pas des théâtres, une quinzaine de lieux pour un spectacle itinérant, un contrôle d'accès souvent en extérieur avec une forte luminosité, la vente de places jusqu'en dernière minute...

Difficultés

Cette année, tous les billets comporteront un code-barres et seront scannés à l'entrée des lieux, quel que soit leur format et leur canal de distribution. Les personnels d'accueil, soit 120 personnes, utiliseront une cinquantaine de PDA pour scanner ces billets. Douze salles seront numérotées, contre quatre en 2016, ce qui pourrait inciter certains spectateurs à arriver un peu plus tard, sachant qu'ils ont une place attirée qui leur est réservée. Les difficultés seront surtout d'ordre opérationnel selon Bruno Wucher, PDG de Ressources : «Le contrôle des billets sur téléphones mobiles se fera souvent en extérieur, avec des problèmes de luminosité et de contre-jour. Le matériel informatique résistera-t-il à la chaleur ? Il peut parfois faire 50° dans une guérite.» À cela s'ajoutent les problèmes classiques liés aux billets sur mobiles ou imprimés à la maison : écrans cassés, téléphones à court de batterie, problèmes d'impression ou encre qui coule à cause de la pluie.

Bases de données

Fabrice Xavier, responsable opérationnel de la billetterie et de l'accueil du public, confie : «Des listes sur papier peuvent être utilisées et nous pourrions rééditer des billets sur place sur présentation d'une pièce d'identité par le spectateur.» Ne souhaitant pas donner le coût de cette solution logicielle et de l'équipement, il ajoute : «La masse salariale ne devrait pas baisser. Si le travail va diminuer en termes de vente de billetterie, il va augmenter en termes de contrôle d'accès.» Les équipes de vente ont été formées pendant une semaine, celles d'accueil durant une journée et demie. «Le public pourra récupérer ses billets plus facilement. De notre côté, nous souhaitons analyser les données obtenues afin de mieux connaître nos spectateurs, de mieux cibler nos offres et de mieux accompagner les compagnies», livre Fabrice Xavier. Le festival table sur 30 à 50% de billets dématématialisés vendus dès cette année. NICOLAS DAMBRE



Bruno Wucher, PDG de Ressources

«Nous avons dû nous adapter à la multiplicité des lieux»

Quelles sont les spécificités du Festival d'Avignon en matière de billetterie ?

C'est un événement très spécifique, avec un grand nombre de lieux, la plupart ne sont pas des théâtres, certains sont en extérieur. C'est pourquoi l'appel d'offres lancé par le festival début 2016 s'est déroulé en plusieurs temps : d'abord une description générale de leurs besoins, puis le déplacement des candidats sur l'édition 2016 pour voir les modes opératoires et les contraintes liées à cet événement.

Il y avait quelques similitudes avec notre équipement pour Mons 2015, capitale européenne de la culture, avec une cinquantaine de lieux, et en outre une grande diversité des activités (spectacle vivant, muséographie, arts de la rue...).

Quel type de code-barres a été choisi ?

Nous utilisons un QR code, c'est-à-dire un code barres 2D plus permissif qu'un code barres classique : il permet la redondance de l'information et n'oblige pas à avoir une géométrie aussi parfaite que pour un code barres 1D, qui doit être imprimé à une échelle de 100%.

Quelles sont les difficultés liées à cette manifestation ?

J'en vois deux. La première est de changer le mode de travail des équipes, habituées depuis de nombreuses années à une gestion semi-manuelle de la billetterie. De nouveaux modes de travail ont été mis au point et devront être rodés. La seconde difficulté est qu'il s'agit d'un événement éphémère, qui utilise des espaces dont il n'a pas la maîtrise intégrale (notamment réseaux électriques ou Internet). Nous avons prévu pratiquement tous les problèmes qui pourraient survenir. Comme le festival souhaite pouvoir émettre des billets jusqu'au tout dernier moment, il faut donc qu'il y ait un réseau permettant à tous les matériels de se connecter entre eux. Dans la majorité des lieux, ce matériel devra être monté et démonté tous les jours, car il ne pourra pas rester sur la voie publique, avec à chaque fois des risques d'erreurs ou de pannes.