

L'art de la communication au Centquatre

Entrevue avec Flore Bonafé

Passionnée par les arts visuels, Flore Bonafé est directrice de la communication au [CENTQUATRE-Paris](#) depuis janvier 2022. Nous avons eu l'occasion de découvrir sa carrière rythmée par les arts du spectacle. Dans cette interview, Flore partage sa vision de la communication et ses envies de réunir différents publics autour de l'art.

Nous lui donnons la parole pour découvrir son parcours et son univers...



- **Bonjour Flore, pouvez-vous nous présenter votre parcours ?**

Je m'appelle [Flore Bonafé](#), je travaille au CENTQUATRE-Paris depuis un an au poste de directrice de la communication.

Juste avant cette prise de poste, j'ai travaillé pendant cinq ans au [Centre Dramatique National de Montreuil](#) en tant que responsable de la communication puis directrice de la communication et de la presse.

Si je remonte dans le temps, j'ai été au [Centre Dramatique National d'Orléans](#), dirigé par Arthur Nauzyciel, au poste de chargée de communication. Et encore avant, je travaillais à [La Colline - théâtre national](#) en tant que chargée de relation avec le public, pendant une saison. Enfin, j'ai fait mes études à Science Po Toulouse.

- **Jusqu'à maintenant, vous avez fait toute votre carrière dans le spectacle vivant, qu'est-ce qui vous a amenée à changer de milieu ?**

Lorsque j'étais étudiante, je voulais travailler dans la culture, c'était acquis. En revanche, le domaine de la communication n'était au début pas évident. Durant mon année de césure à Sciences Po, j'ai effectué différents stages :

- *un stage durant 6 mois au Mexique pour un festival qui est un festival un peu comme le Centquatre avec une programmation assez globale autour de l'art visuel, art vivant, cirque ou encore lieu de vie.*
- *un stage au Centre Pompidou*
- *un stage au Théâtre National de Toulouse.*

Globalement, j'hésitais beaucoup entre tous ces secteurs. Mon but était de travailler dans la culture selon ce que je trouvais : presse, relations publiques, communication. Dès lors, ce sont plutôt les opportunités professionnelles qui ont progressivement dessiné le champ culturel dans lequel je me suis orientée. J'ai effectué mon stage de fin d'études au Théâtre National de la Colline, plutôt du côté de la presse. Après, un poste s'est naturellement déclenché à la Colline en remplacement de congé

maternité. J'ai ensuite cherché mon premier CDI à l'issue de cette expérience-là sur un poste de chargée des relations avec les publics, que j'ai trouvé à Orléans dans un CDN. Le début de ma carrière s'est un peu fait comme ça mais j'ai toujours eu envie de retourner du côté des institutions muséales ou des galeries : le Centquatre est donc l'idéal puisque je n'ai pas quitté le spectacle vivant et j'ai rejoint les arts visuels.



- Comment êtes-vous arrivée au 104 ? Avez-vous saisi une opportunité particulière ?

Ça fait 15 ans que j'habite à Paris, dans le 19ème arrondissement, et que je fréquente ce lieu. Je venais quasiment tous les week-end : c'était vraiment un rêve de travailler ici un jour puisque je trouve le projet génial.

Dans les institutions que j'ai fréquentées précédemment, le public était souvent le même, âgé de 25 à 40 ans, et les jeunes venaient seulement dans l'enceinte du scolaire. L'entrée dans l'âge adulte et la vie professionnelle faisait qu'on perdait toute cette catégorie de gens. De plus, les publics n'étaient pas diversifiés : des gens blancs et un public plutôt féminin. Je trouve que toutes ces institutions peinent à renouveler leur public. Et, pour moi la grande force du Centquatre réside dans la diversité : c'est un

lieu implanté dans un quartier très mélangé qui n'est pas "un îlot bobo" mais bien un lieu de vie au sein du quartier. Lorsque je venais les week-ends, j'étais fascinée par la fréquentation où tout le quartier vient et se sent dans ce lieu comme chez lui. Je crois que je ne connais pas d'autres lieux en France ayant réussi cette prouesse. Rien que pour cette raison, j'avais envie de travailler ici. Je trouve également que la programmation de spectacle vivant comme celle d'art visuel reste très exigeante et digne des plus grands musées et lieux de théâtre à Paris. Pour autant, on a vraiment des salles mélangées, ce qui était pour moi un objectif.

Quand le poste s'est libéré, au vu de la personne qui l'occupait avant, j'y suis allée en me disant : "ça ne va pas fonctionner mais je le tente parce que ce genre de poste ne s'ouvre pas si souvent et ça serait dommage de passer à côté". Et ça a fonctionné donc parfois il faut oser parce qu'ils cherchaient un profil assez différent de la personne qui était en poste avant. Je suis tombée pile dans le bon créneau et ça a fonctionné !

- Comment s'organise le pôle communication au Centquatre ? Quel est votre rôle au sein de la communication ?

En comparaison avec les autres lieux (même des théâtres nationaux) dans lesquels j'ai travaillé où nous étions plutôt 3 à 4 personnes, au Centquatre c'est un gros service : nous sommes huit personnes.

Il y a trois grands pôles assez classiques : le print, la presse et le web. Pour chaque pôle, il y a un.e responsable. Plus précisément :

- *la responsable presse travaille avec une alternante.*
- *le responsable de la communication numérique travaille avec un chargé de communication numérique et un alternant.*
- *au pôle print, la responsable de communication s'occupe d'une chargée de communication print et il y a un graphiste qui est un électron libre pour toute la structure avec qui je suis en lien direct.*

Concernant mon rôle, dans la théorie je suis surtout en lien avec chaque responsable de pôle. Dans la pratique, je suis en échange constant avec tout le monde. Par exemple, le chargé de communication numérique s'occupe de la partie community management. Dans ce cas-là, je suis en lien direct avec le chargé de communication numérique, en bonne intelligence avec son responsable, qui lui a d'autres préoccupations.

Globalement, on peut dire qu'on travaille tous.ensemble main dans la main : que la personne soit chargée ou responsable, il n'y a pas de différence, la hiérarchie est un peu éclatée quand on est huit à traiter des sujets transverses.

Malgré cela, il reste important chaque semaine, avec les responsables de pôle, de se réunir pour discuter plus en hauteur des enjeux de développement. A ce moment-là, nous sommes moins dans la partie "opérationnelle" que lors de nos interactions avec les chargés de missions, les alternants ou les stagiaires.

- **Comment faites-vous pour toucher tout type de public ? Est-ce que certains publics sont compliqués à attirer et à fidéliser ?** *puisque c'est quand même un des enjeux majeurs des lieux culturels*

C'est toujours difficile ! Même si aujourd'hui ça semble l'être, le fait qu'il y ait tellement de gens différents qui viennent ici ne se fait pas naturellement : c'est le fruit d'un gros travail mené conjointement avec le service des relations avec les publics, qui travaillent le champ associatif avec des étudiants. Le maillage territorial fonctionne bien puisqu'on a des équipes dédiées pour ça, ce qui est la force des lieux publics par rapport au privé. Ayant été moi-même chargée des relations avec les publics à La Colline, travailler en transversalité avec eux est quelque chose qui m'intéresse. On s'adresse au territoire et pour ça, à la communication nous avons un rôle. On essaie toujours d'avoir un vrai regard sur quelqu'un qui ne connaîtrait pas la structure, qui l'appréhende mais qui n'est pas un spécialiste ou qui ne fréquente pas les lieux culturels habituellement. Notre préoccupation constante est de faire preuve de pédagogie, de déployer des outils qui soient compréhensibles par tous.tes pour que les personnes soient sensibles à cette communication et se sentent inclus.



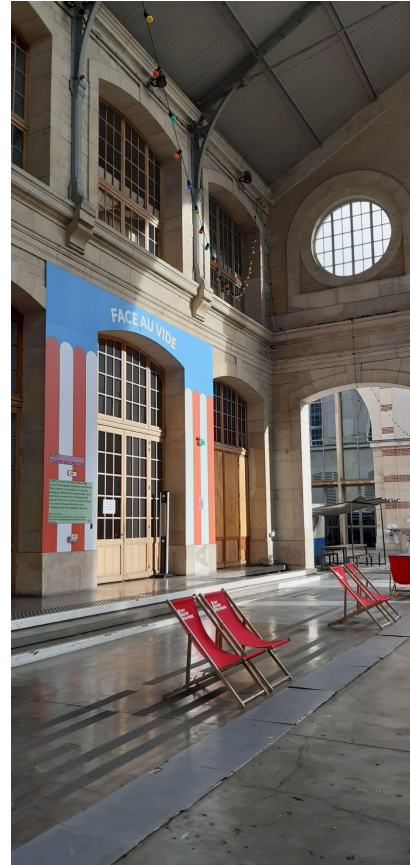
- **Y-a-t-il un travail particulier de fait avec les influenceurs sur les réseaux sociaux ?**

Oui ! C'est une chose nouvelle aussi qu'on a fait beaucoup sur la FAC (Foire Art Contemporain) et c'est intéressant le web et la presse travaillent ensemble parce que là c'est à la frontière mais c'est vrai que les influenceurs on a commencé à les considérer comme des journalistes ou en tout cas comme des personnes prescriptrices de contenus.

On leur envoie un message sur Instagram en leur demandant s'ils souhaitent venir visiter l'exposition. Lorsqu'ils répondent, on réajuste notre communication auprès d'eux et sur la FAC ça a très bien fonctionné. Comme il y a des œuvres culinaires, on a aussi contacté des influenceurs gastronomiques, l'influenceuse [@hungryconsti](#) est venue et sa vidéo a fait plus d'un million de vues. On avait un peu des doutes sur l'opportunité de la démarche mais sa vidéo a dépassé les scores qu'elle fait habituellement sur d'autres recommandations gastronomiques et elle-même en a été surprise.

L'exposition FAC bat vraiment tous les records de fréquentation. On le sait parce qu'on a un tarif jeune et on peut savoir combien de jeunes (moins de 30 ans) sont venus et en l'occurrence ça représente 35 à 40% des billets vendus sur la FAC. Et, je pense que ce travail mené avec les influenceurs a été bénéfique.

On s'est lancés sur TikTok et on a fait des flops parce que nous ne sommes pas bons sur la production de contenus notamment sur TikTok. On a donc fait venir des influenceurs TikTok et ils nous taguaient sur leurs vidéos : on existait en les relayant et ça a fonctionné. Il faut être présent sur ce réseau là pour pour que le lieu existe et qu'on puisse être identifiés. Concernant les influenceurs Instagram je les accueille exactement comme les journalistes donc ils reçoivent des invitations ; je leur fais visiter l'exposition, je leur donne un dossier de presse. Si l'on veut aussi que les termes employés soient les bons qu'ils soient aussi à l'aise pour parler des œuvres, pas que de l'expérience et bien il faut leur donner de la matière donc quand ils sont là moi je veille vraiment à ce qu'il y ait un accompagnement sur place comme pour n'importe quel journaliste.



- **Quelles sont les différences d'enjeux entre le 104 et le dernier poste que vous avez occupé au Centre Dramatique National de Montreuil ?**

Tout d'abord, ce sont des lieux qui sont très différents. J'ai toujours travaillé dans des lieux comme les théâtres nationaux ou les centres dramatiques nationaux dirigés par des artistes, ce qui n'est pas le cas du Centquatre. De ce fait, travailler en lien direct avec un artiste c'est toujours ce que j'ai trouvé intéressant dans le dialogue ou l'inventivité, par rapport aux éléments de communication. Au Centquatre, José Manuel (le fondateur du lieu) est un programmateur : il s'occupe de toute la programmation. Le rapport n'est absolument pas le même puisque c'est lui qui est en lien avec les artistes et nous sommes en lien avec lui. En termes de communication, je trouve que ça fait déjà une grande différence.

Ensuite, le gros enjeu pour moi, c'est évidemment les arts visuels parce que la dernière fois que j'y ai été confrontée c'était au Centre Pompidou, il y a 15 ans en tant que stagiaire. Autant vous dire, ce n'était pas tout à fait la même chose. Et, faire de la communication pour des expositions a été une difficulté, il a fallu apprendre en pratiquant et adopter des réflexes. Enfin, la grosse différence est d'avoir un lieu qui est si éclaté parce que je parle des arts visuels mais le Centquatre c'est aussi un incubateur (14 entreprises qui travaillent dans les industries culturelles et créatives) et un service d'ingénierie culturelle pour lesquels nous gérons aussi la communication.

Nous souhaitons exprimer un grand merci à Flore pour avoir partagé avec nous ses différentes expériences professionnelles ainsi que son quotidien et pour nous avoir fait visiter ce lieu si particulier qu'est le Centquatre !

[Léna Duverneuil](#): cheffe de projet événementiel & animation de communauté chez Refugee Food.

[Morgane Quesnot](#): chargée de mission d'éducation au numérique à la Fondation CGénial.