

Charlotte Louveau

Clémentine Pince

ETUDE DE CAS

LE POINT VIRGULE

L2 Médiation culturelle

Parcours Théâtre

Sommaire

Acte I *Le Point Virgule ; une drôle d'histoire*

Acte I - Scène I	Présentation	Page 3
Acte I - Scène II	Historique	Page 4
Acte I - Scène III	Le directeur	Page 5
Acte I - Scène IV	L'équipe	Page 6

Acte II *Le Point Virgule a le sens de l'humour*

Acte II - Scène I	La programmation	Page 8
Acte II - Scène II	Le public	Page 9
Acte II - Scène III	La fidélisation	Page 10
Acte II - Scène IV	La médiation culturelle	Page 11

Acte III *Le Point Virgule joue la comédie*

Acte III - Scène I	La communication	Page 13
Acte III - Scène II	Les partenaires	Page 14
Acte III - Scène III	Le financement	Page 15
Acte III - Scène IV	L'expansion	Page 16

Conclusion		Page 17
------------	--	---------

Acte I

Le Point Virgule ; une drôle d'histoire

Le Point Virgule est un célèbre Café-théâtre spécialisé dans l'humour. Il est notamment devenu emblématique grâce aux artistes qui y ont fait leurs premiers pas. Le lieu tient aussi sa réputation d'une équipe de professionnels dynamique et passionnée. Pour mieux comprendre la place qu'il a pu prendre dans le paysage culturel et humoristique parisien, il s'agit d'abord de faire toute la lumière sur sa "drôle d'histoire".



Le Point Virgule est un célèbre Café-théâtre situé au cœur de Paris, dans le quartier du Marais (quatrième arrondissement) au 7, rue Sainte Croix de la Bretonnerie.

C'est un petit théâtre privé d'une centaine de places devenu lieu incontournable de la scène humoristique française.

Depuis 2005, *Le Point Virgule* est sous la direction de Jean Marc Dumontet, un personnage important de l'entreprenariat culturel à Paris. Véritable tremplin artistique, le théâtre a vu émerger de nombreux artistes de talent tels que Pierre Palmade, Elie Kakou, Laurent Ruquier, Stéphane Guillon, Anne Roumanoff ou encore Florence Foresti. La programmation y est incroyablement riche et variée ; jusqu'à six spectacles par jour et ceci tout au long de l'année, sept jours sur sept.

Par ailleurs, *Le Point Virgule* a fait la une de l'actualité culturelle parisienne de la rentrée, notamment avec l'inauguration du *Grand Point Virgule* en octobre 2012.

L'idée du *Point Virgule* voit le jour en 1975 à l'initiative de Martin Lamotte et Gérard Lanvin. Avec un groupe d'amis comédiens, ils transforment l'ancienne menuiserie du quartier du Marais pour y créer le théâtre qui sera d'abord baptisé "*La veuve Pichard*".

Le 24 avril 1978, ils passent la main à Christian Varini lui aussi comédien ; c'est la naissance du *Point Virgule*. Ce dernier crée notamment le plateau "*Trempoint*", une scène consacrée à la découverte de nouveaux humoristes. Toujours d'actualité, le "*Trempoint*" continue d'attirer, chaque samedi, des spectateurs curieux en quête de rire. A la disparition de Christian Varini en 1993, Marie Caroline Burnat qui collaborait avec lui depuis plusieurs années, hérite de la direction du théâtre. *Le Point Virgule* prend durablement ses marques et devient un lieu incontournable du paysage humoristique parisien.

En 2005, Jean Marc Dumontet reprend la direction du théâtre. En 2008, pour fêter ses trente ans, il crée l'évènement "*Le Point Virgule fait l'Olympia*" à l'occasion duquel se produisent de nombreux humoristes, essentiellement découverts au *Point Virgule*. Désormais, chaque printemps, l'expérience est renouvelée, inscrivant toujours plus le théâtre dans la notoriété et la pérennité. Dans un souci d'accompagnement des artistes, le directeur ouvre également *Le Grand Point Virgule* en octobre 2012. Avec une plus grande capacité d'accueil, les deux salles qui le composent devront permettre de proposer aux comédiens qui se sont fait un nom au *Point Virgule* de continuer l'aventure devant un plus grand nombre de spectateurs.

Aujourd'hui, le théâtre profite de l'intérêt grandissant du grand public pour l'humour et le stand up pour mettre d'autant plus ses artistes en avant.



Jean Marc Dumontet assure depuis 2005 la direction de celle qu'il aime appeler "*la plus petite des grandes salles parisiennes*".

C'est aussi le directeur de *Bobino*, du *Théâtre Antoine* (en association avec Laurent Ruquier), des *Folies-Bergère*, acquit en 2011 avec le groupe Lagardère et du *Grand Point Virgule* tout juste inauguré.

Né en 1966, Jean Marc Dumontet est d'origine bordelaise. Ancien journaliste et homme d'affaires, il monte une société de production en 1993. En 1998, il devient notamment le producteur de Nicolas Canteloup, Alex Lutz et Ben. Il produit aussi les *Fugueuses*, une pièce avec Muriel Robin et Line Renaud. Diffusée en direct sur *France 2* en janvier 2008, l'audience bat des records avec près de huit millions de téléspectateurs.

Pour les trente ans du *Point Virgule*, Jean Marc Dumontet crée l'évènement "*Le Point Virgule fait l'Olympia*" qui va s'inscrire durablement dans l'agenda culturel parisien puisqu'il est désormais un rendez-vous annuel majeur de la scène humoristique. En octobre 2012, comme si rien ne pouvait l'arrêter, ni la crise, ni la concurrence grandissante, ni même la gestion de quatre théâtres à la fois, il en inaugure un cinquième dans le quartier de Montparnasse : *Le Grand Point Virgule*.

Alors qu'on pourrait le prendre pour un businessman inconditionnel, on comprend qu'il cherche en fait à "rentabiliser" avec du spectacle grand public ("*Après le 20 heures, c'est Canteloup !*", "*Le Point Virgule fait l'Olympia*") pour ensuite pouvoir se permettre une programmation plus libre et plus indépendante en parallèle. Finalement, c'est peut-être un équilibre à trouver entre "têtes d'affiches" et prises de risque lorsqu'il s'agit de gérer un théâtre privé.

Voici les fonctions et les noms des principaux membres de l'équipe faisant fonctionner le théâtre :

- Direction générale et artistique : Antoinette Colin
- Assistant de direction et Responsable billetterie : François Schmit
- Responsable de la communication et des partenariats : Jessie Varin
- Responsable de la commercialisation : Kim Poignant
- Le théâtre emploie aussi des ouvreuses, des régisseurs et accueille des stagiaires.

Lorsqu'on interroge les membres de l'équipe du théâtre sur l'ambiance générale de travail et la qualité de la relation qu'ils entretiennent, tous sont unanimes : *"nous sommes une grande famille"*. L'un d'eux explique que ceux qui les quittent finissent toujours par revenir donner un coup de main.

De même, les artistes du *Point Virgule* devenus célèbres viennent faire des représentations "exceptionnelles" lorsqu'ils sont de passage à Paris, comme un juste retour à l'envoyeur. Les spectateurs s'accordent à dire que la convivialité du lieu est notamment assurée par un *"accueil chaleureux"*, des *"ouvreuses passionnées"* et une *"équipe attachante"*.

Le dynamisme de l'équipe participe donc grandement à la fidélisation du public du théâtre et ainsi à la pérennisation du lieu, aujourd'hui fortement ancré dans l'univers culturel parisien. Par ailleurs, la petitesse de la salle crée une réelle proximité entre le public et les comédiens, à tel point qu'un habitué du théâtre confie qu'il n'est pas rare d'aller boire un verre avec les artistes à la fin des spectacles. Une véritable communauté du *Point Virgule* s'est constituée.

Acte II

Le Point Virgule a le sens de l'humour

Le Point Virgule s'inscrit dans le paysage culturel comme un véritable révélateur de talents. Nombreux sont les humoristes aujourd'hui célèbres à avoir fait leur première scène dans ce théâtre. C'est le public et sa fidélité qui ont ensuite porté ces artistes au sommet. Dans ce contexte, on peut effectivement dire que *Le Point Virgule* a le "sens de l'humour" ; il sait dénicher des humoristes à fort potentiel qui vont plaire à un large public.

Acte II – Scène I La programmation du *Point Virgule*

Avec jusqu'à six représentations par jour, plus de quinze productions par semaine et une moyenne de 160 spectacles par an, *Le Point Virgule* est présent au quotidien dans l'agenda culturel parisien. Une présence dans l'esprit des spectateurs qui a un réel impact sur leur fréquentation et leur fidélisation.

Spécialisé dans l'humour, *Le Point Virgule* a choisi depuis déjà longtemps d'exploiter la formule du Café-théâtre dans le choix de sa programmation. Le format d'une heure est privilégié pour les spectacles, permettant ainsi aux spectateurs d'assister à deux ou trois représentations à la suite. La quantité de spectateurs se veut restreinte afin de créer une ambiance intimiste. Le Café-théâtre doit être un lieu de liberté dans lequel les artistes peuvent s'inventer, et où la proximité avec le public est sa principale caractéristique.

Sans oublier que les Cafés-théâtres donnent à voir un théâtre populaire à vocation comique, dont le succès semble aller au-delà des classes sociales. *"L'humour ne révolutionne pas nécessairement la vie des spectateurs mais ils sont certains de passer un bon moment, une ou deux heures de détente garanties. Aujourd'hui, le consommateur veut être certain de ne pas se tromper. L'humour est une promesse simple et efficace"*, estime Jean Marc Dumontet, maître des lieux.

Au *Point Virgule*, il y en a pour tous les goûts et tous les âges, la programmation n'a en effet rien d'élitiste, elle se revendique même plutôt populaire. On peut assister à un one man show pour adultes, à des spectacles pour enfants, des scènes découvertes ou encore des matchs d'improvisation. Le projet artistique du théâtre est de faire découvrir de jeunes humoristes en leur donnant la possibilité de se produire sur une scène, devant un public.

Le grand nombre de spectacles proposé ne doit pas être au détriment d'une certaine exigence artistique : au *Point Virgule*, les artistes sont choisis lors d'auditions qui se déroulent dans différentes salles parisiennes. *"Nous restons très ouverts, la sélection est le fruit d'une réflexion collective, je ne crois pas à la révélation suprême, à la météorite"*, souligne Jean-Marc Dumontet.

Au *Point Virgule*, on y vient parfois sans savoir ce qu'on va y voir et d'autres fois, on préfère choisir un artiste en particulier. Aucun type de public n'est ciblé, on a pu notamment le constater précédemment avec la richesse de la programmation proposée.

Lorsqu'on interroge les spectateurs eux-mêmes, il en ressort que le théâtre pratique des tarifs abordables, que le choix des spectacles est vaste, que le confort est définitivement limité (petites banquettes dans un espace déjà restreint), mais que le plus souvent, la qualité des représentations prend le dessus sur ce petit désagrément.

Le public est celui qui façonne la réputation d'un théâtre et des artistes qui s'y produisent, il paraît donc essentiel de le satisfaire. En ce sens, *Le Point Virgule* marque des points grâce à une politique de prix accessibles et une programmation variée de qualité. Toutefois, l'inconfort des sièges reste un point faible, Jean Marc Dumontet explique que *"le public est toujours mal assis et va continuer à l'être car c'est ce qui fait le charme du Point Virgule."*

Au delà de la satisfaction d'un public le plus large possible, la fidélisation va constituer un aspect tout aussi essentiel de la politique menée par le théâtre en matière de public.

D'après un membre de la direction, la plupart du temps, un spectateur qui a été séduit par un spectacle du *Point Virgule*, revient pour en découvrir un autre. Le théâtre n'est d'ailleurs pas en reste en ce qui concerne la politique de fidélisation du public.

L'équipe tient effectivement à jour un fichier de plus de 55 000 adresses e-mails de spectateurs fidèles, un chiffre particulièrement élevé pour un théâtre de cette taille. Cette gigantesque base de données permet au *Point Virgule* de diffuser sa programmation par newsletter numérique, de tenir informé son public, de rester en contact et ainsi de pérenniser la relation.

Par ailleurs, il existe une carte d'abonnement pour six spectacles valable à vie et sept jours sur sept pour deux personnes. Le théâtre propose aussi un système de forfait à la soirée pour deux ou trois représentations. Enfin, chaque année pour Noël, un dispositif de billet cadeau est mis en place.

Il semble que la politique de fidélisation du théâtre soit efficace, notamment lorsqu'on constate que chaque printemps, lors de l'évènement "*Le Point Virgule fait l'Olympia*", 95,61% du public est "labélisé" *Point Virgule*.

La mise en place d'actions de médiation culturelle devient de plus en plus un aspect incontournable de l'organisation d'un lieu à vocation culturelle. Il s'agit de rendre la culture accessible à tous et d'accompagner le spectateur dans son approche de l'art.

En soi, *Le Point Virgule* n'en n'a pas fait une priorité puisqu'il n'y a pas de discussion ni de débat organisés à la suite des représentations. Les spectateurs peuvent cependant rencontrer les comédiens dans la rue à la fin de leur spectacle s'ils le désirent.

Cela dit, il paraît important de souligner que le théâtre dispose d'un accès handicapé et en ce sens le théâtre ouvre la culture à tous. Dans l'optique d'un certain éveil culturel, *Le Point Virgule* invite aussi des scolaires à assister aux différents spectacles.

Le théâtre a donc encore des choses à faire dans ce sens là, surtout s'il veut renforcer la proximité entre le public et les artistes, si chère à ses yeux. La médiation culturelle doit effectivement permettre de créer une relation particulière entre le public, le théâtre et ses artistes.

Acte III

Le Point Virgule joue la comédie

Le Point Virgule est un théâtre privé qui ne dépend donc pas de subvention de l'Etat pour fonctionner : ce sont d'autres sources de revenus qui le finance. En ce sens, on peut dire que *Le Point Virgule* "joue la comédie" ou en tout cas, "joue le jeu" notamment avec ses partenaires et ses financeurs, afin de mieux garantir sa pérennisation. Par ailleurs, son désir d'ouverture et ses actions de communication montrent son acceptation des règles du jeu inhérentes à la survie d'un théâtre.

Acte III – Scène I La communication du *Point Virgule*

Afin de remplir les banquettes du théâtre, de lui assurer une certaine notoriété et de lui donner une image correspondant aux valeurs qu'il défend, la responsable de la communication, Jessie Varin dispose d'une multitude d'outils.

Les actions de communication mises en place sont effectivement multiples. Il y a d'abord les affiches (métro, bus, colonnes Morris...) et les flyers pour les spectacles. Ensuite, une bonne partie du travail concerne les relations avec la presse et le public. Internet prend désormais aussi une grande place en communication, il faut générer du trafic sur le site du théâtre, avoir une présence sur les réseaux sociaux, diffuser la newsletter et référencer les différents spectacles programmés.

Le Point Virgule est l'un des trois Cafés-théâtres du triangle d'or du Marais, avec le *Café de la Gare* et le *Théâtre des Blancs-Manteaux*. Il s'agit donc par ailleurs de surveiller la concurrence, afin de s'adapter et d'anticiper en fonction. Enfin, c'est vieux comme le monde, mais le théâtre profite aussi du bouche à oreilles qui rapporte toujours son lot de nouveaux spectateurs.

La communication sur les différents spectacles l'emporte sur une communication plus institutionnelle car comme l'explique Jessie Varin : *"plus on parle des artistes plus on parle de nous. Ce sont eux qui sont l'essence même du Point."*

Acte III – Scène II Les partenaires du *Point Virgule*

Le Point Virgule travaille en étroite collaboration avec divers partenaires afin d'assurer un véritable relais de l'actualité du lieu. C'est d'ailleurs un aspect de la communication essentielle à la bonne marche d'un théâtre.

Parmi ses partenaires, le théâtre compte principalement des revendeurs (Fnac, Billet réduc, Ticketac...) des privés, des groupes, des municipalités et des médias (Rire & chansons, Comédie, Europe 1...). La relation entretenue avec eux est de qualité d'après la responsable de la communication et des partenariats.

Les partenaires du théâtre permettent notamment de diffuser la programmation et ainsi de profiter d'un rayonnement plus large. Plus ses partenaires sont prestigieux, plus un théâtre conforte sa place dans le paysage culturel. D'une certaine manière, à partir du moment où il est reconnu par certaines marques, entreprises ou institutions, il gagne en légitimité.

Le Point Virgule accorde donc une attention toute particulière à l'entretien de ses relations avec ses différents partenaires. Chacun doit pouvoir tirer parti de cette relation pour qu'elle puisse être préservée dans de bonnes conditions.

Acte III – Scène III *Le financement du Point Virgule*

La question du financement du *Point Virgule* est confidentielle mais on peut déjà dire que le théâtre est privé, il est donc essentiellement financé par les recettes des spectacles.

Le modèle économique des théâtres privés est ainsi caractérisé par sa grande vulnérabilité face aux risques pris à chaque nouveau spectacle proposé. Jean Marc Dumontet explique : *"Je ne me sens que chef d'entreprise, avec une obligation de rentabilité permanente."* Le théâtre est d'ailleurs rentable puisque actuellement bénéficiaire. Pour respecter cette obligation de rentabilité, la répartition du budget est mûrement réfléchi, notamment en ce qui concerne le choix de la programmation. En effet, il faut dénicher les artistes qui vont avoir du succès afin d'obtenir la garantie que le public sera au rendez-vous. Il s'agit aussi de trouver un juste équilibre entre originalité et "tête d'affiches". En ce sens, *Le Point Virgule* n'est pas trop inquiété puisque le genre humoristique ne cesse de prendre de l'ampleur en ces temps de crise (peut-être aussi parce qu'il ne coûte pas très cher à produire). De plus, la programmation de qualité et le public fidélisé ont un véritable impact sur la fréquentation du théâtre.

Et enfin, il ne faut pas omettre que *Le Point Virgule* profite depuis plusieurs années d'une notoriété et d'une renommée incontestable dans le paysage humoristique et culturel parisien. Pour financer, rentabiliser et pérenniser le théâtre, Jean Marc Dumontet explique aussi l'intérêt de multiplier le nombre de représentations à la journée. Augmenter et varier le nombre de spectacles permet à la fois d'occuper le théâtre, mais aussi, de compenser un éventuel échec. Par ailleurs, il loue régulièrement le lieu à des collectivités ou des comités d'entreprises auxquels il propose diverses prestations (dîner-spectacle, "Virgule apéritive", plateau d'humoristes...).

Jean Marc Dumontet se définit ainsi comme un *"entrepreneur de la culture"* soucieux de pérenniser son *"temple de l'humour"* tout en proposant des tarifs attractifs à ses spectateurs. Il manie visiblement bien l'art de la programmation puisque chaque année, près de 110 000 spectateurs payants applaudissent jusqu'à six artistes par jour au *Point Virgule*.

Depuis l'arrivée de Jean Marc Dumontet, l'âme du *Point Virgule* s'exporte au-delà de ses propres murs. Différentes actions sont mises en place pour un meilleur accompagnement des jeunes artistes, dans la continuité de la mission que poursuit le théâtre depuis des années.

En 2008, c'est d'abord *"Le Point Virgule fait l'Olympia"* qui est mis en place. Une douzaine d'artistes est réunie sur la scène mythique de l'Olympia pour une soirée 100% humour. *"La première fois, on nous a pris pour des fous, personne ne pensait qu'on ferait le plein !"* raconte Jean Marc Dumontet. *"On a fait 1100 entrées payantes sur les 2000 existantes. Là, on dépasse déjà les 1500."*

Après cette première expérience réussie à l'Olympia, l'évènement *"Le Point Virgule fait sa tournée"* apparaît presque comme une évidence. Il s'agit de proposer un plateau avec les coups de cœur artistiques du théâtre ainsi que les actuels et futurs grands de l'humour. Les artistes et *Le Point Virgule* peuvent ainsi profiter d'un rayonnement national. De plus, il s'agit pour le directeur de tirer un peu plus profit des comédiens qui ont déjà rencontré un vif succès au théâtre.

Enfin, en octobre 2012, *Le Grand Point Virgule* est inauguré dans le quartier de Montparnasse. C'est un ancien cinéma Gaumont que Jean Marc Dumontet a racheté il a quelques mois. Il est composé de deux salles de 222 et 430 places. Le directeur explique qu'avec *"les jauges plus fortes qu'offrira Le Grand Point Virgule de Montparnasse, nous pourrons mieux faire grandir les artistes. C'est l'occasion d'aller encore plus loin dans la mission d'accompagnement des jeunes talents, selon l'esprit du Point Virgule, pépinière d'humoristes depuis 37 ans"* et ajoute que *"pour un producteur, le pouvoir, c'est d'avoir des salles à disposition pour ses artistes, au moment où il faut."*

En d'autres termes, le Directeur cherche à garder les poulains qui ont franchi la première étape des 110 places du *Point Virgule*. Ceux-ci participent notamment à la renommée du théâtre et constituent par ailleurs un gage de succès, une garantie non négligeable pour le directeur d'un théâtre privé.

Conclusion

Le Point Virgule est donc un théâtre privé accompli. Ses point forts concernent sa localisation : en plein cœur de Paris dans le prestigieux quartier du Marais, sa programmation riche et diversifiée et ses tarifs accessibles. Néanmoins, le confort de la salle laisse à désirer bien que cela soit au profit d'une certaine proximité entre les spectateurs et les comédiens.

De plus, *Le Point Virgule* est un théâtre qui sait s'adapter à la fois à ses artistes et à son public, jonglant ainsi entre "têtes d'affiches" et création originale. Lorsque le talent d'un humoriste prend de l'ampleur, celui-ci peut désormais profiter d'un rayonnement plus large, notamment grâce à l'ouverture du *Grand Point Virgule*. Toutefois, on peut peut-être reprocher au théâtre de ne pas mettre suffisamment d'actions de médiation culturelle en place, ce qui lui permettrait de sensibiliser un peu plus son public et de renforcer encore la proximité entre public et artistes.

Enfin, le projet artistique du *Point Virgule* reste le même que celui poursuivi depuis sa création : révéler des talents à un public le plus large possible. La cohérence de la politique menée par le théâtre lui permet aujourd'hui de profiter d'une place de choix dans le paysage culturel et humoristique. La bonne gestion du lieu permet d'ailleurs d'assurer sa pérennisation et de continuer à proposer de nouvelles choses, toujours dans un objectif qualitatif. Il faudra tout de même garder un œil sur la concurrence grandissante en matière de one man show humoristique.

