



ATELIERS COMMUNICATION

CONTACT

Léane Bouvet, intervenante
leane.bouvet@gmail.com

Qui suis-je ?



Sciences Po Lyon

Master en management des actions culturelles



Associations étudiantes

Groupe de musique, comédie musicale etc.



Orchestre Dijon Bourgogne

Actions culturelles, création d'outils pédagogiques



Orchestre Départemental CMF 21

Communication, gestion billetterie, presse, mécénat



CMF Bourgogne

Communication, coordination, accompagnement





**Quelles sont vos attentes vis-à-vis
de ces ateliers ?**



ATELIER 1

Comprendre les enjeux et structurer sa communication



**Définir les
objectifs de sa
communication**



**Elaborer un
plan de
communication**



**Optimiser sa
présence sur les
différents réseaux**

Les 5 W + H



WHY

pourquoi



Objectifs



WHAT

quoi



Contenu



WHO

qui/pour qui



Cible



WHEN

quand



Planning



WHERE

où



Canal de
diffusion



HOW

comment



Format



**Qu'est-ce que c'est la
communication pour vous ?**



Objectifs et enjeux



- ✓ **Recruter des musicien.ne.s**
- ✓ **Attirer du public, renouveler son public**
- ✓ **Augmenter sa visibilité pour prétendre à de nouveaux financements**
- ✓ **Valoriser les activités de l'association et des musicien.ne.s**
- ✓ **Maintenir le lien avec le public et les adhérents**

Cibles



Adhérent.e.s



Potentiel.le.s musicien.ne.s



Financeurs, partenaires institutionnels



Potentiels financeurs



Public

Grand public : amateurs de spectacle vivant, évènement généraux

>> des personnes qui n'ont pas l'habitude de venir à des concerts mais qui peuvent être touchées par une bonne com.

Public curieux : habitants, public des évènements culturels, etc.

>> des personnes pas directement liées aux harmonies mais peuvent assister à un concert si l'occasion se présente.

Public éloigné

>> des personnes qui ne connaissent pas du tout et n'ont aucun lien.

Public amateur : musiciens, élèves, amateurs de concerts etc.

>> des personnes intéressées par la musique en général et qui peuvent facilement venir.

Coeur de cible : musiciens d'harmonie, famille, bénévoles, etc.

>> des personnes déjà engagées et impliquées.

Les publics

Les canaux de diffusion



Réseaux sociaux

Facebook
Instagram



Site internet

Via Opentalent



Réseau adhérents

Réseau CMF
départemental,
régional, national



Mailing interne

Liste des
adhérents,
bénévoles,
musiciens,
familles de
l'association



Mailing externe

Public déjà venu,
structures
culturelles du
territoire,
partenaires

Les canaux de diffusion



Affichage

Dans les structures, écoles de musique, dans les collectivités (affichage libre, abri bus etc.)



Tractage

Sur les marchés, autres évènements, concerts



Stratégie évènementielle

Loto, marchés de saison, flashmob fêtes locales



Bouche-à-oreille

Proches extérieurs à l'association, public venu sur une précédente date

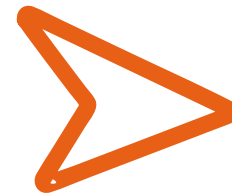
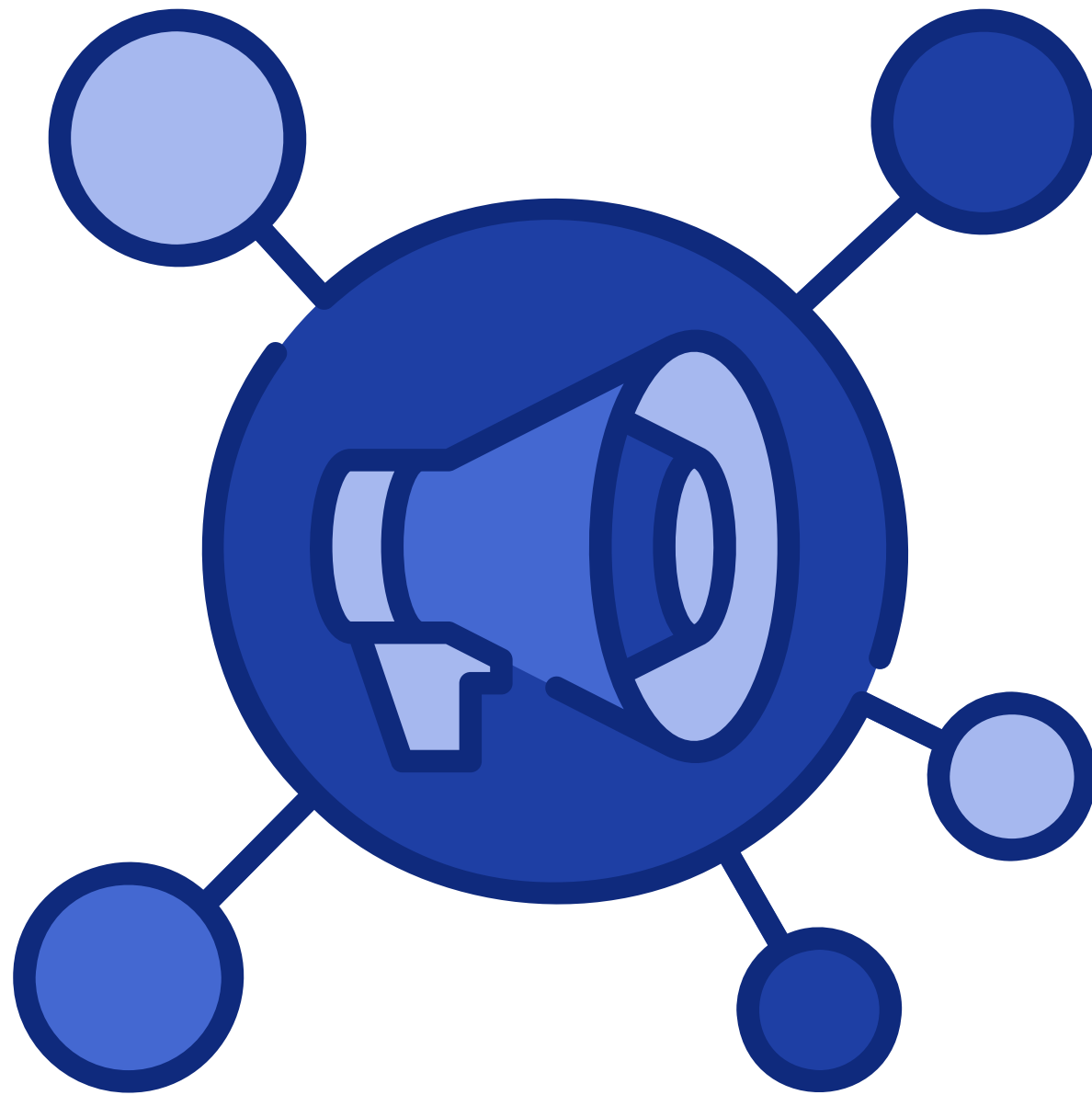


Presse

Agendas culturels en ligne, agendas des collectivités

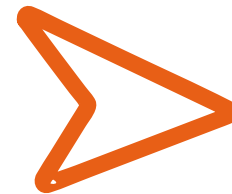
Les canaux de diffusion

Qu'est-ce que ça implique d'avoir plusieurs canaux de diffusion différents ?



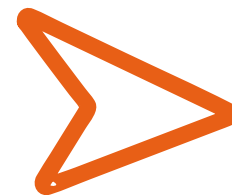
Formats et supports

Photos, vidéos, documents écrits, visuels



Tons et contenus

Plus ou moins formel, humoristique, pédagogique, vendeur etc.



Temporalités

Régularité (RS), one shot (agendas), deadlines (événements)



Investissements

Suivi, relances, régularité de publications etc.

Adapter le canal de diffusion à la cible



Coeur de cible

Objectif : Maintenir l'engagement et la fidélisation, informer et fédérer.

Mailing interne
Bouche-à-oreille
Réseau CMF
Réseaux sociaux



Public amateur

Objectif : Les fidéliser en les informant et en leur proposant du contenu attrayant.

Mailing externe
Site internet
Réseaux sociaux
Affichage



Public curieux

Objectif : Les séduire avec des événements attractifs et accessibles.

Stratégie événementielle
Affichage/tractage
Presse locale
Réseaux sociaux sponsorisés

Adapter le canal de diffusion à la cible



Grand public

Objectif : Leur faire découvrir la musique d'harmonie de manière accessible et ludique.

Stratégie événementielle

Presse locale

Mailing externe



Public éloigné

Objectif : Éveiller leur curiosité et les sensibiliser petit à petit.

Stratégie événementielle

Interventions médiations

Partenariats

Focus sur les réseaux sociaux

Pourquoi les réseaux sociaux sont essentiels dans votre communication ?



- ✓ **Créer un lien régulier**
- ✓ **Attirer de nouveaux publics**
- ✓ **Montrer une image dynamique et accessible**
- ✓ **Informé facilement et rapidement**

Les fondamentaux à connaître



Régularité > quantité

PLANNIFIER

Astuces : avoir des contenus liés aux moments forts (concerts) + des contenus type rubriques (portraits, témoignages, pédagogie etc.)



Varier les contenus

Photos, vidéos, annonces, moments de vie, interactions, portraits, pédagogie etc.



Comprendre l'algorithme

REGULARITE pour rester visible
ENGAGEMENT (like, commentaires, partages)

VISUEL de qualité pour être + mis en avant

INTERACTIVITE pour inciter à l'action (poser des questions, faire des jeux etc.)

Focus sur les réseaux sociaux

Les outils pour vous aider



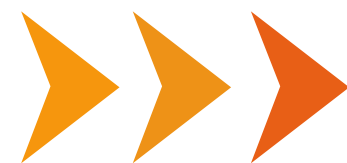
Outils pour planifier

Meta Business Suite (Facebook et Instagram)

Trello / Excel



Outils pour créer



Samedi 12 avril

Canva (version pro gratuite pour les assos)

Capcut/Youcut pour des montages vidéos

ChatGPT pour les textes

Le plan de communication



Objectifs



Cibles



Contenu



**Canaux de
diffusion**



Calendrier



Budget

Le plan de communication



Objectifs >>> WHY

Quels sont les objectifs de votre communication ?

Conseil : fixer des objectifs simples, réalistes et mesurables.



Cibles >>> WHO

A qui on parle ?

Conseil : Classer par ordre de priorité et adapter le ton et le canal de diffusion.

Le plan de communication



Contenus >> WHAT

Qu'est-ce qu'on va dire ?

Définir les messages clés, les types de contenus à produire.

Conseil : préparer une boîte à idée avec des contenus réutilisables



Canaux de diffusion >> WHERE

Où va-t-on diffuser ?

Choisir les bons canaux selon les cibles et les messages.

Conseil : ne pas vouloir être partout, 2 ou 3 canaux maîtrisés c'est bien !

Le plan de communication



Calendrier >>> WHEN

Quand va-t-on diffuser ?

Organiser la communication sur l'année ou par événement.

Conseil : avoir un calendrier pour anticiper la préparation des contenus.



Budget

Combien peut-on mettre dans la communication ?

(impressions, sponsorisation, encarts pub, prestations etc.)

Conseil : n'oubliez pas de l'intégrer au budget de votre projet ou de l'année.

Site internet

Dès le début pour servir de vitrine
Via Opentalent

Presse

Dossier de presse à M-1
Communiqué de presse à S-2



Calendrier

Agendas en ligne

Dès que la date est calée pour
être tranquille car peu importe

Affiche et annonce des dates

A adapter selon les enjeux de
remplissage si billetterie

Affichage/tractage

Pas trop tôt, max M-1
A adapter en fonction des
événements du territoire

Mailing interne et réseau CMF

Agenda Opentalent, voir avec
Jérôme à la CMF



Calendrier

Réseaux sociaux

1 x par mois en période "creuse"
1 x toutes les 2 ou 3 semaines à
l'approche du projet (M-3)

Sponsoring

Entre novembre et février (clôture
comptable)



Des questions ?



Cas pratique

Réaliser le plan de communication du ciné-concert organisé par l'Harmonie d'Auxonne il y a deux ans.

- Première partie : Paleface de Buster Keaton avec création originale de la bande son pour l'occasion.
- Deuxième partie : Musiques de film

Les répétitions ont commencé en septembre 2022 et les 4 concerts ont eu lieu en 2023 : Auxonne, Dijon, Pontailler, Brazey.

20 min

HARMONIE AUXONNE VAL-DE-SAÔNE

En partenariat avec Scènes Occupations

Ciné Concert

Première partie : *The Paleface* de Buster Keaton

Entrée gratuite - Participation libre

13 mai - 20H30 Auxonne Salle l'Empire	24 juin - 20H00 Dijon Jardins du département Festival Scènes Occupations	2 sept. - 21H00 Pontailler/Saône Parc de la mairie	16 sept. - 21H00 Brazey-en-plaine Parc Magnin
--	--	---	--

Deuxième partie



MINISTÈRE DE LA CULTURE
RÉGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE
Côte d'Or
Le Département
Ville d'Auxonne
C.A.P. Val de Saône
Crédit Mutuel
CÔTE D'OR
Logo of Scènes Occupations



OBJECTIFS

Quels objectifs on veut atteindre avec ce projet ?



PUBLICS CIBLES

A qui on s'adresse ?
(essayer de hiérarchiser)



CONTENUS

Quels messages, infos, formats on va diffuser ?
(donner un message + un support)



CANAUUX DE DIFFUSION

Par quels moyens on va diffuser ? (préciser selon les supports/contenus)



CALENDRIER

Quand publier ? (les grandes étapes)



BUDGET

Quelles dépenses prévoir ?

Les 5 W + H



WHY

pourquoi



Objectifs



WHAT

quoi



Contenu



WHO

qui/pour qui



Cible



WHEN

quand



Planning



WHERE

où



Canal de
diffusion



HOW

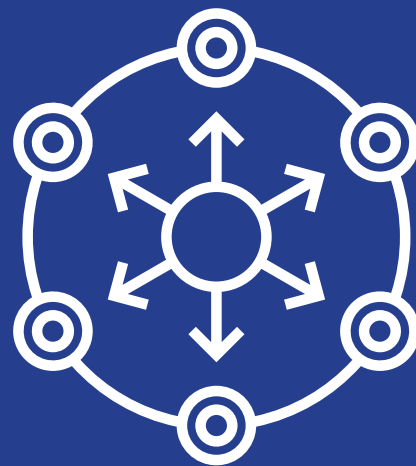
comment



Format

PROCHAIN ATELIER : 12 AVRIL

Créer du contenu efficace et attractif



**Diversifier les
supports, les
formats et les
contenus**



**Adapter les
textes selon
la cible et le
support**



**Concevoir des
supports visuels
attractifs**



ATELIERS COMMUNICATION

s a m e d i 5 a v r i l 2 0 2 5

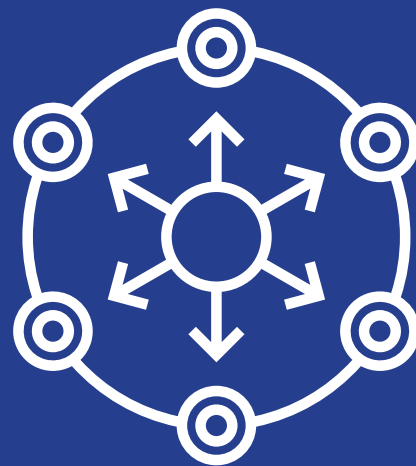
comprendre les enjeux et structurer sa communication

s a m e d i 1 2 a v r i l 2 0 2 5

créer du contenu efficace et attractif

ATELIER 2

Créer du contenu efficace et attractif



Diversifier les supports, les formats et les contenus



Adapter les textes selon la cible et le support



Concevoir des supports visuels attractifs

Rappel atelier 1 : les 5 W + H



WHY



Objectifs



WHAT



Contenu



WHO



Cible



WHEN



Planning



WHERE



Canal de
diffusion



HOW



Format

Les différents supports



Dossier de presse

Objectif : informer sur l'ensemble du projet

Cible : partenaires officiels, presse

Format : PDF de 4 à 6 pages

Contenu : présentation en détails, bios, photos, infos pratiques



Communiqué de presse

Objectif : annoncer un événement

Cible : presse

Format : PDF de 1 page

Contenu : titre accrocheur, les infos principales (5 W + H), contact



Dossier mécénat

Objectif : convaincre un partenaire potentiel

Cible : entreprises, collectivités

Format : PDF de 3 à 4 pages

Contenu : présentation, valeurs, contreparties, modalités

Les différents supports



Affiche

Objectif : attirer l'attention

Cible : public large, passants

Format : A3/A4 + web

Contenu : visuel fort et reconnaissable, date et lieux très visibles, logos, peu de texte



Flyer

Objectif : informer

Cible : public local, visiteur

Format : A5

Contenu : titre et visuel, infos pratiques, programme, QR code



Réseaux sociaux

Objectif : créer du lien, attirer, remercier etc.

Cible : public fidèle et potentiel

Format : carré, vertical, photos, vidéos

Contenu : visuel accrocheur, texte court et clair, storytelling, appel à l'action

Varier les types de contenus pour les réseaux sociaux

- Retours en images
- Témoignages
- Portraits de musiciens
- Présentation du projet
- Photos des coulisses
- Contenu pédagogique (“le saviez-vous”)

Cas pratique

Choisissez un de vos projets et essayez de lister les différents types de contenus que vous pourriez faire autour + le format que cela pourrait prendre.

Objectif : s'entraîner à tirer les différents fils autour de votre projet pour varier les contenus diffusés.

Les clés de la création d'un visuel

- ✓ Les couleurs
- ✓ Les polices d'écriture
- ✓ Les visuels, photos, éléments graphiques
- ✓ La répartition sur le support

➤➤➤ **Moins, c'est mieux** <<<

Les clés de la création d'un visuel

Molo sur les couleurs



Erreur fréquente : trop de couleurs qui ne vont pas ensemble



Solution : fond sobre + couleur forte, palette harmonieuse de max 3 couleurs, cohérence avec l'identité visuelle.



Utilisez un générateur de palette pour vous aider : <https://coolors.co>

Utilisez la pipette sur Canva pour récupérer une couleur.



Les clés de la création d'un visuel

Bien choisir les polices d'écriture



Erreur fréquente : mélanger trop de polices ou utiliser des polices trop fantaisistes



Solution : utiliser 2 polices max, une forte pour les titres une lisible pour le reste. Eviter polices trop manuscrites ou stylisées sauf si c'est intégré à un visuel.



Utilisez un générateur de police qui fonctionnent ensemble :
<https://fontjoy.com/>

FAUTEUIL j'peux pas, j'ai musique!

Samedi 29 juin 2024

Ecole de Musique de Puisaye-Forterre
20 bis rue de la Croix Saint-Germain, Toucy

10h/12h30 Portes ouvertes

12h30 Fête de fin d'année

Buvette et restauration sur place

essayer des instruments.
rencontrer des élèves.
parler aux professeurs.
se renseigner.
écouter de la musique.
se rafraîchir et manger.
se détendre...

Renseignements : 03 86 74 35 97 www.ecoledemusiquepulsaye.fr

Les clés de la création d'un visuel

Utiliser des visuels de qualité



Erreur fréquente : images de mauvaises qualité, mal découpées,



Solution : image HD ou illustration vectorielle, éviter les fonds trop chargés, ne pas hésiter à détourer les images.



Parfois le noir et blanc permet de parer une mauvaise qualité de photo

CONCERT 18 Nov 18 H
Grands Salons
Hôtel de Ville de Sens

L'Orchestre d'Harmonie
du Grand Sénonais

Entrée Libre

accueille

La Stadtmusik Lörrach

Tél: 07 83 49 67 02

contact@ohgs.fr Facebook.com/ohgs89 www.ohgs.fr

Les clés de la création d'un visuel

Hiérarchiser les informations



Erreur fréquente : tout mettre au même niveau, noyer les informations



Solution : utiliser des tailles de police différentes et des contrastes :

- Titre : très grand, très visible
- Infos pratiques : second plan
- Détails secondaires : en + petit

L'Orchestre d'Harmonie du Gâtinais en Bourgogne
vous invite

8 juin 2024
Saint Valérien

11h30 :
animation musicale
Place du marché

14h - 19h :
Concerts des
Orchestres d'harmonie
Stade

20h30 **Gymnase**
Concert symphonique de
"Orchestre du Nouveau Monde"
Première partie par les comédiens
Martin-Nicolas et Youssef Atmani

C'est gratuit
Réservez ici !


Ou au 0766770036
APRÈS 18h





Respecter le sens de lecture



Répartir harmonieusement et aligner les éléments entre eux





124ème congrès de la CONFÉDÉRATION MUSICALE DE FRANCE

24 AVRIL - 20H30

ORCHESTRE
DÉPARTEMENTAL
YONNE

--
BRASS BAND YONNE

25 AVRIL - 20H30

ORCHESTRE
D'HARMONIE DE LA
VILLE DE TONNERRE

26 AVRIL - 20H30

HARMONIE DU
CONSERVATOIRE
D'AUXERRE

--
HARMONIE D'AUXERRE

**jeu. 24 - sam. 26
AVRIL 2025**

THÉÂTRE D'AUXERRE

INFOS ET RÉSERVATIONS



mf CÔTE D'OR & A Cœur de Région PRÉSENTENT

EN 2024, 350 ARTISTES SUR SCÈNE
orchestre, chant, danse

WEST SIDE STORY

arrangeur
Clément Joubert

direction
Luc Bouhaben

mise en scène
Ismaël Gutierrez

23 mars	24 mars	7 avril	5 mai
Chevigny- Saint-Sauveur	Dole	Dijon	Chaumont

BILLETTERIE EN LIGNE → westsidestory2024.wixsite.com/my-site
ET SUR PLACE à Dole & Chaumont → 1 heure avant le spectacle

CONTACT
infos.westsidestory@gmail.com

Votre identité visuelle



- ✓ Utiliser les couleurs de votre logo
- ✓ Choisir 2 ou 3 polices d'écriture
- ✓ Avoir un stock de photos diverses (orchestre, instruments, chef, plans larges et plans serrés etc.)
- ✓ Avoir des éléments graphiques qui reviennent sur les visuels



Démarrer sur Canva

- ✓ **Canva Pro est gratuit pour les associations à but non lucratif**
- ✓ **Utiliser les formats adaptés au canal : affiche, publication FB, story etc.**
- ✓ **Utiliser les modèles déjà prêts pour partir d'une bonne structure**
- ✓ **Créer un kit de marque avec votre identité visuelle : logos, police, couleurs**
- ✓ **Dupliquer et redimensionner pour garder la mise en page**

Les clés d'un texte efficace



**aller à
l'essentiel**



**soigner
l'accroche**



**varier les
formulations**



**appel à
l'action**



**utiliser des
verbes d'action**

Comment s'aider de l'IA ?



- ✓ Trouver une accroche
- ✓ Résumer un texte trop long
- ✓ Adapter le ton (presse, mécènes, réseaux sociaux etc.)
- ✓ Rédiger un post facebook, un mail pour accompagner un CP etc.
- ✓ Trouver quelques idées de formats et contenus

Cas pratique



Créer une affiche

Choisir un projet futur de votre société musicale.
Commencer à créer l’affiche sur Canva en choisissant déjà le modèle, les couleurs, les polices et les infos à faire apparaître.

Préparer un texte

Pour accompagner la publication de l’affiche sur les réseaux sociaux.
Vous aider de l’IA pour ensuite adapter le texte de votre projet pour un mail à la presse ou à des mécènes..



Conclusion



Plannifier et structurer votre communication

- ✓ Répondre aux 6 questions (5 W + H) : quoi, qui, quand, où, pourquoi et comment
- ✓ Adapter les formats et supports selon la cible et les objectifs
- ✓ Plannifier votre communication pour anticiper la création des supports et rester régulier tout au long de l'année



Créer du contenu diversifié

- ✓ Différencier les types de supports, leurs objectifs et leur contenu
- ✓ Maintenir une cohérence entre votre projet artistique et votre communication
- ✓ Créer son identité visuelle et des modèles facilement réutilisables
- ✓ S'aider des outils Canva et l'IA pour créer des visuels et des textes variés