



RECOMM ANDATION STRATEGIQUE

SAE

MASCENE NATIONALE MONTBELIARD



COMMUNICATION 2024
SOUHAYL SEDIRA JONAS PHILLIPE GALLAT

ANNONCEUR:

- **L'annonceur :** "Ma Scène Nationale" est un centre culturel situé dans le Pays de Montbéliard, qui propose chaque année une programmation de spectacles diversifiée, allant du théâtre à la musique en passant par la danse et le cirque. Le centre culturel a été créé en 2005 à partir de la fusion de deux associations culturelles préexistantes, l'Ampli et la MALS. "Ma Scène Nationale" est soutenu financièrement par plusieurs collectivités locales et régionales, ainsi que par le Ministère de la Culture et de la Communication.
- **La distribution et la force de vente :** "Ma Scène Nationale" dispose de plusieurs salles de spectacle dans le Pays de Montbéliard, qui accueillent une large variété de spectacles tout au long de l'année. Le centre culturel vend ses billets en ligne, par téléphone, et sur place dans ses salles de spectacle. Il collabore également avec des distributeurs de billets en ligne pour toucher un public plus large.
- **La communication antérieure :** "Ma Scène Nationale" a mis en place des campagnes de communication variées par le passé, qui ont utilisé différents supports et canaux de communication, tels que le print, le web, les réseaux sociaux et les affichages publics. Les campagnes de communication antérieures étaient axées sur la promotion de la diversité culturelle de la programmation de spectacles proposée par "Ma Scène Nationale".
- **Les personnes concernées par la communication :** La cible de la communication de "Ma Scène Nationale" est large et diversifiée, allant des jeunes aux seniors, en passant par les familles et les groupes d'amis. Les acheteurs de billets sont les principales personnes concernées par la communication, mais la campagne doit également toucher un public plus large pour augmenter la notoriété du centre culturel et attirer de nouveaux visiteurs.

S



- Une grande variété de spectacles proposés dans différentes salles de la région.
- Une expérience et un savoir-faire dans l'organisation d'événements culturels.
- Une mission claire de promouvoir les arts vivants auprès de tous les publics.
- Une notoriété et une réputation dans la région.

W



- Une communication non présente sur tout les réseaux sociaux.
- Une certaine difficulté à toucher les publics les plus jeunes et les moins initiés aux arts vivants.
- Des moyens de communication limités et une concurrence croissante dans le domaine culturel.
- Des contraintes budgétaires importantes.

O



- Le développement de nouveaux moyens de communication (web, réseaux sociaux, etc.).
- La collaboration avec d'autres institutions culturelles pour offrir des événements plus diversifiés.
- L'organisation d'événements spécifiques pour toucher des publics plus larges.
- La mise en place de partenariats avec des entreprises locales pour obtenir un soutien financier.

T



- La concurrence d'autres institutions culturelles dans la région.
- Les contraintes budgétaires et les difficultés économiques qui pourraient limiter la participation aux événements culturels.
- Les changements dans les habitudes de consommation culturelle (streaming, télévision, etc.).
- Les contraintes liées à la pandémie de COVID-19 et les incertitudes quant à la reprise des événements culturels en présentiel.

2

3

PROBLÉMATIQUE:

La problématique de communication pour Ma Scène Nationale du Pays de Montbéliard pourrait être la suivante :

Comment renforcer la visibilité et l'attractivité de la Scène Nationale auprès d'un public plus large, notamment les jeunes et les non-initiés aux arts vivants, tout en prenant en compte les contraintes budgétaires et la concurrence croissante dans le domaine culturel, et en s'adaptant aux nouvelles habitudes de consommation culturelle, en particulier à la suite de la pandémie de COVID-19?

4

STRATEGIE DE COMMUNICATION:

La phrase clé pour Ma Scène Nationale du Pays de Montbéliard pourrait être la suivante :

"Entrez dans l'univers de l'art vivant avec notre Scène Nationale, où chaque spectacle est une expérience unique, empreinte d'humanité et de créativité, pour un public passionné et curieux de découvrir de nouveaux horizons."

5

STRATEGIE CREATIVE:

Pour la stratégie créative basée sur une **plante dans une boîte transparente symbolisant à la fois la modernité et la nature qui caractérisent l'environnement de Montbéliard**, je proposerais de mettre en avant l'idée que la programmation de Ma Scène Nationale du Pays de Montbéliard est **une source de vie et de renouveau culturel pour la ville, tout comme la plante est un symbole de vie et de croissance dans un environnement urbain**. Le choix iconographique s'articulerait autour d'une mise en scène élégante et minimaliste de la plante dans sa boîte transparente, sublimée par des jeux de lumière et des effets graphiques modernes, tels que des reflets ou des superpositions de textures.

Le concept créatif serait centré sur l'idée que chaque spectacle est un événement qui **transforme la vie culturelle de la ville, en la faisant évoluer et grandir, à l'image de la croissance de la plante**. On pourrait ainsi jouer sur les notions de **renouveau, de mouvement et de vitalité**, en associant l'image de la plante à celle des spectacles proposés. Une accroche forte, telle que "**Faites éclore votre curiosité**", pourrait renforcer cette idée et inciter les visiteurs à découvrir de nouvelles formes d'expression artistique, à la fois surprenantes et inspirantes.

En résumé, cette approche créative permettrait de **valoriser l'originalité de la programmation tout en créant une atmosphère élégante et moderne, en adéquation avec les valeurs humaines et artistiques portées par Ma Scène Nationale du Pays de Montbéliard**.

PLAN DE COMMUNICATION:

Notre élément central de communication sera un **programme sous forme de livre**, créé et conçu par nos soins. Ce livre contiendra notre visuel en page de couverture.

Plan de communication :

- Création du programme sous forme de livre** : Nous concevrons et rédigerons un programme sous forme de livre qui présentera notre saison 2024-2025. Nous y inclurons notre visuel de plante dans une boîte pour créer un impact visuel fort. Le livre sera distribué gratuitement dans des lieux stratégiques tels que les bibliothèques, les cafés, les écoles, les magasins de disques et les centres culturels.
- Campagne publicitaire** : Nous lancerons une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux pour toucher notre public cible. Nous utiliserons des visuels et des messages impactant pour susciter l'intérêt de notre audience. Nous allons également diffuser notre visuel sur les sites culturels et artistiques de la région.
- Partenariat avec des organisations culturelles et artistiques locales** : Nous établirons des partenariats avec des organisations culturelles et artistiques locales pour atteindre un public plus large. Nous pourrons également organiser des événements conjoints pour stimuler l'interaction avec notre public.
- Événements culturels** : Nous organiserons des événements culturels tels que des soirées de présentation de saison, des concerts, des performances de danse, du cirque, etc. Nous pourrons également organiser des ateliers d'initiation aux arts vivants pour toucher notre public cible.
- Mise en place d'une billetterie en ligne** : Nous mettrons en place une billetterie en ligne pour faciliter l'achat de billets par notre public. Nous veillerons à ce que le processus d'achat soit simple et efficace pour une expérience utilisateur optimale.

La personne

Stéphanie 40 ans,
Avocate Marié (2 enfant)
et vie en banlieue

Objectifs

Entend

Elle doit prendre conscience du côté intergénérationnel de la danse et que nos spectacles sont divertissants pour les grands comme pour les petits.

Ses besoins

envie de s'offrir une soirée agréable qui lui permettrait de se détendre et de se divertir
elle apprécie également les pièces qui mettent en valeur des talents artistiques, comme le jeu d'acteurs ou la mise en scène.

Pensées et émotions

Problèmes

Elle peut être réticente à réserver une soirée pour aller voir une pièce de théâtre, surtout si elle n'est pas certaine de la qualité ou de l'intérêt de la pièce.

Aspirations

Elle est intéressée par les pièces de théâtre qui abordent des thèmes sociaux ou politiques, qui peuvent l'amener à réfléchir sur des sujets importants tout en étant divertissantes.

Fait

a un intérêt pour les arts et la culture, mais elle a peu de temps libre pour en profiter en raison de ses responsabilités professionnelles et familiales.

Voit

Contenu (promotionnel également) sur Facebook et Twitter, vidéos, photos et texte

Dit

Parle à ses amies de ses expériences et partage exceptionnellement des évènements rares

8

Mise en avant de certaines valeurs :

Créativité
Artistique
Culturelle
Diversité de l'art
Beauté de la nature

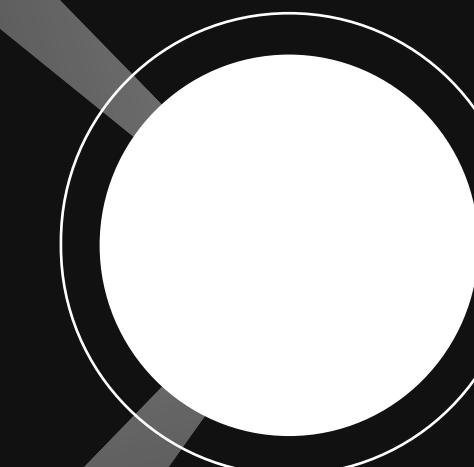
Via l'iconographie et la DA de la scène nationale

Post

Contenu (Facebook et Twitter)
vidéos - textuels - informatif

Photos et vidéos de la tournée/
coulisse
(Live Facebook + story & post)

Articles sur la DA et message du
spectacle
(blog et site culture) relayé sur nos
réseaux



Réservation simple et parcours adaptée
(lien du site - section réservation, depuis les réseaux sociaux et les publications)

Prix attractif

Pub - promotion - affiches (design moderne et original)

Explication claire sur le spectacle et son message (Articles et post informatifs)

Archives des coulisses - fonctionnement de la troupe