

PLAN DE COMMUNICATION ET CHARTE ÉDITORIALE



SOMMAIRE

PLAN DE COMMUNICATION

1. [Contexte](#)
2. [Objectifs](#)
 - 2.1 [Objectifs stratégiques](#)
 - 2.2 [Objectifs de communication](#)
3. [Axe de communication principal](#)
4. [Messages](#)
5. [Parties prenantes / cibles](#)
6. [Stratégies et moyens](#)
7. [Calendrier prévisionnel](#)

CHARTE ÉDITORIALE

1. [Ligne éditoriale](#)
2. [Objectifs](#)
3. [Positionnement général](#)
4. [Formats éditoriaux](#)
5. [Thématisques de contenu](#)
6. [Tons et styles](#)
7. [Fréquence de publication](#)
8. [Composition d'un article](#)
9. [Iconographie](#)
10. [Ressources utiles](#)
11. [Précaution juridique](#)

PLAN DE COMMUNICATION

1. Contexte

Notre projet d'application a été imaginé à la suite du constat que l'art est considéré comme difficile d'accès. La plupart des personnes, et principalement celles qui ne vivent pas dans de grandes villes, considèrent que l'art est peu accessible et pensent qu'il est réservé à une certaine partie de la population.

Notre solution, qui est le but général de notre application, est de montrer aux utilisateurs que l'art est en réalité présent partout.

Nous souhaitons améliorer l'accès à l'art en réunissant dans une même application toutes les activités qui touchent à l'art. C'est-à-dire les musées, expositions, vernissages, ateliers, ou encore les formations professionnalisantes. Les utilisateurs pourront aussi acheter du matériel de création de marques partenaires à travers l'application.

Ce concept d'application permet de simplifier l'organisation de sorties en famille, entre amis ou encore pour les sorties scolaires.

Nous voulons aider les jeunes à avoir un accès simplifié à l'art et à la culture, ainsi que l'aider à trouver des formations scolaires qui pourraient l'intéresser.

De plus, pour les étudiants, des réductions pourront être proposées sur les produits vendus afin de les aider à avoir du matériel de qualité pour travailler.

Notre solution pour montrer que l'art n'est pas réservé à certaines personnes est donc de lister tous les lieux artistiques en France afin de mettre en évidence que l'art et la culture sont présents partout, même dans les villages les plus reculés.

De plus, les utilisateurs pourront, à l'aide de filtres, choisir quelle catégorie d'art ils souhaitent voir, ou encore l'artiste, la période, le mouvement artistique.

Finalement, c'est la géolocalisation de l'utilisateur qui est la fonctionnalité la plus importante de l'application, pour montrer que l'art se trouve autour de lui et qu'il n'est pas forcément de se déplacer loin de chez lui pour avoir accès à l'art.

2. Objectifs

Nos objectifs sont divisés en deux catégories.

Il y a d'abord les objectifs stratégiques dans lesquels on retrouve nos objectifs concrets en termes d'activité et de développement de l'application ArtExplore.

Puis il y a les objectifs de communications qui représentent nos différents axes de communications pour parvenir à concrétiser ces objectifs stratégiques.

2.1 Objectifs stratégiques

Nos objectifs stratégiques sont divisés autour de plusieurs aspects qui vont de la visibilité de notre application, jusqu'à un soutien aux artistes émergents et une satisfaction des utilisateurs.

- **Accroître la visibilité de ArtExplore :**

Nous souhaitons que l'application ArtExplore arrive à plus de 1000 téléchargements les 6 premiers mois. De cette façon, sa visibilité sera augmentée et au fur et à mesure, de plus en plus de personnes vont utiliser notre application.

- **S'assurer de la satisfaction des utilisateurs par rapport à l'application :**

ArtExplore donne la possibilité aux utilisateurs de laisser des commentaires sur l'application après avoir visité une exposition, ou participé à un atelier. Il y aussi un espace réservé aux recommandations qui permet aux utilisateurs de laisser des messages s'ils souhaitent nous faire part d'idées pour améliorer l'application, comme rajouter des filtres de recherche ou encore des fonctionnalités. Ils peuvent aussi nous informer si des expositions sont à venir près de chez eux, et que celles-ci ne sont pas renseignées dans l'application.

- **Soutenir les artistes émergents qui cherchent un public :**

Pour soutenir les artistes émergents, nous avons créé un onglet spécial "découvertes" qui permet de mettre en avant de nouveaux artistes qui exposent pour la première fois, ou qui ouvrent un nouvel atelier à l'attention du public. De cette façon sa visibilité pourra être accrue et il pourra toucher un public plus large.

- **Étendre notre application géographiquement en sortant de la France :**

Une fois que l'application ArtExplore atteindra un nombre d'utilisateurs importants, et qu'elle sera connue par un public large et varié dans toute la France, nous avons pour projet de l'étendre à d'autres pays européens. Notre référencement ne se limitera plus à la France mais aussi à des pays voisins (suisse, belgique, luxembourg, pays-bas, espagne, italie, allemagne, angleterre...).

2.2 Objectifs de communication

Nos objectifs de communication sont eux aussi divisés autour de différents axes :

- Développer une communauté sur les réseaux sociaux :

Pour que l'application gagne en visibilité, il faut créer une communauté sur les réseaux sociaux. Cette communauté sera composée de personnes venant de partout en France, de tout âge et de toute classe sociale. Ainsi, il y aura un lien plus important entre les employés qui s'assurent de la mise à jour quotidienne des informations, et les utilisateurs. De plus, les différents utilisateurs pourront faire de nouvelles rencontres en découvrant de nouvelles personnes avec les mêmes centres d'intérêt qu'eux et qui vivent près de chez eux.

- Développer des partenariats avec des musées, galeries, marques de matériels :

Les partenariats avec les musées et galeries d'art permettront de mettre en avant notre application, et de montrer que celle-ci est digne de confiance.

De plus, des partenariats avec des écoles et autres lieux de formations permettent d'un côté de faire découvrir notre application, mais aussi pour ces écoles d'être mises en avant.

Du côté des marques qui vendent du matériel, les partenariats sont intéressants à la fois pour nous car les utilisateurs peuvent acheter ce matériel directement par l'application. Mais c'est aussi intéressant pour ces marques car elles peuvent trouver du public en plus. De plus, les utilisateurs pourraient bénéficier de promotions exclusives.

- Faire la promotion de l'art auprès des écoles :

En ayant pour cible les professeurs, notre application peut leur permettre d'organiser des sorties scolaires près de leur école. De cette façon l'organisation et l'accès à l'art et à la culture pour leurs élèves est simplifiée.

3. Axe de communication principal

Notre principal objectif est de toucher les personnes qui portent un intérêt à l'art et qui souhaitent découvrir de nouvelles choses. Pour cela nous pouvons faire découvrir notre application grâce à des flyers ou à des posts sur les réseaux sociaux. De plus, nous pouvons organiser des partenariats avec certains musées pour devenir plus visible et permettre aux personnes intéressées de découvrir l'application. Grâce aux partenariats, on montre que l'application est sûre et digne de confiance.

Finalement, nous souhaitons avec notre application, promouvoir la culture et l'art en partageant des informations sur les musées, expositions, ateliers et formations au plus près des utilisateurs.

4. Messages

Notre message principal est de rendre l'art plus accessible pour tous. Ainsi, nous voulons montrer que l'art n'est pas réservé à certaines personnes et que tout le monde peut y accéder. Toute personne peut importer son genre, son âge, sa classe sociale ou son lieu de vie doit avoir accès à la culture et à l'art.

" Redécouvrez l'art près de chez vous avec ArtExplore ! "

5. Parties prenantes / cibles

Notre application cible plusieurs catégories de personnes, mais notre cible principale reste les amateurs d'art en général.

En effet, nous ciblons à la fois les artistes eux-mêmes, ainsi que les adolescents, parents, ou professeurs qui souhaitent découvrir cet art.

Les adolescents peuvent être intéressés par notre application par le fait qu'elle leur permet de trouver des idées de sorties entre amis près de chez eux et à des prix abordables. C'est le même principe pour les parents ou grands-parents qui peuvent organiser de façon simple des sorties en famille avec leurs enfants ou petits-enfants qui aiment l'art.

De plus, c'est ce même public qui pourra être intéressé par l'achat de matériel s'il souhaite faire des cadeaux à leur famille ou à leurs amis.

De plus, les étudiants peuvent utiliser l'application pour rechercher des formations afin d'étudier dans l'art, ou alors de trouver des cours en tant que loisirs.

Ces étudiants peuvent aussi trouver du matériel d'art à des prix abordables pour leur activité personnelle ou pour leurs études.

De façon plus précise, nous ciblons aussi les professeurs qui souhaitent organiser des sorties scolaires pour faire découvrir l'art à leurs élèves.

6. Stratégies et moyens

Afin de communiquer de façon efficace avec nos utilisateurs, nous avons choisi d'être présents sur plusieurs plateformes différentes notamment instagram, Youtube, Facebook et tiktok.

Nous planifions de toucher les jeunes via ces réseaux sociaux, et les plus âgées via des partenariats avec des marques, célébrités...

Nous avons choisi la plateforme instagram car il y a plus de 1.69 milliards d'utilisateurs mensuels et 60% ont entre 18 et 34 ans. La plateforme youtube est aussi très utilisée aujourd'hui par les 25 - 44 ans. Facebook est utilisé par un grand nombre d'adultes de 25 à 54 ans et enfin tiktok, une appli qui ne cesse de grandir et très utilisée par les plus jeunes 18 - 34 ans.¹

Nous planifions aussi de toucher une plus large population notamment en communicants avec des écoles primaires pour leur proposer des visites de musées près de chez elles.

Nous pouvons toucher les artistes en leur proposant de promouvoir leurs créations grâce à notre application.

Pour toucher les plus jeunes, nous pouvons réaliser des posts sur les réseaux sociaux qui montrent que l'art est près de chez eux, qu'il n'est pas restreint et qu'il existe des expositions ou des lieux à visiter à des prix abordables même pour des étudiants.

Pour les parents ou les adultes, nous voulons montrer que l'art permet de partager des moments en famille, de faire découvrir de nouvelles choses liées à l'art qui ne sont pas forcément ennuyeuses ou chères. De plus, nous pouvons mettre en avant les ateliers créatifs afin de donner envie aux parents ou aux professeurs d'écoles primaires de participer à ces ateliers de créations sans avoir besoin de se déplacer dans des grandes villes.

Voici quelques slogans désignés pour nos cibles :

Artistes : " Trouver un public proche de chez vous où que vous soyez "

Jeunes : " L'art accessible pour tous à petit prix "

Adultes : " Faire découvrir l'art à petits et grands facilement "

 " L'art près de vous "

 " L'art pour vous faire vivre de bons moments en famille et entre amis "

Professeurs : " Faire découvrir l'art à petits et grands facilement "

Pour la promotion de notre application, nous utiliserons donc des technologies numériques, c'est-à-dire les réseaux sociaux, ainsi qu'un site web.

¹ Statistiques : <https://www.wizishop.fr/>

7. Calendrier prévisionnel

Légende du calendrier prévisionnel

	Rédaction, réalisation puis validation des publications		Imagination des différentes publications en fonction du réseau social, des trends du moments et des nouvelles dans le monde de l'art
	Publication		

janvier 2025

lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
			1	2	3	4
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	Youtube	Tiktok	18
			Instagram			19
20	21	22	23	24	25	26
				jeu concours sur Instagram et TikTok		
27	28	29	30	31		
			Instagram	Tiktok		

février 2025

lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
analyse des résultats de janvier						
10	11	12	13	14	15	16
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
17	18	19	20	21	22	23
				jeu concours sur Instagram et TikTok		
24	25	26	27	28		
			Instagram	Tiktok		

mars 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
					1	2
analyse des résultats de février	3	4	5	6	7	8
						9
	10	11	12	13	14	15
			Youtube	Tiktok		16
			Instagram			
	17	18	19	20	21	22
				jeu concours sur Instagram et TikTok		23
	24	25	26	27	28	29
			Instagram	Tiktok		30
	31					
analyse des résultats de mars						

avril 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
14	15	16	17	18	19	20
			jeu concours sur Instagram et TikTok			
21	22	23	24	25	26	27
			Instagram	Tiktok		
28	29	30				

mai 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
			1 Instagram	2 Tiktok	3	4
analyse des résultats d'avril	5	6	7	8	9	10
						11
	12	13	14	15 Youtube	16 Tiktok	17
				Instagram		18
	19	20	21	22	23 jeu concours sur Instagram et TikTok	24
						25
	26	27	28	29 Instagram	30 Tiktok	31

juin 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
						1
analyse des résultats de mai	2	3	4	5	6	7
						8
	9	10	11	12 Youtube	13 Tiktok	14
				Instagram		15
	16	17	18	19	20 jeu concours sur Instagram et TikTok	21
						22
	23	24	25	26 Instagram	27 Tiktok	28
						29
analyse des résultats de juin	30					

juillet 2025

lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
14	15	16	17	18 jeu concours sur Instagram et TikTok	19	20
21	22	23	24	25	26	27
			Instagram	Tiktok		
28	29	30	31			
			Instagram			

août 2025

lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
				1 Tiktok	2	3
4 analyse des résultats de juillet	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
18	19	20	21	22 jeu concours sur Instagram et TikTok	23	24
25	26	27	28	29	30	31
			Instagram	Tiktok		

septembre 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
1 analyse des résultats d'août	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
15	16	17	18	19 jeu concours sur Instagram et TikTok	20	21
22	23	24	25	26	27	28
			Instagram	Tiktok		
29 analyse des résultats de septembre	30					

octobre 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
13	14	15	16	17 jeu concours sur Instagram et TikTok	18	19
20	21	22	23	24	25	26
			Instagram	Tiktok		
27	28	29	30	31		
			Instagram	Tiktok		

novembre 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
					1	2
analyse des résultats d'octobre	3	4	5	6	7	8
						9
10	11	12	13	14	15	16
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
17	18	19	20	jeu concours sur Instagram et TikTok	21	22
						23
24	25	26	27	Instagram	Tiktok	29
						30

décembre 2025						
lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche
analyse des résultats de novembre	1	2	3	4	5	6
						7
8	9	10	11	12	13	14
			Youtube	Tiktok		
			Instagram			
15	16	17	18	jeu concours sur Instagram et TikTok	19	20
						21
22	23	24	25	26	27	28
			Instagram	Tiktok		
analyse des résultats de l'année	29	analyse des résultats de l'année	30	analyse des résultats de l'année	31	

CHARTE ÉDITORIALE

Cher rédacteur, chère rédactrice, cette charte éditoriale est votre feuille de route pour la rédaction dans ArtExplore. Merci de la lire attentivement et dans son intégralité.

1. Ligne éditoriale

Le lectorat de ArtExplore

Notre cible est principalement constituée :

- amateurs d'art
- artistes
- adolescents / étudiants
- père / mère de famille
- grands-parents
- professeurs
- résidant en France métropolitaine
- cherchant des activités proches de chez eux

2. Objectifs

ArtExplore est une application qui recense tous les lieux reliés à l'art en France. C'est-à-dire tous les lieux d'expositions ainsi que les formations.

ArtExplore utilise la géolocalisation afin de proposer aux utilisateurs des sorties proches de chez lui.

Les différentes sections "Découvertes", "Nouveautés" et "Offres" permettent à l'utilisateur de préciser ce qu'il cherche sur l'application. De plus, les différents onglets Musées, Expositions, Vernissages, Festivals, Ateliers, Formations et Cours en loisirs lui permettent de retrouver rapidement et simplement les sorties qu'il souhaite faire.

3. Positionnement général

Le contenu est principalement informatif et fonctionnel. Les informations proposées sur ArtExplore sont vérifiées et actuelles.

Chaque nouveau post sur l'application doit être expliqué de façon claire et simple.

4. Formats éditoriaux

Il y a différentes possibilités de formats éditoriaux. La première est de rédiger tous les articles d'informations sur de nouvelles activités avec des photographies et des informations générales. La deuxième est d'écrire des posts sur de nouveaux artistes qui se dévoilent, ces articles comprennent des photographies de l'artiste et de ses œuvres, ainsi que des informations générales sur cet artiste. La dernière possibilité est d'écrire des articles à propos des marques partenaires qui nous permettent de vendre du matériel.

5. Thématiques de contenu

Le contenu de nos articles doit être approuvé par l'entreprise afin de vérifier que les informations sont exactes.

Les articles sur les marques partenaires devront respecter les règles de chacune de ces marques et être validés par l'entreprise en question, ainsi que la notre entreprise.

Les articles sur les nouveaux artistes peuvent être coécrits avec l'artiste en question afin qu'il soit en accord avec l'image donnée de lui par notre entreprise. Ces articles pourront donc être un peu plus libres pour la rédaction.

6. Tons et styles

Le ton utilisé dans nos articles est positif, informatif et sympathique. Le style d'écriture doit tout de même rester simple pour être compréhensible facilement. Les articles vont toucher un public diversifié et doivent donc être clair pour tous. A travers notre style d'écriture, les utilisateurs doivent ressentir un lien entre nous et eux. De plus, ils doivent avoir confiance en l'application et en toutes les informations partagées dessus. Afin de garder l'idée d'un lien entre chaque rédacteur et les utilisateurs, les rédacteurs se doivent de garder un style d'écriture personnel tout en respectant les règles de l'entreprise. Ainsi, chaque rédacteur se doit de signer ses articles.

7. Fréquence de publication

La fréquence de publication sur l'application est quotidienne puisque l'utilisateur doit pouvoir être au courant de toute l'actualité artistique en France le plus rapidement possible. De nouvelles informations sont donc postées tous les jours.

Les articles sur les nouveaux artistes sont postés lorsqu'un nouvel artiste nous contacte et nous demande d'être accessible via notre application. Ils peuvent être mis à jour lorsque l'artiste réalise de nouvelles œuvres, organise de nouvelles expositions, ou souhaite changer quelque chose dans ses informations générales.

Les articles sur les partenariats sont postés dès qu'un nouveau partenariat est créé avec une marque. Il n'y a donc pas de fréquence de publication précise. Ces derniers sont classés dans les différentes catégories en fonction de leur contenu et apparaissent sur la page d'accueil pendant 48h.

8. Composition d'un article

Tout article doit être composé comme suit :

Titre :

Le titre de l'article doit attirer le regard et donner envie aux lecteurs. Il doit être court (maximum 100 caractères), clair et descriptif.

Le titre doit comporter au minimum l'information quant à l'événement ou l'artiste dont il est question.

Le titre doit être en minuscules et peut comporter des exclamations si besoin.

Bandeau :

Tout article doit posséder un bandeau avec une photographie représentative du sujet du post. Une photo du lieu de l'événement, de l'artiste, d'œuvres, de matériel. La photographie peut prendre toute la largeur de la page si cela est nécessaire pour sa bonne visibilité.

Paragraphe :

Chaque article doit être composé d'au minimum un paragraphe. Ces paragraphes doivent obligatoirement contenir toutes les informations nécessaires telles que les dates, les horaires, les localisations et les artistes lorsqu'il s'agit de la promotion d'un événement.

Lors de la promotion d'un artiste, des éléments biographiques tels que son parcours pour devenir artiste, son style d'art, ses œuvres ainsi que son historique d'expositions sont à introduire dans l'article.

Pour un article qui réalise la promotion d'un nouveau partenariat, le nom de la marque ainsi que son positionnement doivent obligatoirement être inscrits.

Signature éditoriale :

Chaque post / article est signé par son auteur en son propre nom.

9. Iconographie

Chaque photo utilisée dans un article doit être libre de droit ou alors prise par un des auteurs lui-même. Le droit à l'image de chaque individu doit être respecté. Les légendes

de chaque photo doivent être détaillées. Le nom du photographe est obligatoirement mentionné sous la photo.

10. Ressources utiles

Typographie :

Ce lexique reprend toutes les règles concernant les abréviations, les usages en ponctuation, la typographie des unités de mesure, les majuscules dans les titres et les fonctions ...

Vous pouvez aussi utiliser les normes reprises dans ce lien
http://www.synapse-fr.com/typographie/TTM_0.htm

Orthographe et grammaire :

Le Bescherelle, édition Hachette

Cette référence permet de corriger toutes les erreurs de grammaire, d'orthographe, ...

Conventions d'écritures :

Les noms des personnes ne sont pas en majuscules.

Les citations sont entre guillemets et en italique.

Les hyperliens sont explicites et soulignés.

11. Précaution juridique

ArtExplore s'engage à respecter ses obligations légales, en matière de plagiat, de protection de la vie privée ou encore de droits d'auteur.

La décision finale de poster un article appartient à notre entreprise, après la validation antérieure par une entreprise partenaire ou un artiste si besoin.

ArtExplore se conforme aux lois sur la vie privée des utilisateurs. Dans des cas exceptionnels à porter de sécurité de l'entreprise ou des autres utilisateurs, des données personnelles des utilisateurs concernés suspects peuvent être utilisées.

Aucun termes racistes, xénophobes, révisionnistes, pédo-pornographiques, injurieux ou diffamatoires; ou encore faisant références à la violence, au suicide ou au terrorisme ne seront tolérés dans nos articles.