

Mieux connaître ses publics pour élaborer une stratégie de communication et de médiation à l'échelle d'un territoire

Objectif :

Cette formation a été conçue pour répondre à des besoins spécifiques relevant de la médiation culturelle, de la communication et des relations publiques dans les salles de cinéma :

- Il s'agira d'abord de comprendre les pratiques cinématographiques des publics que l'on accueille ou que l'on vise en tant que structure culturelle. Les participants vérifieront en particulier la pertinence de leurs hypothèses ("intuitions", représentations, croyances...) à propos de la pratique effective des publics, de leur goûts et de leurs manières de découvrir, catégoriser, consommer et évaluer des films.
- Les participants pourront ensuite, en s'appuyant sur des exemples concrets, acquérir des outils pratiques pour mieux appréhender leurs publics potentiels et déterminer la stratégie de communication la plus adaptée pour les conquérir et les fidéliser, avec une attention particulière aux réseaux sociaux.

A l'issue de cette formation, les participants :

- Disposeront des connaissances nécessaires à la mise en place d'une méthodologie d'étude du territoire et de sa population afin de mieux connaître leurs publics potentiels ;
- Pourront articuler les choix d'outils de communication et stratégies de publics
- Seront en mesure de mettre en place une stratégie de communication tenant compte des usages numériques et adaptée à leur structure ;
- Pourront déterminer les meilleurs outils de communication et de développement des publics ciblés.

Programme :

1/ Enquête des publics (3h)

- Quelle méthodologie et quels outils pratiques pour mieux connaître les publics de son territoire ?
- Comment identifier ses priorités et adapter sa démarche (quels publics ? pourquoi ?)
- Comment intégrer d'autres acteurs territoriaux (notamment les structures jeunesse) dans cette pratique ?

2/ La communication culturelle et réseaux sociaux (3h)

- Les principaux réseaux sociaux : impact, audience, spécificité
- L'utilisation des réseaux sociaux dans la communication culturelle (objectifs généraux, interaction avec les autres outils de médiation, intégration dans la stratégie globale de communication d'une structure).
- Enjeux et difficultés de la communication globale d'une salle de cinéma
- Cas concrets proposés par les participants.

Intervenants: Tomas Legon, docteur en sociologie (EHESS), chercheur associé au CEMS / IMM. Ses recherches portent sur la sociologie de la culture (pratiques, rapports à la culture, réception des recommandations culturelles), la sociabilité et l'adolescence. Il a plus particulièrement travaillé sur la culture et la sociabilité en milieu lycéen, la réception des dispositifs sur le cinéma et des prescriptions culturelles par les adolescents. Il a mené plusieurs enquêtes sociologiques sur les pratiques de médiation des salles de cinéma et la réception de ces pratiques par les publics (en particulier lycéens et jeunes adultes).

Catherine Jabaly a fondé son cabinet conseil en 1994. Son activité s'applique à la communication globale (de la conception à la mise en œuvre), à l'audit (assorti de recommandations) et à l'accompagnement.

Elle enseigne en Master Pro 2, Direction de projets culturels, à La Sorbonne Paris 3 depuis 15 ans. Elle intervient plus ponctuellement en Master pour les universités de St Etienne et de Dijon. En matière de formation professionnelle, elle anime des séminaires pour France Festivals, le Club de la presse de Haute-Normandie et d'autres organismes (l'image de marque, la stratégie de communication des festivals, la publicité, le web 2.0, les réseaux sociaux, le marketing numérique...).

Effectif formé : 14 personnes.

Type de public : professionnels des salles de cinéma, prioritairement chargés de communication, médiation culturelle, relations publiques et partenariats, mais également programmeurs, animateurs jeune public.

Niveau de connaissances préalables nécessaire avant l'entrée en formation : connaissances de base du fonctionnement d'une salle de cinéma.

Prise en charge financière : pour les salles de cinéma du réseau de la Seine-Saint-Denis, la formation est gratuite. Pour les salles en dehors du réseau Seine-Saint-Denis la participation est de 50 €.

Durée : 1 journée (lundi 30 mai 2016)

1ère partie de **10h à 13h**

Déjeuner Libre

2ème partie de **14h30 à 17h30**

Date : lundi 30 mai 2016

Lieu : Périphérie (Même bâtiment que Cinémas 93, 87bis rue de Paris, Montreuil, 2^{ème} étage)

Inscriptions par ordre d'arrivée (14 places)

Date limite le : vendredi 6 mai 2016

Inscription exclusivement en ligne : <http://www.cinemas93.org/limesurvey/index.php?sid=21159&lang=fr>