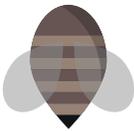




PROPOSITION DU PLAN DE COMMUNICATION

Monstru'eux,
le monstre sous toutes ses facettes

Du 30 avril 2016 au 8 janvier 2017 au Muséum de Grenoble et à La Casemate



BeeCom'

Table des matières

Le Muséum d'Histoire naturelle de Grenoble et La Casemate accueilleront à partir du 30 avril 2016 l'exposition Monstru'eux. À ce titre, vous avez fait appel à nous pour proposer un plan de communication destiné à attirer les visiteurs dans ces deux lieux. Après analyse du contenu de l'exposition et du public cible, nous avons défini des objectifs qui nous ont permis de définir une stratégie de communication adaptée. Nous avons notamment décidé d'exploiter le caractère intrigant du monstre et la polysémie de ce terme.

Notre agence	2
Notre équipe	2
La commande	2
La cible	2
Bilan diagnostique	3
Objectifs	3
Stratégie de communication	4
• Slogan	4
• Ton préconisé	4
• Planche tendance	4
Plan de communication	4
• Affiche	4
• Flyers	4
• Collages	5
• Autocollants	5
• Réseaux sociaux	6
• "Galerie des Monstres" sur Instagram	6
• Collaborations	6
• Inauguration de l'exposition	7
Méthode d'évaluation	7

Notre agence

BeeCom' est une agence de communication composée de quatre membres possédant tous de solides bases scientifiques. Dynamique et professionnelle, notre équipe s'attache principalement au respect de la véracité scientifique dans les plans de communication qu'elle propose. En lien étroit avec la culture et l'art, dans le respect du patrimoine et en utilisant tous les outils actuels, BeeCom' s'attachera à mettre toute sa créativité à votre disposition. Notre vocation est avant tout de vous offrir un suivi personnalisé pour répondre au mieux à votre demande. Bee creative, Bee curious, BeeCom'.

Notre équipe



Marie COUËDIC
Chef de projet



Arthur LEYRAT
Responsable
clientèle



Alix GUILLAUME
Responsable
graphique



Benjamin
CRETENAND
Responsable
communication
externe

La commande

Vous nous avez sollicités pour réaliser une campagne de communication pour l'exposition Monstru'eux qui se tiendra au Muséum de Grenoble ainsi qu'à La Casemate à partir du 30 avril 2016.

Cette exposition s'adresse à tous les publics et amènera les visiteurs à s'interroger sur le concept de "monstre" à travers différentes interprétations de ce terme. Que le monstre soit humain ou non, réel ou légendaire, naturel ou artificiel, il génère toutes sortes de réactions : fascination, admiration, peur, dégoût... Mais laisse rarement indifférent. À travers les collections, le visiteur sera invité à un questionnement sur la notion de "normalité" et sur sa propre monstruosité.

La partie de l'exposition qui aura lieu à la Casemate proposera une réflexion sur le devenir de la notion de "monstre", les innovations technologiques permettant aujourd'hui des prouesses qui remettent en question la nature même de l'homme.

Vous nous avez également fait part de votre désir d'attirer des visiteurs jeunes à cette exposition. Ces derniers pourront mobiliser leurs capacités créatives afin de créer un avatar de monstre à leur image, sur les différents lieux de l'exposition. Le contenu de l'exposition leur est largement accessible, déclinant les monstres de l'imaginaire enfantin jusqu'aux robots et autres humanoïdes. Monstru'eux propose donc une réflexion philosophique et sociologique sur la notion de monstre, en présentant aux visiteurs des pièces issues de collections uniques, étayées par des informations scientifiques.

La cible

Grenoble est une ville dont la population est particulièrement jeune. En effet, les 15-24 ans représentent 18% de la population de la Métro contre seulement 11,8% au niveau national. Parmi cette tranche d'âge, quatre jeunes sur cinq ont entre 18 et 24 ans. Ceci s'explique notamment par le grand nombre d'étudiants de l'agglomération grenobloise : un jeune sur deux, soit environ 35000 étudiants. On retrouve donc les 18-24 ans à proximité des

établissements universitaires mais aussi en centre-ville. C'est d'après ce constat que nous avons choisi de redéfinir quelque peu le public cible initial, c'est-à-dire les 12-18 ans. Nous avons décidé de cibler les 15-25 ans, qui représentent une part importante de la population de la Métro. Ceux-ci sont plus susceptibles de venir d'eux-mêmes à l'exposition, sans être amenés par leurs professeurs ou leurs parents, tandis qu'une part importante des 12-18 ans qui viendront à l'exposition sera composée de scolaires. Par ailleurs, il nous a semblé plus aisé de s'adresser aux 15-25 ans car ils sont plus susceptibles de partager une culture commune que les 12-18 ans. En effet, la différence est parfois grande entre un-e jeune adolescent-e de 12 ans et un-e jeune adulte de 18 ans.

Bilan diagnostique

Forces	Faiblesses
Thème accrocheur, qui intrigue, entraîne de la réflexion. Explore plusieurs aspects de la notion de monstre.	Certaines personnes peuvent être "heurtées" par certains éléments présentés.
Exposition tous publics.	Le thème de l'exposition peut être vu comme effrayant, donc pas adapté aux enfants.
Ville de Grenoble dynamique, public impliqué dans la vie culturelle, fréquentation du muséum et de La Casemate en hausse.	Difficulté d'attirer de nouveaux publics dans les lieux culturels.

Opportunités	Contraintes
Exploiter différentes interprétations du mot "monstre".	Les représentations du mot "monstre" sont soumises aux interprétations personnelles et ne parlent pas forcément à tout le monde.
Le public cible (jeune) nous permet d'utiliser des codes un peu décalés pour traiter le sujet : utilisation de la culture street art.	La communication ne doit pas porter uniquement sur le côté effrayant.
Possibilité de toucher à la fois le public de La Casemate et celui du Muséum, qui ne sont pas forcément les mêmes.	Il y a deux sites d'exposition, les visiteurs n'auront pas forcément envie de faire le chemin entre les deux pour faire la suite de l'exposition.

Objectifs

La stratégie de communication que nous vous proposons de mettre en place pour l'exposition Monstrueux répondra à plusieurs objectifs.

Le principal objectif est d'attirer non seulement le public cible, mais également une large portion de la population de Grenoble et ses environs. Pour cela, nous souhaitons intriguer le visiteur en attisant sa curiosité à chaque coin de rue avec des visuels sortis de la culture street art.

Nous souhaitons également impliquer le visiteur en faisant de lui un contributeur de l'exposition. Monstrueux sera donc un événement à ne pas manquer, animé par des grenoblois pour les grenoblois.

Enfin, il nous semble important de mettre en valeur le tissu culturel de Grenoble. Non seulement La Casemate et le Muséum, qui sont les principaux partenaires de l'exposition, mais également des lieux de culture un peu moins "classiques" comme les galerie d'art, ce qui permettra d'élargir votre public.

Stratégie de communication

- Slogan

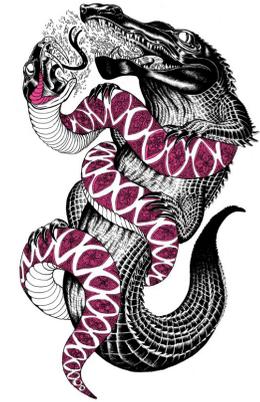
« Imaginaires ou bien réels, passés ou contemporains, effrayants ou ... inattendus ». Le descriptif de Monstru'eux met l'accent sur la multiplicité des interprétations du monstre qu'évoque notre imaginaire. Nous vous proposons donc de jouer avec la polysémie du terme « monstre » avec le slogan :

« Monstru'eux, le monstre sous toutes ses facettes »

- Ton préconisé

Nous utilisons les codes du street art dans nos visuels, cet univers étant aussi hétéroclite que les représentations des monstres. Le ton est jeune, dynamique mais respectueux afin d'être accessible au plus grand nombre.

- Planche tendance



Plan de communication

- Affiche

L'affiche de l'exposition reprend trois représentations des monstres admises dans la culture populaire et présentées dans l'exposition : un monstre issu de l'imaginaire, une espèce "monstrueuse" par nature et un "monstre" humanoïde. Nous avons demandé à trois street artistes de réaliser ces trois visuels pour l'exposition. Le but est de créer un univers visant à susciter un intérêt chez les 15-25 ans. L'affiche invite à une première réflexion sur la diversité des monstres tout en informant les visiteurs des informations pratiques relatives à l'exposition : dates, lieux, réseaux sociaux et partenaires.

Elle est destinée à un affichage public. Elle sera déployée dans la ville de Grenoble, dans les zones réservées et autorisées pour l'affichage public, ainsi que dans les institutions culturelles susceptibles de relayer l'information.

- Flyers

Afin d'affirmer une identité graphique, les flyers reprennent, en format A6, le visuel de l'affiche et ses trois représentations de monstres au recto. Ils seront mis à disposition des visiteurs de

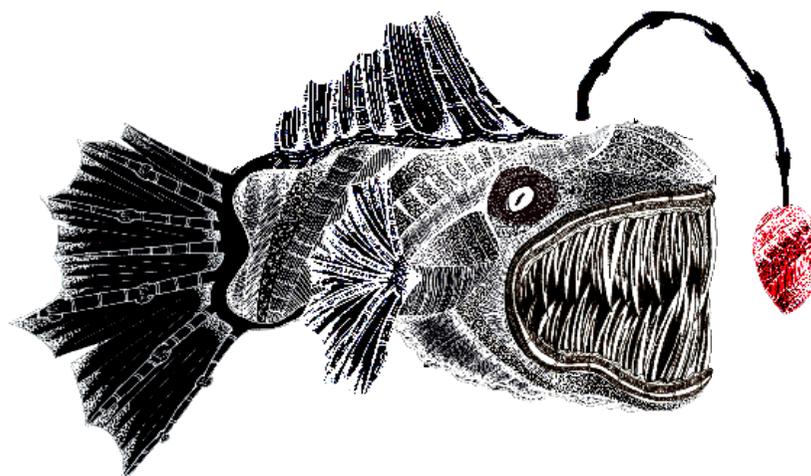
l'exposition, mais aussi distribués dans les offices de tourisme, les galeries d'art associées et les autres musées de la ville. Le verso présente rapidement l'exposition et son contenu, et informe les visiteurs sur les autres événements qui y sont liés : expositions dans les galeries partenaires, et projections au cinéma Le Méliès.



Prototype du flyer et de l'affiche de l'exposition

- Collages

Afin de sortir du cadre de l'affichage traditionnel qui est très réglementé dans la métropole de Grenoble, trois collages éphémères compléteront les affiches et les flyers. Chaque collage représente un des monstres de l'affiche, accompagné d'une définition du mot "monstre" correspondant au visuel. Cette démarche sémantique permet également d'illustrer notre slogan "Le monstre sous toutes ces facettes". Afin de rester dans les limites de la réglementation urbaine, les collages seront fabriqués à partir de papier kraft blanc et collés sur les supports par un mélange de farine, d'eau et de sucre. Ils seront renouvelés tous les mois tout au long de l'exposition.



MONSTRE n.m.

1. Animal effrayant ou gigantesque par sa taille, son apparence.

Prototype d'un des trois collages éphémères

- Autocollants

Des autocollants seront mis à la disposition du public sur un présentoir dédié, dans les locaux de l'exposition. Ils ont été

pensés en tant que goodies / souvenirs que les visiteurs pourront ramener chez eux après l'exposition. Le visuel de l'autocollant reprend les trois monstres de l'affiche, et est décliné sous deux versions afin de s'adapter aux goûts de chacun : monstres noirs sur fond blanc contrastés par du rouge, et sa version en négatif (blanc sur noir souligné de bleu). L'utilisation des autocollants par les visiteurs sur des supports personnels offrira une meilleure visibilité pour l'exposition et favorisera le bouche-à-oreille.



Prototype de l'autocollant en version négatif

- Réseaux sociaux

Lien Facebook : <https://www.facebook.com/MonstrueuxFacettes/>

Lien Twitter : <https://twitter.com/ExpoMonstrueux>

Les réseaux sociaux numériques sont des outils incontournables dans la mise en place et le suivi d'actions culturelles. La page Facebook et le compte Twitter de "Monstrueux, le monstre sous toutes ses facettes" permettent d'accroître la visibilité de l'exposition et des événements qui seront réalisés dans ce cadre.

Ces comptes permettront de faire connaître l'exposition hors de Grenoble et de réaliser des mini-sondages qui seront support d'évaluation. De plus, les usagers trouveront des informations pratiques, ainsi que des actualités relatives à l'exposition.

Un hashtag #MonstreFacettes sera créé pour permettre aux visiteurs de communiquer sur l'exposition.

- "Galerie des Monstres" sur Instagram

A La Casemate, les visiteurs seront invités à dessiner le monstre de leur choix. Un feutre noir et des feuilles blanches permettant de rester dans l'esthétique choisie pour les visuels seront donc mis à leur disposition. L'idée est de les inciter à représenter leur propre vision du monstre. L'activité est accessible à tous puisque le thème du dessin est libre et laisse la possibilité de laisser parler son imagination.

Les dessins seront accrochés au mur dans un espace dédié, puis pris en photo pour être postés sur Instagram. Le but étant, à terme, d'obtenir une galerie de portraits de monstres dans laquelle le public se sera totalement investi. Les contributeurs pourront suivre par le biais de ce réseau social, la progression de la "Galerie des Monstres".

- Collaborations

Teasing en Galeries d'art (Spacejunk et Nunc !)

Une opération de teasing dans des galeries d'art associées de la ville Grenoble permettra d'élargir le public attendu à l'exposition, en invitant des habitués des galeries d'art à se rendre à La Casemate et au Muséum.

Street art in Grenoble

Street art in Grenoble est une page Facebook qui permet de poster

des photos de street art prises dans l'agglomération grenobloise. Si un des collages de la campagne de communication Monstru'eux est pris en photo et posté sur cette page, un lien sera mis en place pour rediriger vers la page de l'exposition.

Écoles / Collèges Grenoblois

Le but de cette collaboration est que des élèves travaillent sur le thème de l'exposition en cours d'arts plastiques. Ils pourront ensuite visiter l'exposition dans le cadre scolaire, et leur production sera ajoutée à la "Galerie des Monstres".

• Inauguration de l'exposition

Un vernissage de l'exposition sera organisé pour la presse et les personnalités officielles telles que les élus et l'ensemble des partenaires de l'exposition. Cette inauguration se déroulera à La Casemate le 29 avril 2016 et permettra d'échanger des avis et commentaires sur l'exposition.

Méthode d'évaluation

Un des objectifs de notre plan de communication est d'impliquer le visiteur. Nous souhaitons qu'il soit également un des contributeurs de l'exposition. Des méthodes d'évaluation qualitatives doivent donc être mise en place afin d'évaluer si le public que nous avons souhaité toucher par notre stratégie de communication est bien au rendez-vous. Plusieurs critères seront donc analysés :

- Activité sur les réseaux sociaux suite aux différentes actions ("like", retweet, et utilisation du hashtag #MonstreFacettes)
- Petits sondages sur Facebook et Twitter tout au long de la durée de l'exposition avec des questions qui changeront tous les mois.
- La "Galerie des Monstres" pourra également être utilisée

comme outil d'évaluation.

- Présence de "Livres d'Or" à la Casemate et au Muséum. Ceux-ci permettront de jauger le ressenti immédiat du visiteur quand il ressort de l'exposition. De plus il sera possible de comparer les réactions face au contenu de l'exposition en fonction des deux sites.

Nous utiliserons en parallèle d'autres méthodes pour évaluer l'action de communication de manière quantitative :

- Nombre de billets délivrés pour l'exposition avec des catégories d'âge (exemple : entre 15-18 ans, 18-25 ans) qui pourra être comparé avec les chiffres de fréquentation des précédentes expositions de la Casemate et du Muséum.
- Retombées presse grâce à une veille de la Presse Quotidienne Régionale pour constituer une revue de presse qui sera remise aux différents acteurs une fois l'exposition terminée.
- Fréquentation de la page Facebook, qui est liée au QRcode présent dans l'affiche et les collages sur le buste du monstre Cyborg, et fréquentation de la page dédiée à l'exposition sur le site de la Casemate.
- Nombre de followers sur Twitter, de "J'aime" sur Facebook et d'abonnés Instagram.
- Nombre de visiteurs aux événements de teasing dans les galeries d'art grenobloises.

Ce plan de communication est à l'image de notre agence : créatif, dynamique et efficace, il apporte une dimension artistique à cet évènement scientifique.

Nous espérons que nos propositions satisfieront vos attentes et qu'elles vous donneront l'envie de travailler avec notre agence.

Nous nous tenons à votre disposition pour tout renseignement complémentaire, et sommes prêts à discuter de toutes les modifications ou ajustements que vous souhaiteriez apporter.

Bee curious, Bee creative
BeeCom'



Annexe : Échéancier

	AVANT													PENDANT													APRES																																											
	2015				2016									2016				2017																																																				
	Novembre		Décembre		Janvier			Février			Mars			Avril			Mai			Juin			Juillet			Août			Septembre			Octobre			Novembre			Décembre			Janvier 2017		Février 2017																											
Semaine n°	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Exposition																																																																						
Préparation																																																																						
Mise en place collaborations :																																																																						
Spacejunk																																																																						
NUNC I																																																																						
Street art in Grenoble																																																																						
Ecoles / Collèges																																																																						
Réalisation des 3 visuels de monstres																																																																						
Communication																																																																						
Collages																																																																						
Diffusion affiche																																																																						
Distribution flyers / programme																																																																						
Facebook / Twitter																																																																						
Distribution stickers																																																																						
Instagram																																																																						
Presse																																																																						
Communiqué de presse																																																																						
Constitution du dossier de presse																																																																						
Revue de presse																																																																						
Evènements																																																																						
Inauguration																																																																						
Expositions dans les galeries																																																																						
Spacejunk																																																																						
NUNC I																																																																						

1 : Avant l'expo : Teasing + communication sur les collages

2 : Suivi de la galerie des monstres sur les réseaux sociaux