



Stratégie de communication

Sommaire

Contexte	3
Objectifs	5
Cibles	6
Canaux de communication	8
Plan d'action	10

Contexte

Présentation

3IMC (Institut International Interdisciplinaire de la Musique de Création)

Créé en mars 2023, 3IMC est un institut artistique et éducatif dédié à la promotion de la musique de création et des œuvres expérimentales. Soutenant la diversité culturelle et la parité, il vise à briser les frontières disciplinaires et à toucher un large public.

L'institut a vocation à devenir une référence pour la recherche et le développement musicale, tout en favorisant le dialogue entre le public, les musiciens et les compositeurs contemporains. À travers son festival international et une plateforme en ligne, 3IMC met en lumière les scènes musicales les plus innovantes en Europe et dans le monde.

Contexte

Objectifs de la communication

Pourquoi une communication est-elle nécessaire pour 3IMC :

-> Développer l'image de l'institut. C'est une **campagne de notoriété**.

Objectifs

De la campagne

Les objectifs de cette campagne sont :

- Trouver le public qui lui correspond à l'échelle locale et internationale et réussir à le fidéliser. Améliorer la notoriété de l'institut pour que son public le trouve.
- Récolter des fonds (subventions, dons, sponsoring...) pour subvenir aux besoins de l'institut.
- Faire gagner en notoriété les différents projets et structures de l'institut auprès de son public mais également auprès d'autres institutions.

Cibles

Cibles directes

- Professionnels de la musique : compositeurs, interprètes, chercheurs, et enseignants en musique...
- Amateurs de musique : passionnés novices ou expérimentés de musique contemporaine et expérimentale, curieux de découvrir de nouvelles formes artistiques.
- Familles : publics intergénérationnels recherchant des expériences culturelles enrichissantes et accessibles, adaptées à tous les âges.
- Étudiants en musique : jeunes talents ou futurs professionnels souhaitant approfondir leurs connaissances/culture et participer à des projets créatifs.

Cibles

Cibles indirectes

- Presse (locale et spécialisée) : publications dédiées à la musique de création pour élargir la visibilité. Relais des activités de 3imc pour faire connaître l'institut et renforcer l'impact local.
- Institutions culturelles : musées, centres artistiques et festivals intéressés par des collaborations pour promouvoir l'institut et son innovation artistique.
- Partenaires institutionnels : mairie, région, ministères, organismes publics... soutenant les initiatives culturelles et éducatives -> possibilité de subventions et de promotion.
- Écoles, universités et conservatoires : promotions auprès de leurs étudiants -> relais pour la cible principale. Partenaires privilégiés pour encourager la formation et l'intégration des jeunes musiciens à la musique de création.
- Sponsors privés ou publics : entreprises, fondations et mécènes soutenant financièrement les projets innovants et le rayonnement culturel.

Canaux de communication

On-line

CIBLES	RÉSEAUX SOCIAUX	SITE WEB	MAILS (NEWSLETTER)	SOCIAL ADS	GOOGLE ADS	TV	RADIO LOCALE & SPÉCIALISÉE
Professionnels de la musique	X	X	X				X
Amateurs de musique	X	X	X				X
Familles	X	X					
Etudiants en musique	X	X		X			

Canaux de communication

Off-line

CIBLES	PRINTS	PRESSE	PUBLICITÉ DANS LA PRESSE
Professionnels de la musique		X	
Amateurs de musique		X	
Familles			
Étudiants en musique			
Public local			

Plan d'action

Actions de communication

RÉSEAUX SOCIAUX & SOCIAL ADS

- présenter l'institut et épingler le post (si la plateforme le permet)
- alimenter régulièrement les réseaux sociaux, les tenir à jour
- sur Instagram, privilégier l'utilisation de reels pour + de viralité
- mettre en avant les activités, infrastructures, événements...
- utiliser les socials ads pour arriver aux yeux de la cible

SITE WEB

- traduire le site web en français
- optimiser le référencement du site, le SEO
- ajouter une section blog et poster mensuellement (ou +) des articles

Plan d'action

Actions de communication

NEWSLETTER

- utiliser la newsletter comme levier de communication pour la promotion des infrastructures et activités de l'institut

RADIO LOCALE

- diffuser des courtes publicités mettant l'institut en avant sur des radios locales et spécialisées
- promouvoir les infrastructures et les activités de l'institut

PRESSE

- envoyer des communiqués de presse concernant les actualités importantes de l'institut

3imc

www.3imc.org