

LA COMMUNICATION

Orchestre national d'Île-de-France

CONCEPTION DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION : LES FONDAMENTAUX

- La politique de communication part de **la définition de l'enjeu ou des enjeux du projet de la structure, ici** : « La musique classique **PARTOUT ET POUR TOUS** sur le territoire francilien ».
- **Les objectifs de communication** découlent des enjeux du projet et sont leurs conséquences en communication.
- Les objectifs se répartissent dans les différents secteurs de la communication listés ci-dessous :

Secteur identité et positionnement de la structure

Secteur événements

Secteur outils de communication (print et numérique)

Secteur numérique dont Web (site et réseaux sociaux)

Secteur Marketing promotion et publicité

Secteur partenariats institutionnels et médias

Secteur recherche des publics (typologie des publics et définition des différentes cibles)

Pour rappel : chaque objectif de com nécessite la définition claire des fondamentaux du projet auquel il se rattache

(les fameux qui, quoi, où, pourquoi (dans quel but ?) et comment) afin de ne pas s'égarer. Ce qui permet, ainsi, dans un environnement donné d'établir un plan de com/projet qui va définir et décliner les actions et les supports/outils pour atteindre les objectifs.

LES VALEURS, L'IMAGE ET LE POSITIONNEMENT MIS EN PLACE

- La Mission : « Partout et pour tous en Île-de-France »
- Les Valeurs : accessibilité et qualité artistique
- La Promesse « Marketing » : venir entendre un concert de l'Orchestre est une promesse de plaisir, de beauté et d'émotion
- L'image installée via l'identité graphique et visuelle : qualité artistique et accessibilité
- Positionnement choisi : image décalée par rapport aux autres orchestres : plus joyeux, plus accessible, loin de l'image traditionnellement élitiste de la musique classique
- Signature JOUEZ !
- Baseline du logo : Partout et pour tous !
- Mention à affirmer : Orchestre résident à la Philharmonie de Paris

MAPPING STRATÉGIE DE COMMUNICATION 24.25

ÉVÉNEMENTS

LANCEMENT DE SAISON aux ABONNÉS 25/26

PRÉSENTATION DE SAISON PARTENAIRES 25/26

Prix ELAN
Concours international de composition pour Orchestre IRCAM/ONDIF

CONCOURS DE CHEF.FE ASSISTANT

CONCOURS DE RECRUTEMENT musiciens

PRINT

- Dépliant de saison 25/26
- Brochure de saison 25/26
- Doc de vente 26/27
- *Plaquette Orchestre internationale*
- *Plaquette Orchestre Studio*
- Rapport de gestion 2024
- Petit guide pour grand orchestre
- Pack WELCOME
- Programmes de salle par concerts/programmes jeune public
- Affiches, tracts, marque-pages
- Papeterie (cartes de visite etc.)
- Goodies

AFFIRMATION DE L'IDENTITÉ DE L'ORCHESTRE
à travers ses VALEURS :
QUALITÉ ARTISTIQUE ET ACCESSIBILITÉ et
le
développement d'une **IDENTITÉ GRAPHIQUE**
et d'un **POSITIONNEMENT**
clairs

LOGO

BASELINE
Partout et pour tous !

Signature
JOUEZ !

RÉSIDENT à la PP

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE ET CONCERTS

PLAN MÉDIA

PARTENARIATS MÉDIAS

- Campagnes d'abonnement 24/25
- Campagnes concerts de la saison 24/25
- Achats d'espace affichages/pubs presse/campagnes digitales KLOX

Presse **TÉLÉRAMA TRANSFUGE**

- TV FRANCE 3 IDF

Radios
• FRANCE MUSIQUE
• RADIO CLASSIQUE

Partenariat
INSTAGRAMEURS ET YOUTUBEURS

PRESSE

Newsletters presse sur la saison 24/25, les concerts, les événements, les sorties des enregistrements
Revues de presse

OUTILS DE COMMUNICATION

AUDIOVISUEL

- Captations des concerts et spectacles jeunes public
- Sorties enregistrements : **NOMADMUSIC collections SOLO** et Orchestre et autres labels (Harmonia mundi, La boîte à pépites...)
- Tournages images promos
- Séances Shooting photos
- Reportages photos et concerts et AC

CONTENUS NUMÉRIQUES

- [Série 3 mn Max 25.26](#)
- Podcast **ON DIFFUSE**
- Teasers promo concerts et autres
- ITV artistes
- Reportages événements et AC
- [Série ITV duo des musiciens](#)
- **ITV Chrono des artistes invités**

SITE et RÉSEAUX SOCIAUX

- **BILLETTERIE SÉCUTIX** concerts 24.25
- Agenda des concerts 24/25
- Espace pros **PRESSE et PROGRAMMATEURS**
- Espace **LE PARC**
- Espace **Le STUDIO**
- Compte **FACEBOOK**
- **Compte LINKEDIN**
- Compte **INSTAGRAM**
- Compte **Tiktok**
- **Compte You tube**

CHAÎNE YOU TUBE

- Captations
- Contenu pédagogique et éducatif
- Reportages
- ITV

LES DIFFÉRENTES CIBLES DE COMMUNICATION

COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE DE LA STRUCTURE : SON IDENTITÉ, SON IMAGE, SON POSITIONNEMENT, SON DIRECTEUR MUSICAL

Communication auprès des **Partenaires « diffuseurs »** en Île-de-France

Communication auprès du public des **Salles d'Île-de-France**

Communication sur **la Saison 24.25** et **les concerts programmés à Paris dont nous sommes producteurs**

Communication sur **l'Action culturelle** (la programmation jeune public, les lycées, les actions éducatives emblématiques, les 0-3 ans, les publics dits empêchés)

Communication auprès des différents types de publics (objectif : **développement des publics** notamment les 18.35 ans)

Communication auprès des **Partenaires publics et institutionnels**

Communication **Philharmonie de Paris**

Communication sur les **Concours de recrutement**

Communication sur les **Événements**

Communication sur **Le Studio**

Communication sur **Le Parc**

Communication interne (**musiciens et administration**)

Pour chacune de ces cibles, nous définissons des objectifs en début de saison que nous réalisons à l'aide d'outils et d'actions.

Pour créer une identité visuelle
ad hoc pour la structure

Il faut s'être posé la question

- des valeurs
- du positionnement
- de la représentation

rchestre
national d'Île-de-France

50
ANS

JOUEZ!

ORCHESTRE NATIONAL D'ÎLE-DE-FRANCE
DIRECTION MUSICALE CASE SCAGLIONE

24 25
JOUÉZ!

PRÉFET
DE LA RÉGION
D'ÎLE-DE-FRANCE
LE DÉPARTEMENT
D'YVELINE

Région
Île de France

Orchestre
national d'Île-de-France

L'Âme russe
Orchestre national d'Île-de-France
direction Eugene Tzigane
piano Florian Noack

PROKOFIEV
Concerto pour piano n° 3

TCHAIKOVSKI
Symphonie n° 5

orchestre
national d'Île-de-France

PRÉFET DE LA RÉGION ÎLE-DE-FRANCE
Région Île de France

21.22

¡Viva España!
Orchestre national d'Île-de-France
direction Case Scaglione
violoncelle Johannes Moser

RAVEL
Alborada del gracioso
Boléro
Rhapsodie espagnole

STRAUSS
Don Quichotte

orchestre
national d'Île-de-France

PRÉFET DE LA RÉGION ÎLE-DE-FRANCE
Région Île de France

22.23

UNE SOIRÉE AVEC CHOSTAKOVITCH
Orchestre national d'Île-de-France
direction Thomas Sanderling
violoncelle Emmanuelle Bertrand

CHOSTAKOVITCH
Le Nez, extraits en création française
Concerto pour violoncelle de Schumann, orchestration
Symphonie n° 15

orchestre
national d'Île-de-France

PRÉFET DE LA RÉGION ÎLE-DE-FRANCE
Région Île de France

23.24

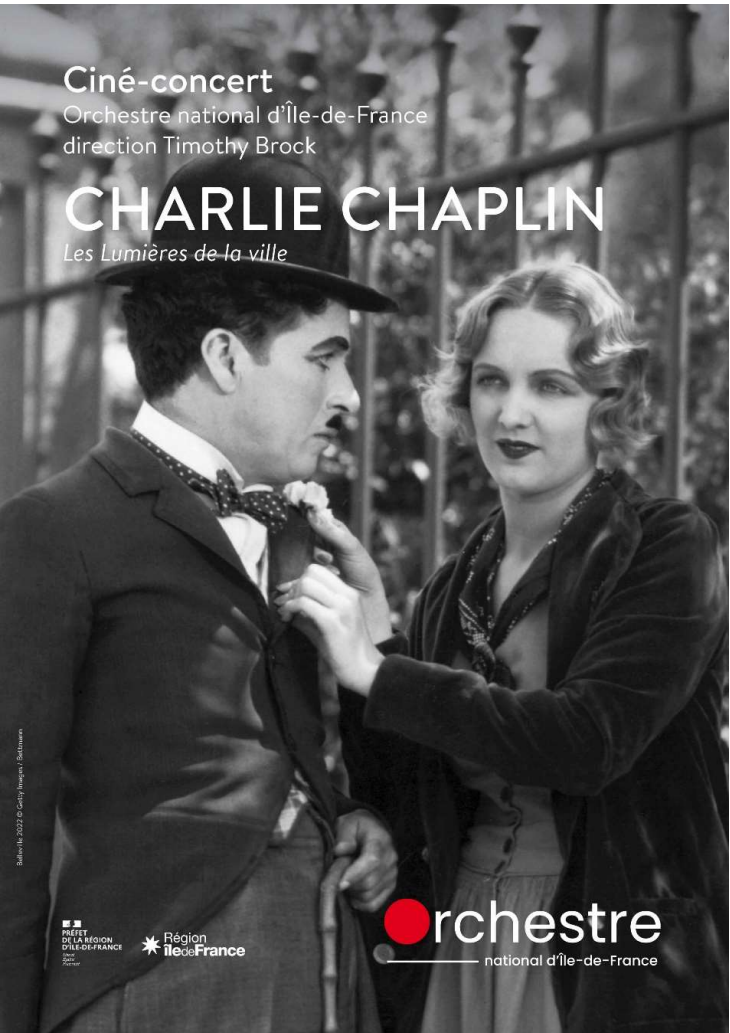
Ciné-concert

Orchestre national d'Île-de-France

direction Timothy Brock

CHARLIE CHAPLIN

Les Lumières de la ville



PRÉFET
DE LA RÉGION
D'ÎLE-DE-FRANCE

Région
Île-de-France

Orchestre
national d'Île-de-France

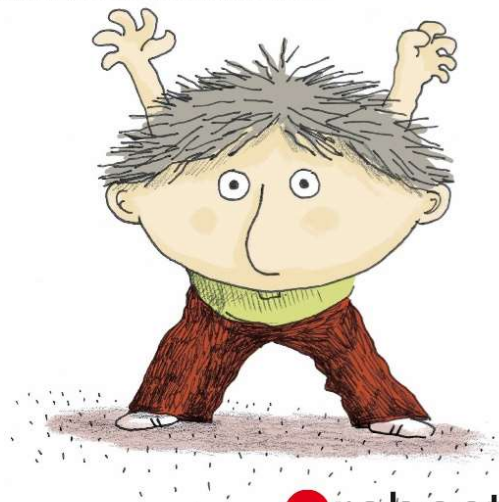
Orchestre national d'Île-de-France
récitant Guillaume Marquet

DÈS
4 ANS

ÉMILE EN MUSIQUE

d'après *Émile*, Gallimard jeunesse / Giboulées

LIVRET VINCENT CUVELLIER
MUSIQUE MARC-OLIVIER DUPIN
ILLUSTRATIONS RONAN BADEL



PRÉFET
DE LA RÉGION
D'ÎLE-DE-FRANCE

Région
Île-de-France

Orchestre
national d'Île-de-France