

# **FORTIER DANSE-CRÉATION**

## **Plan de communication 2013**

### **Mission**

Le mandat de la compagnie Fortier Danse-Création se définit comme suit :

- Soutenir la création, la production et la diffusion des œuvres chorégraphiques de Paul-André Fortier ;
- Développer ainsi de nouvelles formes d'expression en mouvement et de nouveaux langages corporels ;
- Sensibiliser le public adulte et le jeune public à la danse par le biais de spectacles, d'ateliers, de conférences, de discussions etc., afin de leur faire mieux connaître, comprendre et apprécier la discipline ;
- Assurer la transmission des savoirs et des expériences de la danse par le biais d'ateliers, de stages et d'activités diverses, à domicile et en tournée.

### **Contexte actuel et enjeux de communication**

#### **Forces de la compagnie, en lien avec les communications :**

- . Originalité et abondance de l'œuvre de Paul-André Fortier
- . Notoriété du chorégraphe au niveau local et international
- . Équipe permanente solide (Direction administrative, direction artistique, coordonnatrice et assistante aux communications)
- . Partenariat avec des prestataires externes pour différents volets (diffusion internationale, relations presse, graphisme, impression, vidéo...)

Appartenance à Circuit-Est centre chorégraphique avec 7 autres compagnies

#### **Faiblesses**

- . Public pointu et donc restreint
- . Activité de la compagnie dépendante de la diffusion des créations
- . Budgets restreints

#### **Objectifs de communication**

- . Mettre en valeur et véhiculer l'image du chorégraphe Paul-André Fortier au niveau local et à l'international.
- . Promouvoir et médiatiser la présentation de ses pièces et les activités de la compagnie.
- . Inscrire la notoriété de la compagnie sur la durée.
- . Consolider la diffusion au niveau national et international.

. Témoigner de la contribution remarquable de Paul-André Fortier à la danse contemporaine au Québec et au Canada.

. Communiquer plus activement sur les autres activités du chorégraphe (ex : enseignement)

### **Publics cibles**

- ♦ Spectateurs (grand public)
- ♦ Diffuseurs internationaux
- ♦ Diffuseurs au Canada et au Québec
- ♦ Collaborateurs et partenaires
- ♦ Médias
- ♦ Partenaires gouvernementaux
- ♦ Milieu de la danse
- ♦ (Partenaires privés au financement et milieu des affaires)

### **Axe central de communication**

**Paul-André Fortier : un « homme qui danse », et qui se démarque par la recherche de nouveaux défis artistiques, ainsi que par ses concepts chorégraphiques inusités.**

**Fort de 30 ans de carrière chorégraphique, la qualité de ses pièces, l'exploration de nouvelles voies, le choix de ses collaborateurs artistiques, et ses talents de pédagogues en font l'un des chefs de file de la danse contemporaine au Québec.**

### **Stratégies principales**

- . Produire et mettre régulièrement à jour le matériel de promotion et de communication de la compagnie.
- . Conserver une uniformité graphique et respecter l'identité visuelle de Fortier Danse-Création dans tous les outils de communication.
- . S'appuyer sur les actions médiatiques et les relations de presse de notre agence de communications, Papineau-Couture.
- . S'appuyer sur de nouveaux moyens de communications et les utiliser pour les activités courantes de la compagnie (réseaux sociaux).
- . Renforcer les liens avec les diffuseurs au travers de notre collaboration avec Thérèse Barbanel
- . S'appuyer sur les outils de promotion des diffuseurs qui nous programment.
- . Créer une communauté grâce aux réseaux sociaux.

## **ACTIONS DE COMMUNICATION**

### **Courantes**

Conception et mise à jour du dossier de presse

Mise à jour du contenu du site web

Rédaction et envoi de communiqués résumant les points forts du moment

Tenue de la revue de presse de la compagnie

Gestion de la liste d'envoi Utilisation des babillards spécialisés (ex : Artère, RQD, Diagramme...) pour relayer nos informations et augmenter notre visibilité dans le milieu de la danse

### **Relation de presse**

En partenariat avec Papineau-Couture : envoi de communiqués, suivi avec les journalistes, au besoin mise en place de petits événements promotionnels (conférence de presse ou autre)

Développement de l'espace presse sur le site internet de la compagnie

### **Contexte de création d'une nouvelle pièce**

Rédiger ou faire rédiger les textes

Réalisations de photos promotionnelles

Réalisation du DVD promotionnel (captation, montage, etc...)

Réalisations graphiques autour de la création au besoin (logo, pochettes, etc...)

Réalisation d'invitations, de lettres d'informations etc...

### **Contexte de présentation d'une pièce du répertoire**

Adapter et transmettre l'information et le matériel vidéo à l'équipe des communications du diffuseur

Au besoin cibler en partenariat avec le diffuseur les réseaux et partenaires visant à faire parler de la pièce

Répondre aux demandes de presse

Réalisation d'invitations, de lettres d'informations, etc

### **Diffusion**

#### **Réseaux sociaux**

. Développer les réseaux sociaux et tenir à jour nos différentes pages

. Ouvrir un compte linkedin pour Paul-André

. Ouvrir un compte Pinterest et s'assurer de notre référencement sur ce média

## Communication interne

- . Mettre en place un système d'agenda en ligne (Ical)
- . Monter un annuaire des prestataires par catégorie

### Quelques exemples d'actions ( et objectifs) - Non exhaustif

Action entreprise	Résultats recherchés	Échéancier général et ressources déployées	Résultats atteints à mi-parcours
Revoir le design du dossier de presse	Cohérence avec le reste des outils, plus de place aux visuels		
Changement de prestataire pour les envois de masse	Trouver un outil plus simple à manipuler et qui donne plus de possibilité au niveau graphique	Fin de l'entente avec Netscoop le 31 mai 2013. Le nouveau prestataire envisagé est Courrielleur (possibilité de se greffer au contrat de Circuit-Est).	
Mise en place d'un système d'archivage électronique des articles de presse	Alléger le dossier « articles de presse » sur l'ordinateur Plus de facilité dans la gestion de la revue de presse Archiver les anciens articles > ne pas perdre de données	Février 2013 : trier, renommer et classer les articles. Archiver les articles antérieurs à 2006 dans un disque dur. Mars 2013 : Mise à jour de la revue de presse avec les nouveaux articles. Avril 2013 : Mise à jour du guide de procédure.	
Mise à jour de la base de données	Mise à jour suite à divers événements	Une mise à jour a été faite récemment intégrant les contacts intéressants de la liste des participants de CINARS et nos contacts facebook actifs.	
Mettre en place un agenda en ligne (Ical)	Faciliter le partage d'informations au sein de l'équipe	Février 2013 : Mettre en place l'outil (entrer les donner actuelles) Mars 2013 : Intégrer Ical au guide de procédures > Valérie rentre les données tous les 15 jours dans Ical et l'imprime pour Gilles	
Développer les réseaux sociaux	Augmenter notre visibilité sur ces réseaux	Mars 2013 : Mise en place d'une stratégie d'utilisation des réseaux sociaux avec	

		échancier	