



Rencontre du réseau des chargé·e·s de comm'

Un temps d'information et d'échange pour permettre de mieux comprendre les attentes et les contraintes des journalistes de la presse écrite spécialisé·es dans les matières culturelles, les délais à respecter, les messages clés à prioriser.

Mais aussi un moment collectif de partage d'expériences, de bons plans et de souhaits pour le futur.

Animation : Céline D'Ambrosio et Pauline Demanet

Journaliste : Stéphanie Bocart

Animations du matin – les défis com' 2024

Les participant·e·s sont divisés par petits groupes. Ensemble ils échangent sur leurs projets, leurs objectifs de 2024 mais aussi les obstacles qu'ils vont devoir affronter. Après cela, tout le monde se réunit et le porte-parole explique ce qui a été discuté en sous-groupes et chacun·e peut réagir ou proposer des pistes de solution.

Groupe 1 :

- Réflexions sur les nouvelles façons de toucher les moins de 20ans : via quels réseaux sociaux ? Tik-tok ? Voir quels sont les outils à disposition.
- Comment toucher la presse nationale ? Comment se démarquer ?

Groupe 2 :

- Refonte des outils de com' : les outils doivent évoluer
- Réseaux sociaux sont chronophages : manque de temps
- Repenser le 'jargon' du site web : pas tout public
- Vision différente entre équipe animation/com sur la refonte des outils, notamment utilisation du papier, affiche pour spectacle

Groupe 3 :

- Réflexions sur le jeune public, enfants, famille et ados : comment amener les gens dans la salle ? // problème aussi pour les CC sans salle.
- Réflexions sur la pertinence des différents supports de COM (RS/papier) en fonction du public cible
- Importance des collaborations notamment pour les CC décentralisés ex. programmation « Centritudes » qui propose des tournées.

Groupe 4 :

- Réalités de travail très différentes en fonction des CC avec des équipes de tailles variées
- Comment toucher les jeunes ? tik-tok ?
- Réflexions sur l'IA, comment cela peut nous aider ?
- Ancrage territorial versus digitalisation, c'est une problématique : moins de contact, trop devant nos écrans, moins de rencontres

Rencontre avec Stéphanie Bocart :

Journaliste depuis 2006 à "La Libre Belgique", d'abord au service régional (politique bruxelloise) (2006-2010), puis au service politique belge (en charge de l'Immigration puis de l'Enseignement) et, depuis janvier 2018, au service Culture (théâtre, danse, humour, politique culturelle).

La Libre fait partie du groupe IPM qui détient notamment la DH, télé-moustique, l'Avenir, LN24 etc.

Chiffres :

300.000 lecteurs print/digital et 40.000 abonnés print/digital

188.000 visiteurs uniques par jour sur le site (35-55ans)

Pour le contenu de la présentation voir le PPT (disponible sur demande. Envoyer un mail à pauline@astrac.be)

Questions :

- **Possible d'avoir une couverture pour une activité à Marche-en-Famenne par ex. ?** non la situation géographique des lieux peut être problématique : ne pas hésiter à envoyer la date du spectacle pour paraître dans l'onglet 'agenda' – idem la journaliste ne viendra pas voir un spectacle s'il n'y a qu'une seule date : cela peut être mis dans l'onglet 'agenda'
- **Ce qui peut être considéré comme « incontournable » :** les jeunes créations/créateurs
- Importance d'avoir des contacts privilégiés, essayer d'établir une relation de confiance
- Les interviews des artistes (dans l'idéal ne pas donner les coordonnées des artistes directement), visites des coulisses ou en pièce en cours de création :

moments importants et intéressants pour les journalistes

- Ne pas hésiter à passer un coup de téléphone – pas problématique de demander le numéro de gsm
- **Brochures de saison (print) à envoyer aux journalistes ?** Non où alors à un moment ‘creux’ (ex. janvier/février) de l’année – à envoyer par email et souligner certains spectacles
- Expertalia est une base de données importante pour les journalistes, les personnes qui y sont référencées sont plutôt liées au domaine académique ou scientifique
- Lors de renvoi vers infos spectacles : ne pas utiliser les RS – pas de renvoi vers Facebook par ex.

Animation ‘affirmations’ – après-midi

Des phrases sont disposées sur les tables. Les participant-e-s les découvrent et votent à l’aide de pièces en chocolat pour les affirmations qui leur parlent le plus. Après avoir voté, le groupe retourne à sa chaise et nous échangeons collectivement sur chaque affirmation.

Thème 1 : Réseau des chargé.es de com

- *J’aimerais que le réseau organise plus de journées de rencontre _27 votes*
6 mois entre les 2 rencontres, c’est un peu long, cela ne permet pas de mettre des choses en place, une journée en plus semble nécessaire (avril/mai car juin pas idéal)

Important de proposer des rencontres qui viennent donner des balises sur une thématique, avec intervenant.e extérieur.e

- *Je n’ai pas beaucoup de temps à accorder au réseau des chargé.es de com_0 votes*

Groupe FB des chargés de com’: nom à modifier

Proposition d’avoir un drive partagé pour y mettre des ressources, syllabus de formations, des outils comme cela se fait via le CCBW (et d’autres réseaux régionaux LAC, CCR/Liège, Huy, Pays vert etc.) – intéressant de s’inspirer de ce qui se fait déjà dans ces réseaux.

- *Je voudrais visiter une structure qui ne soit pas dans le secteur culturel_12 votes*

Important de voir ce qui se fait ailleurs - Par ex, sur les outils de planification.

Ex. projet Maison Folie à Mons – projet citoyen à visiter :

<https://maisonfolie.surmars.be/>

Thème 2 : Outils/ formations

- *Je me sens parfois perdu.e dans la masse d’outils disponibles_16 votes*
(voir tips plus bas)

- *Je ne trouve pas de formation com’ qui corresponde à mes besoins _16 votes*

Demande que ACC/ASTRAC continuent à mettre des posts sur les formations comm' dans le groupe FB.

- *J'en ai assez d'utiliser des outils gratuits pour la com dans mon CC_10 votes (voir tips plus bas)*

Thème 3 : Visibilité/promo des CC

- *Le secteur des Centres culturels souffre d'une image vieillotte_22 votes*

Appellation est connotée négativement – pb de tarifs, s'adresse à un type de public, la presse notamment a une méconnaissance du secteur des CC

Difficile d'atteindre le public sur les Réseaux sociaux et d'évaluer l'impact – la question de l'âge et du type de RS est posée. Dans certains CC, on a arrêté de vouloir à tout prix attirer les jeunes

Le travail avec les écoles est à valoriser.

- *Mon centre culturel a un budget publicité (RS, presse) _6 votes*

Certains ont un petit budget pub pour Facebook : pour booster certains événements

D'autres ont des partenariats avec la presse locale comme l'Avenir ou se partagent des encarts à plusieurs (ex. dans le vlan)

- *J'en ai assez de passer du temps à faire des posts FB pour 2 likes !_19 votes*

Il est important de mettre de l'humain dans les publications, chez certains ce sont les posts qui marchent le mieux (les coulisses, l'équipe etc.) – attention à ne pas se fier uniquement aux likes – le taux d'engagement est plus intéressant, ne pas mettre de lien vidéo venant de l'extérieur.

Partages de tips :

- **CANVA** : possibilité d'avoir accès à la version PRO gratuitement quand on est une asbl (donner son numéro BNE) – voir Canva pour les associations
- **Affinity** (retouche photo/indesign- photoshop) – beaucoup moins cher que la suite Adobe
- E-mailing **Mailjet** : paiement en fonction du nombre d'envois – gratuit jusqu'à 6000 emails/mois et 200 emails par jour
- E-mailing **Brevo** : gratuit jusqu'à 300 emails/jour – contacts illimités – et service client très performant et réactif
- **Photoshop éditeur** (Adobe) : l'application est gratuite
- **Mailchimp** : attention à bien supprimer la personne qui s'est désabonnée dans votre listing contact.