

## Fiche technique AlimenTerre Communiquer sur votre séance pour attirer les spectateurs

Dans un premier temps, vous devez définir votre stratégie :

- **Objectif** : Attirer le plus de spectateurs aux séances par exemple. Combien ? Fidéliser ? Sensibiliser des nouveaux ?
- **Cible** : Définir le « cœur de cible » et son profil : quelle tranche d'âge précise, scolaires ou non, quelle catégorie-socioprofessionnelle, les habitudes de consommation...  
La **cible secondaire** : Institutionnels ? Partenaires ? Journalistes ?  
→ Suivant la cible que l'on va choisir, le message et les canaux utilisés seront différents
- **Message** : Votre message doit être clair, concis, court et courtois (les 4 C)  
*Exemple : Venez nombreux à la Séance AlimenTerre du (date, horaire, adresse)*

Puis, dans un second temps, vous devez choisir vos canaux de communication :

Distinguer les outils gratuits et payants ainsi que le **budget** à y consacrer.

- **Supports numériques** :
  - **Site internet** si vous en avez un sinon utilisez celui d'[Horizons Solidaires](#) et celui du [festival AlimenTERRE](#) pour relayer l'information
  - L'**e-mailing** et/ou la **newsletter** (envoi d'invitations à 15 personnes par mail maximum)
- **Réseaux sociaux** :
  - ✓ Page **Facebook** : faites le relai entre votre page et celle du festival et d'Horizons Solidaires. **Poster, liker, partager, taguer** un compte ou une page (ex : @HorizonsSolidairesNormandie), **commenter** pour créer du trafic sur votre page
  - N'hésitez pas à intégrer du visuel (photos, images, GIF)
  - ✓ Pages Facebook des institutionnels pour promouvoir votre événement (ex : ville de Caen) ou des journaux (ex : *Ouest France*)
  - ✓ **Twitter** très pertinent pour faire parler de votre événement en amont, puis en diffusant des photos et vidéos en live le Jour-J et faire un retour rapide (140 caractères max)
- Bonne pratiques** :
  - utiliser son propre hashtag original avec le #
  - créer un hashtag en rapport avec l'événement
  - utiliser les @ pour inciter les personnes/structures à retweeter
- **Supports traditionnels** :
  - **Affichage** : affiches, flyers et dépliants mis à votre disposition
  - Voir quels lieux privilégier en fonction des cibles
  - **Presse locale**
  - Pour cela, utilisez le **communiqué de presse**. Attention à ne pas y intégrer trop d'informations. Un communiqué = un message
  - **Radio locale**
  - Par exemple, sur *France Bleu*, vous pouvez téléphoner et passer en direct pour annoncer votre événement le jour même.
  - Ecrans des bus de ville (ex : Twisto) ou fond d'écran d'ordinateurs pour les établissements scolaires

Ne pas oublier la communication **post-événement**, d'évaluer l'**impact** de votre communication à l'aide du nombre d'entrées, de questionnaires de satisfaction et d'une **revue de presse**.  
Merci de nous faire partager ces informations également.

