

PETIT GUIDE DE LA COMMUNICATION

CINÉ LAB

COMMUNIQUER AUTOUR D'UN ÉVÈNEMENT

2 octobre 2014





Préambule

Afin de répondre à certaines de vos questions, pour mieux découvrir les nouveaux outils de communication régulièrement évoqués lors de Ciné Lab et autres journées de formation et enfin pour vous donner un peu d'inspiration, le réseau de médiation cinéma M'RA et ses partenaires vous proposent ce "Petit guide de la communication".

Bien entendu, ce guide ne prétend en aucun cas être exhaustif, il fournit cependant des clés et des bases indispensables pour dynamiser sa communication, notamment auprès du public jeune. Pour cela, il sera proposé deux focus : un sur les réseaux sociaux et un sur les nouveaux outils.

Avant tout, il est important d'évoquer une question récurrente que nous nous posons tous : celle du droit à l'image. Voici quelques solutions, aucune n'est idéale, mais mieux vaut tenter que de ne rien faire :

- Lors d'un évènement, installer des affiches indiquant la présence de photographes/vidéastes et laisser la possibilité à ceux qui le souhaitent de ne pas apparaître sur les images
- Faire signer un document à tous les participants autorisant l'utilisation de leur image
- Dans le cas d'utilisation d'images de films :
 - ne pas se poser trop de questions si celles-ci sont utilisées à des fins de promotion du film
 - dans le cas de Mashups postés sur Youtube par exemple, tentez, au pire, la vidéo sera retirée du site de partage vidéo

Bonne lecture à tous !





C'EST QUOI CINÉ LAB ?



RÉPONSE EN IMAGE





FOCUS

RÉSEAUX SOCIAUX





1 – FACEBOOK

Présentation

Facebook est un réseau social permettant d'échanger des informations (photos, vidéos, textes etc...). Pour une salle de cinéma, il permet de communiquer sur sa programmation et ses événements mais également d'élargir ses publics en offrant une plus grande visibilité.

Lexique

Profil : une personne se cache derrière un profil.

Page : une page est administrée par un profil. C'est un espace public où l'administrateur publie des informations concernant un sujet donné. La page peut être "likée"



Groupe : c'est un espace de partage entre profil ayant un intérêt commun. Le groupe peut être "ouvert", "fermé" ou "secret", ces différents statuts changent les modalités d'inscription et d'accès aux informations. N'importe quel utilisateur peut créer un groupe. Pour y adhérer il faut devenir membre.

Évènement : il est possible de créer un événement, c'est à dire un espace ne concernant que l'activité que vous proposez dans votre salle. Cet espace possède son propre mur sur lequel on peut publier des informations, les participants peuvent également réagir sur le mur de l'évènement. Il est possible d'envoyer des invitations pour cet événement (même si l'on en est pas l'administrateur).

Mur : le mur regroupe l'ensemble des actualités d'un profil, d'un groupe ou d'une page. Les informations qui y apparaissent dépendent en partie des paramètres de confidentialité sélectionnés par le gestionnaire.





Fil d'actualité/Timeline : il s'agit d'un espace qui recense l'intégralité des nouvelles activités de ses amis, de ses groupes, de ses événements, des pages likées ainsi que de son propre profil

Notification : alerte matérialisée par un petit chiffre rouge en haut à gauche de l'écran. Il indique qu'une activité vous concernant s'est produite

Like : matérialisé par un petit pouce bleu. "Liker" une page une publication ou un commentaire signifie que l'on y porte un intérêt. Le nombre de likes est un indicateur de la popularité et de la portée de l'élément liké

Partager : partager une publication c'est la publier à nouveau dans un espace différent (événement, son profil, profil d'un ami, page, groupe...). Il est possible de partager la publication de quelqu'un d'autre tout comme sa propre publication pour la faire apparaître dans différents espaces.

Tagger : tagger un ami ou une page, c'est mentionner son nom dans une publication et ainsi créer un lien actif vers le profil ou la page mentionnée.

Amis : les amis sont les personnes ajoutées par un profil. Etre ami avec un autre profil c'est créer un partage entre les deux profils et donc donner accès privilégié à ses informations au profil ami. Il est cependant possible de limiter au cas par cas les informations partagées avec chacun...

Liens utiles

FB, le guide complet pour devenir un expert : [article internet](#)

Sécuriser son FB : [tuto vidéo](#)

Aide à la création d'événements : [aide facebook](#)





2 - Twitter

Présentation

Twitter est un réseau social fonctionnant principalement sur le principe de l'instantané. L'utilisateur peut poster des messages qui correspondent à son état d'esprit au moment de l'écriture.

Lexique

Hashtag (#) : ce signe précède un mot clé qui définit le thème du tweet, plusieurs mots clés peuvent être indiqués. Le # ne doit pas être séparé du mot clé par un espace. Le hashtag crée un lien direct qui permet de visualiser tous les tweets mentionnant ce # sur une même page.

@ : ce signe est toujours accolé au nom d'un autre utilisateur (aucun espace entre le @ et le nom). Il est utilisé pour signaler que c'est à lui que vous vous adressez. Votre message apparaîtra donc sur votre profil twitter.

Un tweet : il s'agit d'un post, le tweet traduit l'état d'esprit de l'utilisateur, son opinion à un moment précis. il doit être constitué de 140 signes maximum.

Following : les following sont les comptes Twitter que vous suivez et dont vous recevez les informations.

Followers : il s'agit des personnes qui suivent votre actualité.

Twittos : il s'agit d'un utilisateur de twitter.

Retweet (RT) : lorsque vous appréciez un tweet il est possible de le retweeter, donc de le publier sur votre compte afin de le relayer auprès de vos followers.

Direct Message (DM) : il s'agit d'un message privé qui ne peut être lu que par un destinataire.

Liens utiles

Petit lexique de Twitter : [diaporama](#)
Twitter, sécuriser votre compte : [tuto vidéo](#)





3 – Instagram

Présentation

Instagram est un réseau social de partage de photos. Il s'agit d'une application qui est téléchargeable sur smartphones et androïdes. Lorsqu'une photo est prise et déposée sur Instagram, il est possible de la partager immédiatement sur les réseaux sociaux, notamment Facebook. Instagram utilise les mêmes signalétiques et le même vocabulaire que les autres réseaux sociaux, notamment le hashtag.

Liens utiles

[Tuto PDF instagram](#)

[Instagram pour les nuls](#)



4 – flickr

Présentation

Flickr est une plateforme de stockage et de partage de photos. Cette plateforme permet d'inscrire clairement ses droits sur les images partagées. Elle permet également de faire une sauvegarde de ses images et de les récupérer ensuite. Il est possible de créer des albums et de contrôler leur diffusion.

Liens utiles

[Guide d'utilisation de flickr](#)





5 – Youtube

Présentation

Youtube est la plateforme de partage de vidéos la plus populaire, elle permet donc une large visibilité grâce notamment au référencement dans google vidéo.

Il est possible de s'inscrire et de créer sa propre chaîne de vidéos (en partageant des vidéos préexistantes ou en publiant ses propres vidéos). Les vidéos peuvent être organisées ensuite en playlist via le “mode édition” de sa chaîne.

Liens utiles

[Guide de démarrage de Youtube](#)

[Lexique du vocabulaire Youtube](#)

[Guide d'utilisation de Youtube](#)



6 – Vimeo

Présentation

Vimeo est une plateforme de partage de vidéos. Vimeo est peut-être plus professionnel que Youtube, cependant il offre une moins grande visibilité car il est moins utilisé.

La plateforme est également plus propice à la découverte de vidéos d'auteurs et d'artistes que Youtube qui propose une plus grande masse de “tout-venant”.

Contrairement à Youtube, les vidéos postées sur Vimeo ne sont pas visibles depuis tous les écrans...

Liens utiles

[Guide d'utilisation de Vimeo](#)





7 – Snapchat

Présentation

Snapchat est une application utilisable depuis les smartphones et androïdes. Le principe est simple : envoyer une photo ou vidéo ou un message texte (ou bien un ensemble de photos et vidéos) à un ou plusieurs de ses contacts. La particularité de Snapchat est que la communication se base sur le principe du message éphémère, l'émetteur définit avant d'envoyer le message la durée de vie de celui-ci. Après avoir été ouvert par le destinataire, le message s'autodétruit au bout de quelques secondes. Les photos ou vidéos doivent avoir été prises à partir de l'application, elles peuvent être retravaillées grâce à différents outils présents sur Snapchat.

Liens utiles

[Snapchat : mode d'emploi](#)

[Internet sans crainte : Snapchat](#)





FOCUS

NOUVEAUX OUTILS





1 – Le Mashup

Définition : Il s'agit d'un film créé à partir d'images préexistantes issues d'autres films, publicités etc... Les images sont souvent associées à un mix de sons et de musiques.

Comment l'utiliser en salle ?

- Pour une bande annonce d'un film ou d'un événement
- Pour créer une animation complémentaire grâce à la "table Mashup"

Quelques exemples et liens utiles

Exemples de Mashups :

[My Motherfunky Musical Mashup](#)

[Le Zola te laisse les clés – Mashup Trains](#)

[Blow up – Mashup Tarantino](#)

La table Mashup : [Demo table Mashup](#)

[Exemple de Passeur d'images](#)



2 – Le Gif animé

Définition : Il s'agit d'une image en mouvement qui se répète en boucle pour remplacer une photographie ou un photogramme sur une page web. Souvent il s'agit d'images tirées de vidéos existantes, cependant le gif peut également être créatif.

Comment l'utiliser en salle ?

- En l'intégrant dans une newsletter
- En le publiant sur Facebook via le site Giphy
- En le diffusant sur un site web

Quelques exemples et liens utiles

[L'instant Gif : Topito](#)

[Giphy, banque de Gif](#)

[Paris doodle Gif](#)

Exemples de logiciels de création de gifs

GIFfun / Gifrocket / Gifbrewery





3 – Détournements, Les bandes annonces

Proposition : La bande annonce peut faire l'objet de remaniement et de remontage pour annoncer une soirée, un film ou un évènement. C'est l'occasion d'être créatif et de proposer quelque chose de différent au public.

Comment l'utiliser ? :

La bande annonce en plus d'être diffusée sur l'écran, peut être partagée sur les réseaux sociaux (une chaîne Youtube ou Dimeo est alors recommandée). Elle peut également être diffusée dans le hall pour ceux qui disposent d'écrans ainsi que chez les partenaires qui en ont la possibilité.

Quelques exemples et liens utiles :

[Bande annonce Grease – Ciné Mourget](#)

[Bande annonce Pulp Fiction – Ciné Malraux](#)

[Teaser du groupe Le Zola te Laisse les clés – Cinéma Le Zola](#)



4 – Détournements, Les affiches et flyers

Proposition : Comme les bandes annonces les affiches peuvent faire l'objet d'une grande créativité.

Comment l'utiliser ? :

L'affiche peut, en plus d'être exposée dans le hall, être légèrement retravaillée afin d'être projetée sur l'écran en tant que carton d'avant-programme. Pour la diffusion de l'information, privilégier les endroits stratégiques ainsi que la qualité à la quantité.

Quelques exemples et liens utiles :

[Affiches minimalistes films d'horreurs](#)

[Compléter des affiches](#)

[Recréation d'affiches en pâte à modeler](#)

[Affiches voitures cultes](#)

[Affiches repensées](#)

[Affiches décors cultes](#)

Ce que proposent déjà les salles : [Dossier communication](#)





5 – Skype

Définition : Skype est un logiciel de communication à distance via webcam ou micro. Pour utiliser Skype il suffit de télécharger le logiciel, de se créer un compte à partir de son adresse e-mail.

Pourquoi l'utiliser en salle ? :

- Pour remplacer une rencontre avec un réalisateur ou les membres d'une équipe de film qui ne pourraient pas se déplacer pour une séance spéciale
- Pour annoncer un évènement
- Pour présenter un film

Quelques exemples et liens utiles :

[Chaîne vimeo "Skype me if you can – Cinéma Le Méliès"](#)

[Test d'une journée de formation médiation cinéma](#)

Tuto : [Créer un compte skype](#)

6 – Webography

Quelques liens ;-)

Pour se ressourcer :

<http://www.ufunk.net>

<http://www.fubiz.net>

A partir de Facebook :

<https://fr.pinterest.com>

tutoriel : [Pinterest](#)

Pour travailler ses photos :

<http://www.befunky.com/create/>

<http://www.rollip.com>

Pour se mettre en scène en tant que professionnel :

[Canal Plus – Oeil de Links](#)

Pour se renseigner :

[Le dictionnaire du Hashtag](#)





RENDEZ-VOUS

AU PROCHAIN

 **CINÉ LAB !**



CINÉ-LAB

COMMUNIQUER AUTOUR D'UN ÉVÈNEMENT

2 octobre 2014

**Rédaction : Jonathan Eyraud
supervisée par Isabelle Perez**

**Organisation de Ciné Lab
Isabelle Perez – GRAC
Juliette Boutin – GRAC
Amaury Piotin – ACRIRA
Catherine Cassaro – ACRIRA**

**Assistance / Captation Vidéo
Clémence Matagrín – ACRIRA
Jonathan Eyraud – GRAC**

novembre 2014

