

TAP' DES YEPS

DOSSIER CRÉATIF

pulp'sion
Créative

COPY
STRATÉGIQUE

1



I. LE BILAN IMAGE

LE CONTEXTE DU COMMANDITAIRE

Tap' des Yeps est une association, loi 1901, à but non lucratif qui a créé un événement festif de type festival de musique par et pour les festivaliers, afin de faire découvrir des groupes variés et de promouvoir des artistes locaux.

Après avoir écumé les festivals et autres événements locaux, ses membres ont souhaité créer quelque chose qui leur ressemble vraiment et s'adressant à un public plus jeune. Ils créent l'association en 2014, elle est le fruit d'une équipe d'amis de longue date, férus de musique, de festivals et d'arts de rue en tout genre.

Issus pour l'essentiel du Poitou-Charentes à Confolens (16), le choix de faire découvrir les acteurs locaux est apparu comme une évidence.

Au fil de leurs réflexions, ils souhaitent aussi mettre en avant leur attachement à leur région, à la vie locale, à l'écologie et aux valeurs associatives.

Chaque édition du festival est placée sous un thème choisi en amont qui orientera la communication, la décoration et le choix des déguisements. La première édition s'est déroulée le 2 juillet 2016 à la ferme d'Olga sur l'aire de repos de Terreneuve. La 3^e édition marque un tournant parce qu'ils passent d'un à deux soirs de festival.

**CONTEXTE
DU CLIENT**

I. LE BILAN IMAGE

LE CONTEXTE DU COMMANDITAIRE

En revanche, l'association ne se limite pas seulement à ce festival de musique; effectivement, tout au long de l'année, le comité d'association participe et organise des événements, ci-dessous, quelques exemples :

- **"LA SOIRÉE DU 2 MARS"** : en général le premier week-end de mars, ils organisent une soirée concert à la ferme St Michel avec deux groupes. C'est aussi à cette occasion qu'ils renouvellent les adhésions de leurs membres, l'année administrative se terminant le 15 février.
- **LES SOIRÉES, "TAP' DES YEPS S'OFFRE LE PARTIZANI"** : environ deux fois dans l'année, ils prennent le contrôle du Bar associatif Le Partizani (à côté de la ferme Saint-Michel, lieu culturel emblématique de Confolens) afin d'y rassembler bénévoles et adhérents pour un boeuf. L'événement se déroule souvent en septembre-octobre. C'est à ce moment-là que le thème de l'année suivante est voté.

CONTEXTE DU CLIENT

- **TAP' DES YEPS & LES CHEMINÉES DU ROCK** : il s'agit d'une soirée co-organisée avec l'association les Cheminées du Rock qui fait un festival de Hard Rock vers le 18 août à Saillat, à 40 mn de Confolens. Elle a eu lieu une fois, en janvier 2019. Cette année, ils ne savent pas encore s'ils vont renouveler ce partenariat. Pourquoi pas avec une autre association locale ?
- **LES BROCANTES** : deux à trois fois dans l'année, ils participent à des brocantes sur Confolens. Après un appel aux dons, ils revendent à prix libre ce qui leur a été donné.
- **TDY ET LE FESTIVAL DE CONFOLENS** : Depuis l'année 2018, ils participent au festival de Confolens avec une animation chariotte. L'association a construit une charrette à bras. Une équipe de bénévoles se déplace dans Confolens pour échanger et sensibiliser sur l'écologie avec les festivaliers. Les thèmes sont généralement choisis et préparés à l'avance. En 2019, ils ont, en plus, tenu un stand restauration de 23h à 04h30 à la Bodega (boîte de nuit à ciel ouvert pour un public jeune).

I. LE BILAN IMAGE

DIAGNOSTIC BILAN INTERNE

STRUCTURE DE L'ASSOCIATION

Tap' des Yeps est une association confolentaise composée de quinze membres au comité d'association.

Environ une centaine de bénévoles sont actifs pour aider durant le festival.

Le reste de l'année, les bénévoles interviennent uniquement pour des événements ponctuels en fonction des besoins de l'association.

RESSOURCES DE L'ASSOCIATION

Les ressources financières de l'association sont les bénéfices de leurs différents événements. (places vendues, consommations sur place, goodies...)

Elle travaille aussi avec différents partenaires qui financent certaines dépenses : Sacem, la ville de Confolens, Charente Limousine, Région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes, le département de la Charente et ainsi que cinquante-deux commerces de Confolens et des alentours.

Les connexions avec le tissu associatif et institutionnel local facilitent beaucoup de choses.

Sur le confolentais, Tap' des Yeps est la seule association à proposer un événement festif à destination des ados/jeunes, facilitant ainsi la curiosité autour de ce projet.

Elle est souvent associée à l'AMAC, de par l'organisation de nombreuses soirées au Partizani, et le partage du bureau.

DIAGNOSTIC INTERNE

I. LE BILAN IMAGE

DIAGNOSTIC INTERNE

ANTÉCÉDENTS DE LA COMMUNICATION DE L'ASSOCIATION

L'ancienne image de Tap' des Yeps était démodée : son logotype et son site web étaient peu modernes, et ne valorisaient donc pas assez l'association.

Le site internet était basé sur un wix et était obsolète, le contenu du site n'était pas mis en valeur, le graphisme était "vieillot" et son design était dépassé.

Il était donc évident qu'une nouvelle stratégie de communication devait être mise en place, tout en conservant l'essence de leur identité visuelle : il est souvent difficile de se séparer d'un logo auquel on tient et qui nous a accompagnés sur la route du succès. Il est chargé de "sens" et d'affect pour les fondateurs de l'association.

Chaque année pour le festival, l'association met en place une affiche print qui est ensuite déclinée sur les différents réseaux sociaux pour la promotion de l'événement.

Le festival est basé sur un thème précis qui change tous les ans. Pour l'année 2019, le thème défini était "super-héros". Les communications étaient donc articulées autour d'un super-héros arborant le logo sur le torse.

En 2019, notre studio créatif a mis en place un site web qui était entièrement floqué sur le thème super-héros.

Tap' des Yeps communique essentiellement via le réseau social Facebook, elle possède deux pages :

- une page "Tap' des Yeps", catégorisée dans l'art de la scène
- une page événement "Festival Tap' des yeps #4", consacrée à la quatrième édition du festival, qui a eu lieu les 28 et 29 Juin 2019.

Elle possède également deux groupes permanents :

- un groupe "Tap' des Yeps Bénévoles", avec 117 membres, qui est une sorte de forum où les bénévoles et non bénévoles ont la possibilité de publier
- un groupe "Covoiturage Tap' des Yeps".

Tap' des Yeps a également une chaîne Youtube et une page Instagram.

Le 12 Octobre Tap' des Yeps possédait :

- 1.6 K fans sur Facebook
- 484 abonnés sur Instagram
- un nombre variable de 61 à 603 vues sur Youtube.

DIAGNOSTIC INTERNE

I. LE BILAN IMAGE

DIAGNOSTIC INTERNE

CULTURE DE L'ASSOCIATION

Il s'agit donc d'une association charentaise créée pour les fêtards et les mélomanes, afin de faire découvrir des groupes variés et de promouvoir des artistes locaux, en invitant tous ceux qui le voudraient bien à rejoindre cette grande famille Yepienne.

Le partage, la transmission, la découverte, la solidarité et la famille sont donc des valeurs importantes au sein de Tap' des Yeps.

Pour eux, il est primordial de promouvoir leur région en développant la vie locale à travers une association pour les jeunes.

L'association possède également une forte conscience écologique.

CONCLUSION DU BILAN INTERNE

Tap' des Yeps est une association ancrée dans le paysage local de la région Poitou-Charentes, forte de ses six ans d'existence et de ses cinq festivals organisés.

Étant donné qu'ils souhaitent aujourd'hui s'étendre à leur région pour la faire découvrir et partager leur projet, il est nécessaire d'avoir un positionnement clair sur lequel baser la communication.



**DIAGNOSTIC
INTERNE**

I. LE BILAN IMAGE

DIAGNOSTIC EXTERNE

CONCURRENTS DIRECTS :

MUSE EN SCÈNE : DU 26 AU 27 JUIN

Muse en scène est un festival de caractère où se mêlent programmation éclectique et découvertes musicales. Afin d'allier diversité et qualité, c'est la scène régionale qui sera mise en lumière. Huit concerts de styles divers (rock, pop, hip-hop, reggae, ...) se succèdent sur la scène du festival. Des espaces de restauration et des buvettes sont installés, avec la volonté de proposer les produits locaux des commerçants, à des prix abordables.

Le samedi après-midi, plusieurs animations et des ateliers artistiques et culturels sont proposés. Cette année 2020, ce sera la troisième édition qu'organise l'association Pont-Levis qui se déroule sur le champ de foire de Saint-Junien.

Ce festival se déroule à environ 20 km du festival Tap' des Yeps et propose une entrée prix libre.

Communication : leur communication change chaque année en fonction de leur affiche qu'ils reprennent sur tous les supports. (l'association Pont Levis qui organise le festival est peu active en dehors de cet événement).

DIAGNOSTIC EXTERNE

LE CHANT DES GRÔLES : DU 28 AU 29 JUIN

Le Chant des Grôles est un festival de musiques actuelles, festif et éclectique, créé en 2011 par un groupe d'amis, passionnés de musique et qui est devenu une référence parmi les festivals de Vienne. Chaque année depuis huit ans, le dernier week-end de juin, il réunit 2 500 personnes autour d'une programmation d'artistes en devenir ou reconnus, dans une ambiance festive et familiale dans le Parc de Vounant à Vivonne.

Leur objectif : concilier à chaque édition, têtes d'affiche reconnues et jeunes talents locaux et rendre la culture accessible à tous avec une soirée à prix fixe le samedi, et une soirée à prix libre le vendredi. Ce festival se déroule à environ 65 km de Confolens, il possède une programmation plus importante avec un coût similaire et se base sur un modèle similaire à Tap' des Yeps.

Communication : leur communication visuelle est homogène, ils reprennent leur charte graphique sur l'ensemble de leurs supports et sur leurs différents festivals, mais elle est vieillissante et peu maîtrisée.

I. LE BILAN IMAGE

DIAGNOSTIC EXTERNE

CONCURRENTS INDIRECTS :

GAROROCK : DU 25 AU 28 JUIN

Garorock est un festival de musique pop, rock, électro et techno qui a lieu à Marmande.

C'est en mars 1997 que le Sud-ouest voit naître un festival à la tendance punk/rock, dans les anciens abattoirs marmandais : le Garorock, jeu de mots oscillant entre Garonne et Rock, mais aussi Gare au Rock.

La programmation musicale se renouvelle chaque année pour être au plus près d'une audience qui change. Le punk des débuts laisse désormais place à plus d'électro et de rap, mais la diversité musicale n'est jamais oubliée.

Les prix sont plus élevés que le festival Tap' des Yeps.

Communication : chaque année, ce festival a une nouvelle identité visuelle avec l'affiche créée pour lui : les différents supports sont modernes et homogènes graphiquement.

LES FADAS DU BAROUF : DU 3 AU 4 JUILLET

Située en Charente-Maritime, la création des Fadas du Barouf vient de l'esprit de 4 lycéennes pontoises, à l'origine pour un soir. Puis, d'année en année, l'idée a pris auprès des citoyens pontois et l'association a grandi, offrant la possibilité de se faire sur deux soirs en plein air au stade.

Ce festival est présent depuis une dizaine d'années, est très installé dans la région et attire un public similaire à Tap' des Yeps.

Communication : ce festival n'a pas d'identité visuelle définie, mais il s'ancre dans l'univers féérique, il exploite l'image des fées, des farfadets...

CONCLUSION DU BILAN EXTERNE

Les différents festivals se servent généralement de leur affiche de l'année pour créer leurs différents supports de communication. Les associations derrière ces festivals n'ont pas d'identité définie et sont inactives en dehors de ceux-ci.

**DIAGNOSTIC
EXTERNE**

I. LE BILAN IMAGE

IMAGE SOUHAITÉE

Tap' des Yeps souhaite avoir l'image d'une association familiale, ouverte à tous (notamment les jeunes), s'investissant dans la vie locale et écologique.

Le partage, la transmission, la découverte et la solidarité sont toutes des valeurs à mettre en avant dans leur communication.



**IMAGE
SOUHAITÉE**

I. LE BILAN IMAGE

FORCES & POINTS D'AMÉLIORATION

FORCES DU PROJET

- Association ancrée dans le paysage local
- La seule association de la région pour les jeunes
- Association qui favorise l'échange et le partage : elle regroupe toutes les générations
- Association festive et culturelle, offrant la possibilité de voir des artistes connus dans un lieu rural
- L'association s'inscrit dans un mouvement écologique et prône le développement durable
- Fort capital sympathie auprès de leur jeune public
- La découverte des artistes locaux et la promotion de leur région
- L'investissement des jeunes dans un projet commun

POINTS D'AMÉLIORATION DU PROJET

- Beaucoup de concurrence pour le festival dans le secteur à ces dates
- Une image d'amateurs auprès des institutions qui pourraient les financer
- Représentée principalement par des jeunes, pouvant susciter une impression de manque de sérieux
- L'association souffre d'une image de jeunes aux personnalités extravagantes auprès de personnes plus matures

En conclusion, le Tap' des Yeps évolue dans un secteur très concurrentiel, mais l'association a la chance d'avoir déjà un public très fidèle, impliqué et investi dans ses différents événements.



FORCES & AMÉLIORATIONS

II. LA PROBLÉMATIQUE

Comment donner une image plus mature
et rassurante, afin de devenir une association
incontournable et ancrée dans le paysage local ?



PROBLÉMATIQUE

III. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

LES OBJECTIFS

L'association souhaite étendre son champ d'action en construisant dans les années à venir différents projets et a donc aujourd'hui besoin d'une identité propre et complémentaire à celle du festival.

L'objectif est donc de créer une identité visuelle pour l'association Tap' des Yeps et pour le festival du même nom : elle souhaite devenir une association incontournable et ancrée dans le tissu associatif local, cela passe par une communication visuelle maîtrisée et homogène. En mettant en place des supports de communication reconnaissables et attirants, cela va permettre d'identifier et de promouvoir le lieu, attirant ainsi un nouveau public.

Sur un marché où la concurrence est rude, il faut faire preuve d'un fort degré de différenciation.

LES CIBLES

CŒUR DE CIBLE

– Jeunes (16/25 ans) de Confolens

CIBLES PRINCIPALES

– Personnes de la région Nouvelle-Aquitaine
– Adultes (25/40 ans) de Confolens

CIBLES SECONDAIRES

– Des personnes attirées par la programmation
– Les familles



**OBJECTIFS
& CIBLES**

III. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

POSITIONNEMENT

LE POSITIONNEMENT

Le positionnement qui correspond le plus à Tap' des Yeps est le positionnement symbolique. En effet, les adhérents s'affirment socialement à travers la philosophie que véhicule l'association. La communication va développer les valeurs souhaitées par l'association, c'est-à-dire la festivité, la culture, la musique, l'écologie et le développement durable, ainsi que l'échange et le partage.

ATTRACTIF

Tap' des Yeps est une association organisant des événements culturels et festifs, notamment le festival qui permet de passer un week-end immergé au sein d'un lieu prônant l'art, la musique et l'écologie dans une ambiance agréable et chaleureuse. Tap' des Yeps organise aussi des événements toute l'année comme par exemple une sortie patinoire, une soirée Mario Kart, etc. Elle intervient au festival de Confolens chaque année avec une chariotte écologique.

DISTINCTIF

C'est un collectif nouveau, jamais vu à Confolens : il est composé de jeunes et organise des événements pour les jeunes. C'est d'ailleurs, la seule association à proposer un événement festif à destination des ados/jeunes !

CRÉDIBLE

La mairie a accepté de prêter gracieusement à l'association un terrain. L'association est soutenue par la ville de Confolens et par l'AMAC, elle travaille donc en collaboration avec des partenaires importants. De plus, depuis sa création, l'association compte de plus en plus de visiteurs et de bénévoles.

DURABLE

L'association est un collectif qui, grâce à ses adhérents et partenaires, tend vers le long terme. Elle s'inscrit dans le développement durable, ce qui de nos jours est primordial. L'éducation populaire que veut transmettre Tap' des Yeps a aussi une valeur intemporelle.

IV. LA STRATÉGIE CRÉATIVE

LA PROMESSE

Une association contribuant au développement culturel local pour les jeunes par le biais de divers événements.

LA PREUVE

La promesse est bien respectée car l'association est essentiellement composée de jeunes et organise ou participe à de nombreux événements dans la région.

LE BÉNÉFICE CONSOMMATEUR

Cette association permet de vivre ensemble grâce aux différents événements culturels dont le plus important est le festival de musique : se rendre aux différentes activités permet de tisser des liens sociaux avec les autres.

STRATÉGIE CRÉATIVE & MOYENS

V. LA STRATÉGIE DE MOYENS

IDENTITÉ VISUELLE

Un logotype et une charte graphique sont prévus, ainsi que des cartes visite.

C'est la base de l'identité graphique de Tap' des Yeps, le visuel qui va les définir en tant qu'entité. Le logotype devra être présent sur chaque support de communication.

Nous leur avons donc préconisé d'avoir deux identités graphiques distinctes pour l'association et le festival :

- Une identité graphique permanente pour l'association et les événements extérieurs au festival
- Une identité évolutive pour le festival Tap' des Yeps (un titre pour le festival, un visuel spécifique au thème de chaque année, des couleurs spécifiques, des déclinaisons portées sur les supports de communication comme le site internet, les affiches, flyers et les réseaux sociaux).

Nous avons recommandé la conservation d'un logotype noir ou blanc afin que celui-ci s'adapte aux différentes identités du festival et fasse écho au symbole du panda, chers aux membres de l'association.

En revanche pour le festival, le visuel du titre est plus libre, il dépend du thème du festival : cette année 2020, nous serons dans un univers médiéval avec une référence à Kaamelott; il paraît évident que le logo de la série va inspirer le nôtre afin de faire un clin d'œil aux fans.

V. LA STRATÉGIE DE MOYENS

SUPPORTS PRINT

Nous allons débiter par la création d'une affiche adaptée au thème de cette édition 2020 : Le Médiéval (en référence à Kaamelott).

Le visuel sera réfléchi pour être impactant et reconnu, étant destiné à la déclinaison sur les différents supports de communication.

Cette année, un nouvel élément est à prendre en compte vis-à-vis de la communication : son ton et ses différentes connotations. Effectivement, notre objectif est de créer une affiche permettant d'attirer un public différent, plus mature que les années précédentes. L'événement prend un nouvel élan, les organisateurs ont gagné en maturité et désirent sortir de leur image de jeunes amateurs aux personnalités extravagantes.

Cette affiche sera déclinée sur un flyer dont nous avons imaginé la forme : il s'agit d'une affiche A3 pliée en huit, il y aura donc au verso l'affiche et au recto la programmation.

Une fois pliée, nous avons une couverture avec la reprise du visuel de l'affiche et au dos les informations pratiques.

À l'intérieur, le flyer comportera deux tonalités : l'une pour les habitués et la cible qu'ils possèdent actuellement afin qu'elle continue de s'identifier et l'autre pour le nouveau public qu'ils désirent attirer.

DOSSIER PRESSE

Préparer un dossier de presse suffisamment cohérent afin de faciliter les échanges et les relations avec la presse. L'intérêt d'un dossier de presse est de gagner du temps dans la présentation de son projet, choisir les mots auxquels l'association souhaite être associée, mais également élargir le rayonnement de l'événement.

SITE WEB

Ce site a pour but d'aider l'association à réaliser les objectifs et pour cela, il est nécessaire qu'il soit évolutif, mis à jour et enrichi.

Le site internet comportera un réel travail concernant l'aspect graphique du site : il valorisera l'activité pour mettre en avant l'association Tap' des Yeps.

En effet, cette refonte de site web implique une modification visuelle, mais aussi structurelle. C'est donc à la fois une intervention de fond sur l'aspect visuel avec le relookage du design du site et de sa structure, accompagnée de changements au niveau de l'arborescence.

Pour la mise en place de la charte graphique sur le site internet, nous allons avoir un site divisé en deux, tout comme l'identité graphique avec des pages associées à l'identité graphique permanente et des pages évolutives uniquement pour le festival.

Pour faire valoir l'association et le festival, il sera indispensable de les mettre en valeur à travers des articles de blog.

Le contenu publié, s'il est unique, de bonne qualité et qu'il répond aux questions des internautes, saura être apprécié, aussi bien des visiteurs du site que des moteurs de recherche (référencement naturel).

STRATÉGIE DE MOYENS

VI. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Un autre moyen pour augmenter le trafic vers le nouveau site sera d'utiliser les réseaux sociaux pour le promouvoir.

Il sera donc nécessaire de poster des liens vers le site web (programmation, infos pratiques, etc.) sur les réseaux, et notamment Facebook où l'association est suivie par plus de 1,6 K personnes (le 12 octobre 2019).

Ses liens pourront être publiés via des publications de type "link" (par exemple des posts preview des articles de blog), optimisés et pertinents, mais ils pourront également se retrouver directement dans des statuts de publication d'autres formats.

Il sera également indispensable de mettre en avant le site sur les différents supports de communication, les communications web et print devant en effet se compléter.

Les réseaux sociaux sont d'excellents moyens pour communiquer pour ce type d'association, puisque cela permet une diffusion d'informations instantanées, "gratuite" (si l'on n'utilise pas la sponsoring) et multi écrans.

Les réseaux sociaux permettent de viser un public large, de créer une relation de proximité avec celui-ci, de poster des informations régulières, de générer du trafic sur le site web, d'aider au référencement et même de fidéliser les festivaliers, mais aussi les jeunes Confolentais pour les activités organisées à l'année.

Les réseaux sociaux sont également un gros plus par rapport au site internet puisqu'ils permettent de s'adresser directement à la cible et de créer une communauté, ce qui n'est pas possible sur un site web (à moins que celui-ci ne soit un forum ou un blog).

Sur les réseaux sociaux, les tendances sont très ouvertes sur les formes de discours : post écrit, photo, image, vidéo, carrousel, etc. Il n'y a pas de contenu magique. Il convient de varier la longueur et le format des contenus afin de les rendre aussi attrayants que possible pour différents types de lecteurs. Plusieurs méthodes d'animation peuvent être envisagées :

- Articles de blog courts
- Articles de blog plus détaillés
- Vidéos
- Photographies
- Annonces
- Jeux concours
- Rappels
- Promotions, etc.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

VI. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

FACEBOOK

Continuer l'activité actuelle sur Facebook puisqu'ils sont déjà bien actifs. En analysant la communication de l'association sur Facebook, nous pouvons facilement identifier différentes méthodes d'animation, à travers une récurrence de posts que l'équipe a l'habitude de publier :

- Les anniversaires de la team
- La mise en avant de la programmation du festival Tap' des Yeps #4
- Des ateliers de décoration pour le décor du festival, qui s'inscrivaient dans le thème des super-héros
- Des actualités sur les différentes manifestations culturelles locales et rurales de la région
- Des rappels pour l'achat des pass pour les deux jours du festival
- Des jeux-concours pour gagner des pass
- La promotion d'autres événements organisés par l'association
- Des posts vendus aux sponsors
- Des posts pour les autres événements ou autres interventions.

Il est également intéressant de créer des contenus interactifs, ces publications créant généralement un bon engagement (commentaires, partages, réactions).

Voici quelques exemples de contenus interactifs :

- Les quiz
- Les sondages
- Les jeux-concours.



**LES RÉSEAUX
SOCIAUX**

VI. LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

INSTAGRAM

Sur Instagram, il est primordial de poster plus de contenu qu'actuellement, le compte n'étant pour l'instant que peu actif.

Aujourd'hui, l'association communique autour de la programmation du festival, notamment en exploitant le format "carrousel".

Ils ont ainsi pu mettre en avant plusieurs artistes/groupes à travers une publication unique (visuellement, ces publications s'inscrivent dans la charte graphique 2019). Également, ils ont pensé à poster le teaser du festival et quelques photos de la préparation.

Il serait possible de poster les plus belles photographies du festival, mais également certaines publications similaires à celles de Facebook :

- La programmation de la 4^e édition du festival
- Des courtes vidéos
- Des jeux-concours
- Des actualités sur les différentes manifestations culturelles locales et rurales de la région
- Des rappels pour l'achat des pass pour les deux jours de festival
- La promotion d'autres événements qu'ils organisent.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

LES STORIES

Il serait intéressant que l'équipe de Tap' des Yeps poste régulièrement des stories :

- AVANT le festival, pour partager les préparatifs et l'organisation de l'événement
- PENDANT le festival, pour montrer l'envers du décor, l'ambiance et les artistes afin de donner envie
- APRÈS les jours qui suivent le festival, pour continuer à faire vivre l'événement sur les réseaux sociaux.

Il en est de même avec les autres événements ou interventions de l'association.

Ce format permettra à l'association de publier sur les réseaux sociaux de manière plus spontanée et donc avec moins de préparation qu'un contenu classique. L'équipe Tap' des Yeps pourra montrer à travers les stories la vie associative, les réunions, les fêtes et les autres événements organisés en dehors du festival.

Les internautes sont friands de stories parce qu'elles ont une place dans leur quotidien. Les stories s'affichent en grand sur l'écran, ce qui permet de créer des expériences immersives.

L'expérience participative de la story semble être aujourd'hui plus efficace que la vidéo simple !

En résumé, les stories permettront :

- D'humaniser l'association
- De montrer l'avancement des projets
- De partager un moment
- De teaser les événements
- De faire des annonces.

pulp'sion
Créative