



PACK
**COMMUNICATION
SPECTACLE**

GROUPE COMQUEST



VRAIMENT 360

pour **gagner du temps,**
rationaliser les tâches
et **optimiser vos budgets.**



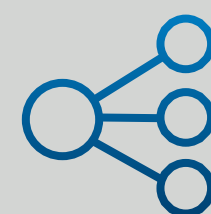
STRATÉGIE



SHOOTING



CRÉA



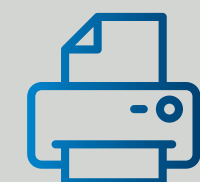
DÉPLOIEMENT
OMNICANAL



PRODUCTION DE
CONTENUS Y COMPRIS VIDÉO



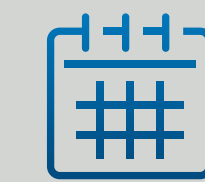
SOCIAL-MÉDIA
& WEB



PRINTING



MÉDIATISATION



ORCHESTRATION
EVENT



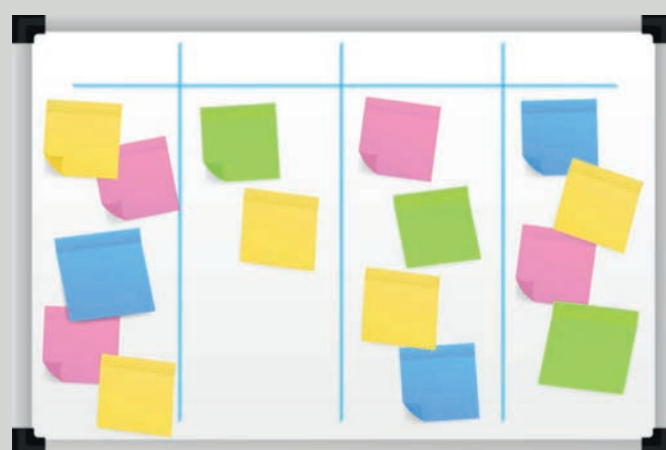


Création de l'affiche **AVEC** shooting

0

Brief

Lecture du texte,
de la note d'intention....
Réflexion positionnement
et audiences



1

Roughs et recherche



2

Prémaquettes

Toujours au moins
3 ou 4 pistes distinctes



3

Shooting et DA



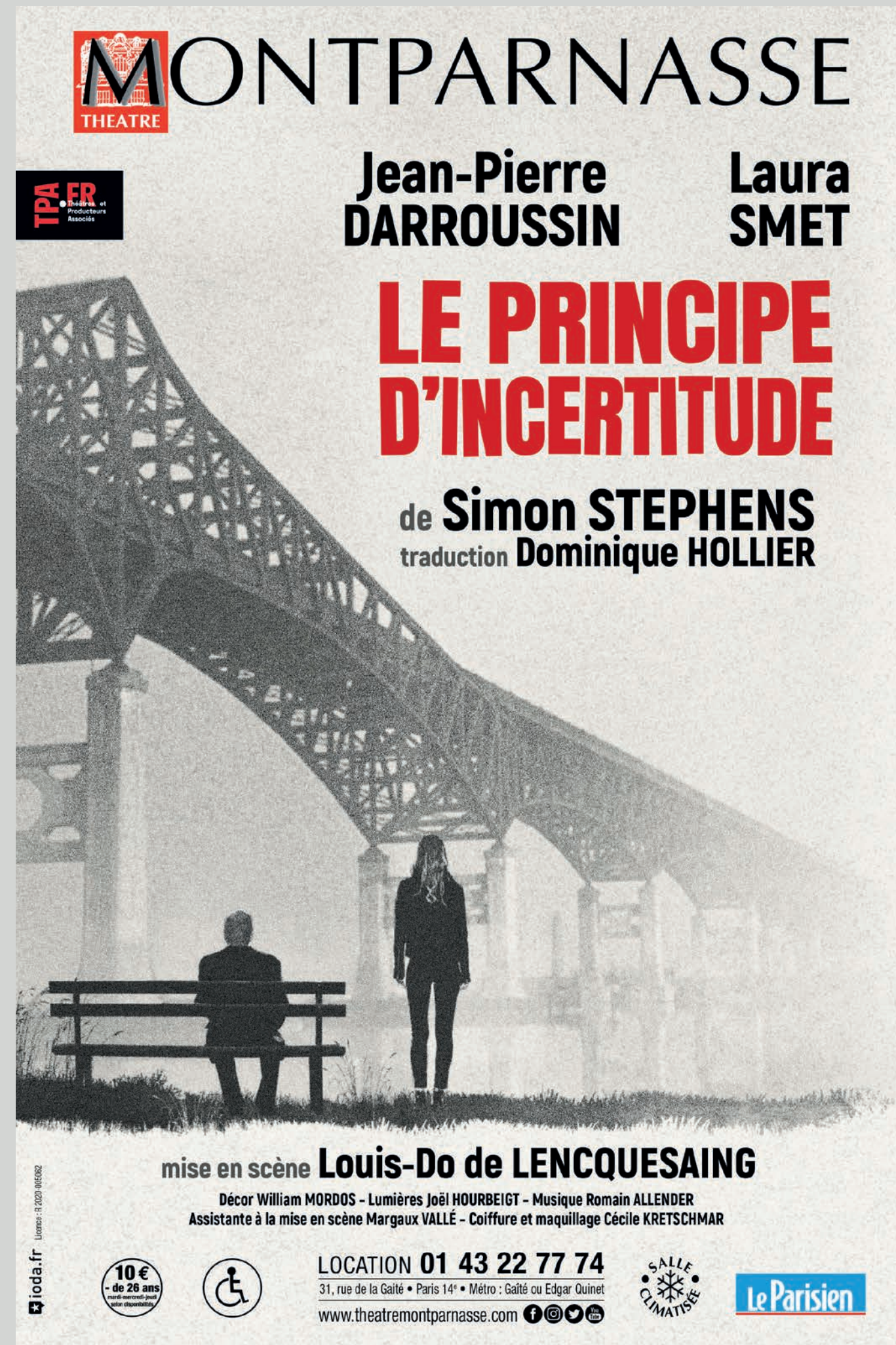
4

Création et exécution du visuel clé



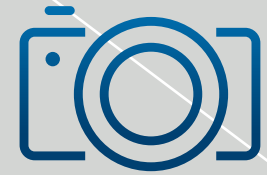


Création de l'affiche **SANS** shooting



Le brief, une exigence
des artistes
ou de la production,
un concept précis,
le choix de l'illustration...
Des cas de figure
nombreux peuvent
exonérer de shooting

Il est aussi possible
de travailler avec
des photos existantes
autour desquelles bâtir
le projet visuel.
Qu'on réinvente
complètement
ou partiellement.



Shooting

Direction artistique & orchestration
avec nos photographes
ou avec ceux que vos artistes
ou la prod' auraient prescrits

Organisation de la séance

- sur le site du théâtre, de la salle hôte
- à l'agence de Boulogne
- partout en France

Présélection et retouches

Livraison des fichiers, tous droits libérés





Déploiement de campagne

- Adaptations print et digitales
- Remises au format fondamentaux ?
(Colonnes, 4x3, Carrés...)
- Réalisation du dossier de presse digital et/ ou print
- Animation de l'affiche





Stratégie Social-média

Un fil rouge, un ton, une filiation avec l'affiche

- Définition des lignes éditoriales et du ton adopté sur les réseaux
- Principe de coexistence entre les publications de la salle et celles du spectacle
- Rubricage et typologie des prises de parole
- Planning type de publications
- C'est cette étape qui permet d'envisager d'optimiser le tournage qui va suivre.

Tout est prévu. Tout est écrit. Tout est pensé.

MockUp à trouver



Tournage dédié et mutualisé

Ne surtout pas déployer des moyens techniques pour un projet unique. Leur assurer un rôle transverse. Les « amortir », anticiper...

Avec des usages élargis

- au teaser
 - à la bande annonce
 - aux contenus réseaux sociaux pour plusieurs mois, eux-mêmes conformes à la ligne éditoriale (d'où cette nécessité absolue d'avoir une vision claire et préalablement écrite de l'existence du spectacle sur les réseaux sociaux)
- Voir à la captation





Tournage dédié et mutualisé





Tournage dédié et mutualisé



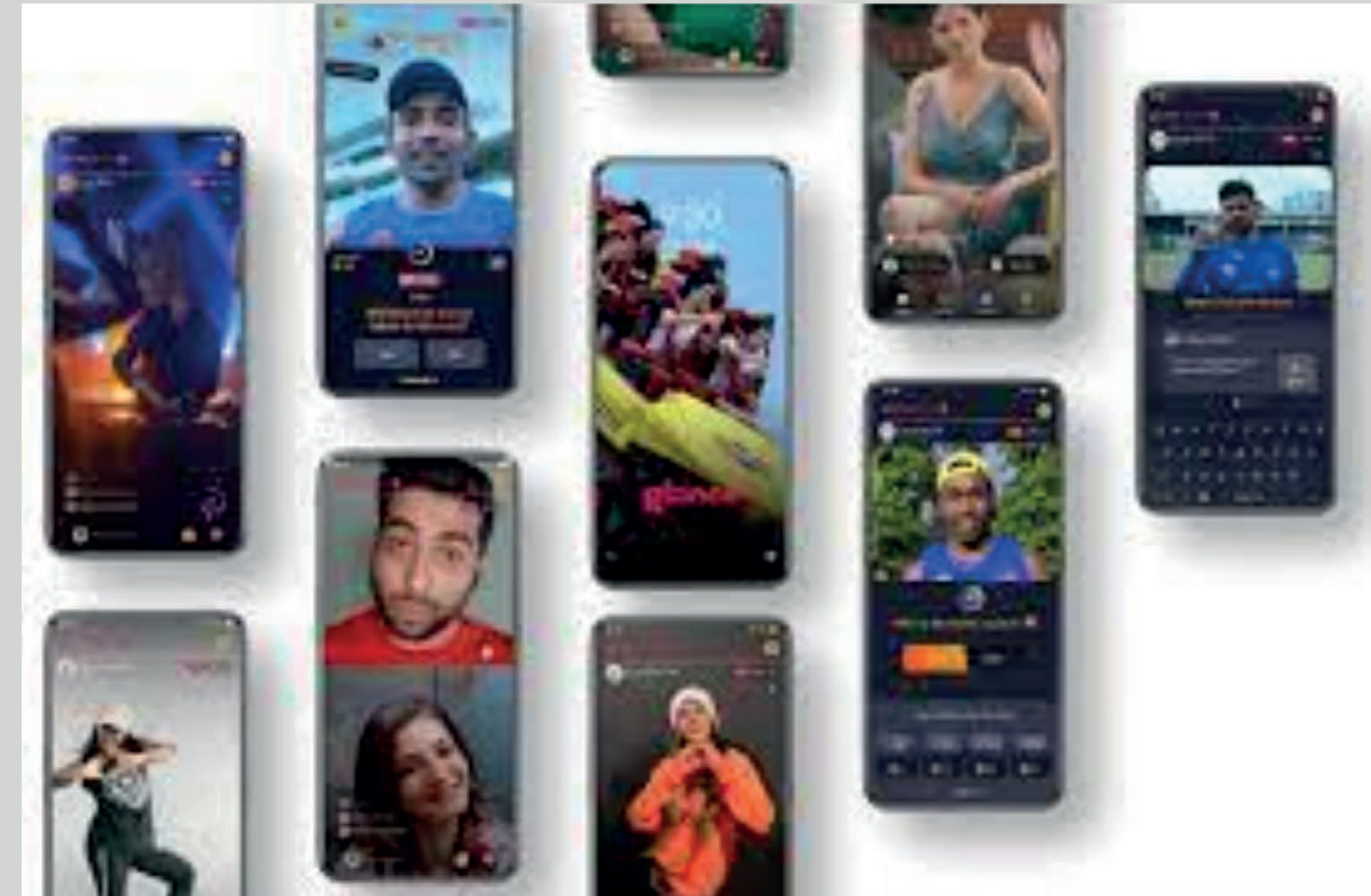


Production de contenus

En conformité avec la ligne éditoriale

- Réalisation des contenus sociaux à forte valeur ajoutée (graphique ou technique)
- Utiles à la billetterie et à la notoriété
- CM laissé à vos soins
- Création de templates
- Création de packshots

> Analyse des





Production de contenus



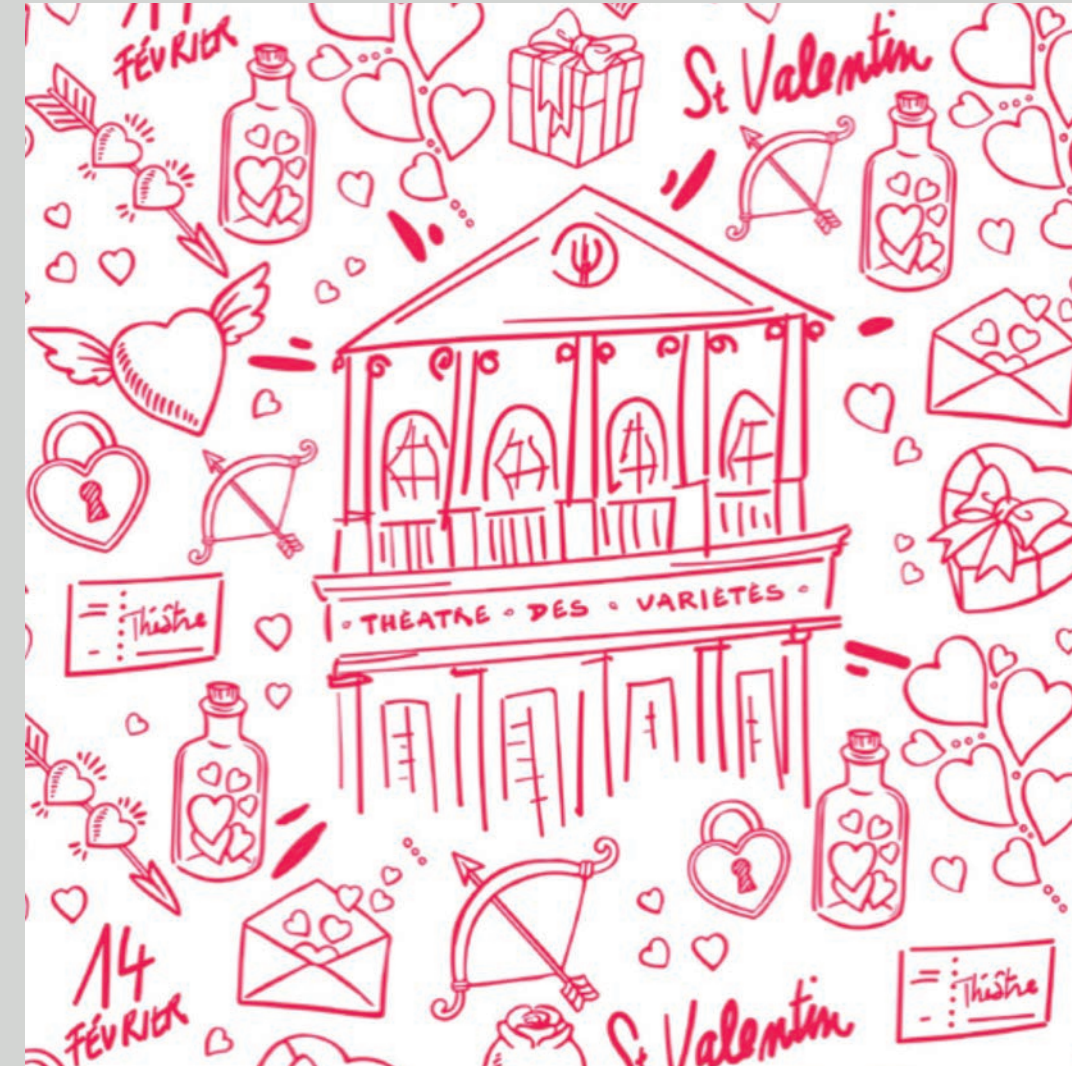
Transversalité et cohérence





Production de contenus

Des prises de parole « salle » et marronniers



Du « en coulisses »





Production de contenus

Du testimonial



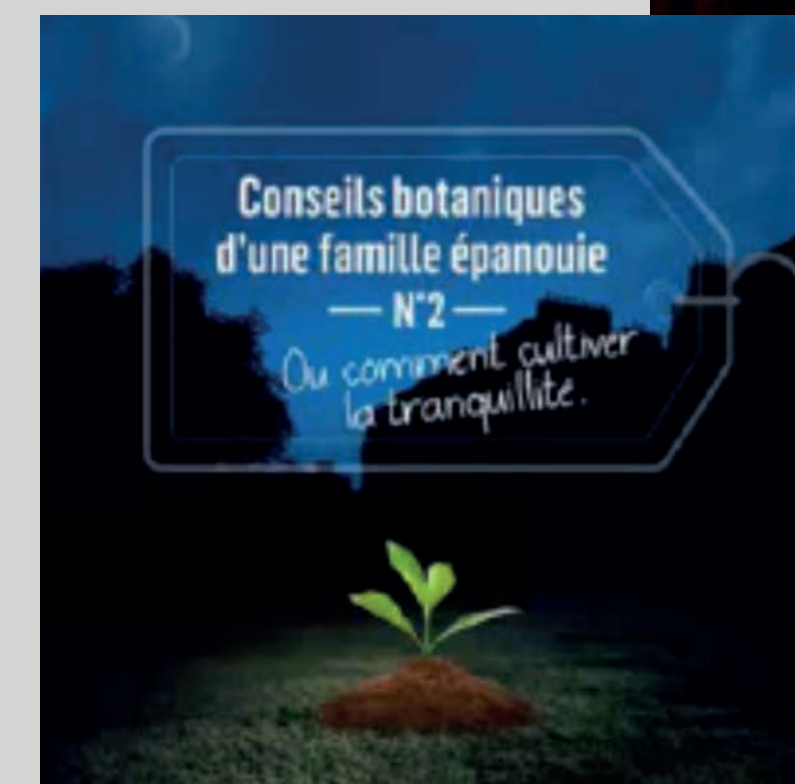
De la pédagogie



Du ludique



Des rdv





Achat média

Digitaux et « traditionnels »

Sur briefs et budget.



Autour des spectacles...




**ÇA VA
(RE)COMMENCER !**



Autour des spectacles...

400^{ème}
~~33^{ème}~~ NUIT DES MOLIÈRES



Le 30 mai à 21h sur **3**

THEATRE PRIVE
Adami
SPEDIDAM
afdas
SACD
Audiens
ILE DE FRANCE
G7
JCDecaux
Le Parisien



En mai les MOLIÈRES
débarquent
à 21h sur **2**

THEATRE PRIVE
châ-te-let
AUDIENS
SACD
CAISSE D'ÉPARGNE ILE-DE-FRANCE



31^{ème} NUIT DES
MOLIÈRES

THEATRE PRIVE
AUDIENS
SACD
CAISSE D'ÉPARGNE ILE-DE-FRANCE
2



GRUPE COMQUEST

philippe@ioda.fr • 0 614 645 645

IODA • 92 rue de la Victoire • 75009 Paris