

FESTIVAL D 2015 | Communication

PRESSE / MÉDIAS :

- Communiqué de presse dédié à l'appel à participation (recherche de bricoleurs) - envoi mars/avril 2015
- Dossier de presse avec le programme – envoi en juin 2015
- Relances phoning et mail ciblées – août/septembre 2015
- Communiqué de presse d'invitation à venir rencontrer les bricoleurs la veille du festival – une petite dizaine de jours avant l'événement
- Communiqué de presse de bilan – octobre 2015
- Partenariats médias (échange de visibilité simple)
 - * Wik et Haut Parleur en local
 - * Makery, Système D et MCD en national

SUPPORTS / AFFICHAGE :

- Flyer A6 diffusion sur l'agglo, 10 000 exemplaires – septembre 2015
- Affiches A0 / 2 fois 25 emplacements clear channel dans l'agglo (emplacements ville de Nantes) – les deux semaines précédant le festival
- Affiches A3, 200 exemplaires – diffusion sur l'agglo en septembre 2015 par des bénévoles
- Programme (A4 plié en 2) distribué à l'entrée du festival à chaque visiteur
- Affichage sur les écrans numériques de la ville de Nantes (à partir du 31 août) : écrans 8m2, kiosques tram/bus, écrans plasma, écrans textes

WEB :

- Site dédié : www.festivald.net + relais sur le site de l'association (pingbase.net)
- Newsletter mensuelle de l'association dédiée au festival en septembre
- Inscription du festival dans les agendas culturels en ligne (nantes.fr, infolocale.com, sortir.com, etc)
- Relais réseaux sociaux (twitter & facebook) #festivaldnantes

TRACTAGE ET HAPPENING :

- Flying par des bénévoles une semaine avant le festival à la sortie d'un événement (journée sur la robotique avec ateliers pour les enfants)
- Happening la veille du festival : ballade du véloglyphe, un vélo qui écrit sur la route (un des projets présentés au festival) dans le centre-ville, écriture au sol d'un message sur le festival + distribution de flyers

PHOTOS & VIDÉOS :

- Prise de photos et d'images durant l'événement
- Réalisation d'une vidéo de retour sur le festival (4 minutes) en novembre 2015

LES RELAIS DU LIEU UNIQUE (STRUCTURE D'ACCUEIL) :

- Relais sur le site du LU (page) et sur les réseaux sociaux pendant l'événement,
- Réalisation d'une affiche 40x60 chartée LU pour le lieu de vie,

- Annonce de l'événement in situ sur diaporama, panneau numérique, meuble à flyers
- Annonce de l'événement dans la plaquette de saison 2015/16
- Intégration du festival dans la newsletter
- Envoi du dossier de presse avec un mot du LU à 5-10 journalistes nationaux spécialisés
- Intégration du festival dans le CP mensuel de septembre