



Stratégie
de communication

 **Théâtre du
Tapis Volant**

Sommaire

- 4 **Édito**
- 5 – 7 **L'annonceur**
- 8 – 9 **L'équipe**
- 10 **La demande**
Avis/critiques
Charte graphique
- 11 **L'analyse de la concurrence**
Les cibles
- 12 **La problématique**
Les objectifs de communication
Image de la compagnie
- 13 **Le positionnement**
Les préconisations

Édito

Le but

Ce document a pour but de définir la stratégie de communication de la compagnie du *Théâtre du Tapis Volant*. Elle analyse l'existant et l'annonceur dans le but d'obtenir une base solide sur lequel appuyer sa communication présente et future.

Personnes à contacter

*Monsieur
Pascal Bellone*
Président

*Madame
Sylvie Dadoun*
Metteur en scène
associée

contact@tapisvolant.org

Tel. : 06 74 79 96 25

Auteur de ce document

*Monsieur
Cyril Verneuil*
Stagiaire en com
dans la compagnie
de mai à juin 2018

cyril.verneuil@laposte.net

L'annonceur



Théâtre du Tapis Volant

Fondée par *Sylvie Dadoun et Jami* en 1992, le *Théâtre du Tapis Volant* est une compagnie basée en Essonne.

Elle propose des **spectacles et des événements** et avec son théâtre ambulant, part à la rencontre des publics dans les écoles. **Petites formes, performances verbales et sonores, théâtre, poésie, lectures...** Le verbe et le texte tiennent une place importante, côtoyant le chant et l'improvisation pour un théâtre vivant qui mêle les expressions.

Que ce soit *Phèdre de Sénèque* monté avec de la musique électronique en 2010 ou la célébration des poètes *Lorca, Baldwin, Baudelaire* (...) au *Bateau lueur*, il s'agit de créer un moment unique et vivant.

La langue fonde notre rapport au monde, à l'imaginaire et crée un espace de rencontre non conventionnel, en mouvement, tour à tour miroir et horizon.

Le chant, l'improvisation, le corps participent de cette réalisation avec jubilation, pour un théâtre organique. Ainsi nous tissons des liens pour une plus grande ouverture au(x) monde(s).

Le théâtre du tapis volant produit avec le soutien de la ville de *Gif sur Yvette*, chaque saison, un cycle de lectures, puis depuis 3 ans, Le Bateau lure (cafés poésie et spectacle) qui accueille un nombre de spectateurs fidèles toujours croissant.

La compagnie réunit *les Nomades textuels, les Nomades poétiques, le groupe Sybille Dounda Blues*. Parce qu'il est important de permettre l'accès à l'art pour tous, la compagnie propose des ateliers et des stages de théâtre, improvisation, danse, clown pour tous les publics.

L'éducation artistique
reste un enjeu majeur pour
comprendre le monde,
se connaître soi-même
et connaître l'autre. La
conscience et la connais-
sance (verbe, sensations)
sont les premiers pas vers
la liberté. Donner, recevoir,
écouter, échanger, inven-
ter pour tisser une toile,
l'habit du monde.

La compagnie est actuelle-
ment soutenue par la Ville
de *Gif-sur-Yvette* et par le
Conseil Général de l'Essonne
et développe de nombreux
partenariats locaux.

L'équipe



Pascal Bellone

Président de la compagnie du Théâtre du Tapis Volant depuis 1992. Il est responsable la gestion administrative de la compagnie.



Sylvie Dadoun

Comédienne, Chanteuse et metteuse en scène, elle est diplômée du CNR de Saint-Maur et en Etudes Théâtrales (Paris III) et dirige les projets artistiques de la compagnie. Elle met en scène « *Phèdre* » de Sénèque en 2010 au théâtre du Temps à Paris, lit à haute voix la littérature (*Flaubert, Tchekhov, Maupassant...*) et interprète la poésie. Titulaire du DE et CA, elle enseigne le théâtre et met en scène les spectacles de la compagnie du Théâtre du Tapis Volant.



Florent Thiant

Performer,
musicien
et intervenant



Camille Falgoux

Performer,
musicienne
et intervenante



Anne Béziel

Comédienne
et intervenante



Colette Quarello

Comédienne



Alban Lebrun

Intervenant,
comédien
et facteur de
masques

La demande

« La compagnie du *Théâtre du Tapis Volant* veut définir une identité visuelle cohérente dans le temps dans le but de se développer et s'ouvrir à un plus large public »

Avis/critiques

La compagnie du *Théâtre du Tapis Volant* développe son image de théâtre d'expérimentation, recherchant visuellement des oeuvres contemporaines novatrices.

La compagnie a des problèmes de lisibilité dans sa communication, certains prestataires peuvent s'emmêler entre le côté amateur et professionnel de la structure.

Charte graphique

Une charte graphique a été mise en place permettant d'établir l'identité visuelle de façon cohérente dans le temps.

Analyse de la concurrence

Il n'y a pas de sérieuse concurrence directe sur *Gif-sur-Yvette* car la compagnie est la plus développée et communicante dans cette ville. Il y a de nombreuses compagnie de théâtre au alentour de la ville mais leur communication n'est pas suffisamment développée pour faire l'objet d'une analyse.

Les cibles

Elles sont tous les français, de 18 à 70 ans. Le *Théâtre du Tapis Volant* dispose d'un site Internet, il est également présent sur les réseaux sociaux. Elle réalise aussi des affiches et se sert du bouche à oreille, des subvention (Mairie de *Gif-sur-Yvette* et le conseil départemental de l'Essonne), des partenariats avec la *MJC Sirano de Gif-sur-Yvette* et de site évènementiels pour sa communication.

Il faut cependant cibler trois grands groupes :

~ Cœur de cible :

Les personnes ne connaissant pas le Théâtre ou souhaitant le découvrir.

~ Cible principale :

Les personnes allant régulièrement à des pièces de théâtre mais pas ceux de la compagnie.

~ Cible secondaire :

Les personnes qui consomment régulièrement des biens culturels.

La problématique

« Comment consolider et élargir l'audience de la compagnie du *Théâtre du Tapis Volant* dans un univers de concurrence fort, tout en adaptant sa communication aux nouveaux usages du public. »

Les objectifs de communication

- ~ **Cognitif** : Informer sur l'actualité de la compagnie.
- ~ **Affectif** : Consolider et élargir le nombre de spectateurs.
- ~ **Conatif** : Adapter et développer la communication aux nouveaux usages et attentes du public.

Image de la compagnie

Spontanéité, public amateur, professionnel, qualité, travail en profondeur, expérimentations. Ouverture, improvisation, Art, performances, exclusivité. Pas de pièce de théâtre classique, recherche de l'originalité.

Le positionnement

La compagnie cherche à établir une proximité avec son public, en allant au-delà du simple spectacle par la transmission de l'art théâtral.

~ **Attractif** : Identification du service
Création et initiation à l'art.

~ **Distinctif** : Différenciation du produit
Enseignement et cours de Théâtre.

~ **Crédible** : Univers de référence
Partage culturel Théâtral.

~ **Durable** : Moments d'usage
Toute la semaine mais principalement en fin de semaine.

Les préconisations

Je propose à la compagnie de développer les supports de communication sous la forme d'une même identité visuelle. Ils seront tous modifiables par les membres de la compagnie, leur permettant d'acquiescer une meilleure communication tout en faisant baisser leurs coûts en communication au quotidien.

