

Diagnostic

Stratégie de communication CHOREMANIA 1518. Représentation le 6 juin.

À propos de la Compagnie Nox

Fondée au printemps 2023 à Strasbourg, la Compagnie Nox est un collectif théâtral porté par une équipe d'artistes pluridisciplinaires. Toutes les créations de la compagnie sont issues d'un travail d'écriture collective et sont mises en scène par Jimmy Patouillard. Les spectacles de Nox mêlent théâtre, musique et danse.

Pour la saison 2023-2024, la compagnie s'associe aux Tanzmatten, pôle culturel et festif situé à Sélestat, marquant ainsi une première étape de diffusion et de collaboration artistique à l'échelle régionale.

En septembre 2023, Nox a présenté SOS Radio, sa première création en format micro-théâtre.

En juin 2025, elle dévoilera CHOREMANIA 1518, une nouvelle création immersive présentée en avant-première dans la cour de l'école élémentaire publique Sainte-Foy, à Sélestat, le 6 juin 2025. Une seconde représentation est prévue aux Tanzmatten dans la foulée.



SWOT – Compagnie Nox

Forces :

- Les créations artistiques sont originales et engagées.
- Ancrage local.
- L'équipe artistique est expérimentée et passionnée.

Faiblesses :

- La notoriété est limitée en dehors de l'Alsace.
- Les réseaux sociaux ne sont pas encore très actifs.

Opportunités :

- Toucher la sensibilité d'un public jeune à l'art et au spectacle vivant.
- Créer des partenariats possibles avec des écoles, collectivités, associations culturelles.
- La possibilité de développer la communication numérique (vidéos, teasers, formats courts, bandes annonces, shorts).
- Utiliser le web et les réseaux sociaux pour élargir l'audience.

Menaces :

- Concurrence avec d'autres compagnies ou événements culturels.
- Difficultés de financement (subventions en baisse, billetterie aléatoire).

Les Objectifs (cognitif, affectif, conatif) :

Objectifs cognitifs (faire connaître)

- Faire connaître le spectacle "Chorémania" au public local.
- Faire découvrir la Compagnie Nox et son univers artistique.
- Sensibiliser le public à la danse et au théâtre

Objectifs affectifs (faire aimer)

- Créer de la curiosité et de l'attachement autour de l'univers des spectacles de la Compagnie Nox.
- Valoriser la dimension immersive, sensible et contemporaine du spectacle.
- Construire une image moderne, artistique et engagée de la compagnie.

Objectifs conatifs (faire agir)

- Inciter à réserver ou acheter une place pour le spectacle (**dans notre cas le spectacle est complet**).
- Encourager le bouche-à-oreille (partages, invitations).
- Faire venir de nouveaux spectateurs, y compris hors du public habituel (jeunes, familles, amateurs d'art...).

Les cibles (Principale, cœur de cible, secondaire, relai, interne)

Cible principale : Les habitants de la ville de Sélestat et de Strasbourg, tranche d'âge allant des jeune adultes (+18 ans) aux séniors (50 ans et +).

Un profil avec une curiosité culturel, qui fréquente les événements culturels locaux, et est sensibles à l'originalité artistique.

Cœur de cible : Les amateurs de spectacle contemporain (autres danseurs et artistes)

Cible secondaire : Les familles et le public intergénérationnel (35-60 ans avec enfants et petits-enfants), parents, familles ouvertes à la culture.

Cible relai : La presse local (L'Alsace), associations locales, centres culturels, influenceurs culturels locaux.

Cible interne : L'équipe de la Compagnie Nox et ses partenaires, metteur en scène, comédiens, techniciens.

Message à transmettre

Venez vivre une expérience artistique unique où la danse devient langage, énergie et émotion. "Chorémania", un spectacle immersif qui bouscule les sens et interroge notre rapport au mouvement.

Ton

- **Poétique**, pour évoquer la beauté du geste et du corps.
- **Énergique**, à l'image de la chorégraphie et du rythme du spectacle.
- **Accessible**, pour ne pas exclure le grand public.
- **Contemporain**, pour refléter l'originalité et la modernité de la Compagnie Nox.

Promesse

Assister à "Chorémania", c'est ressentir la puissance d'un spectacle vivant qui mêle théâtre, danse et émotions. Une performance qui réveille le corps et l'esprit.

(!) **Élément de langage à respecter dans la description des posts Instagram** « On dit que ... » **souvent répété dans chaque description par la Compagnie Nox.**

13/05/2025

Outils de communications

- Instagram (postes, shorts, story)
- Facebook (postes, shorts, story)
- Site web (dans la rubrique « Nos expositions » -) « Chorémania » -) « voir plus » raconter et présenter le spectacle du 6 juin 2025 à l'école Sainte-Foy (+quelques photos)

Campagne déroulement

Réalisation des postes, story, shorts Instagram et Facebook (moi de mai) + (Photos prises lors du spectacle à publier sur Instagram après l'évènement (moi de juin))

Réalisation du paragraphe de présentation du spectacle le 6 juin pour le site (moi de mai) + (Photos prises lors du spectacle à publier sur le site après l'évènement (moi de juin))

Conclusion

Cette stratégie de communication a pour but de faire connaître le spectacle Chorémania et de renforcer l'image de la Compagnie Nox en Alsace. Même si le spectacle est déjà complet, la communication permet de valoriser le travail artistique de l'équipe, de toucher un public plus large et de poser les bases pour ses futurs projets.

Grâce à des outils simples (réseaux sociaux, site web) et un message fort, la campagne vise à créer de la curiosité, de l'attachement et à encourager le bouche-à-oreille. Un bilan sera fait après le spectacle pour voir ce qui a fonctionné et améliorer les prochaines actions.