



EXPOSITION LUMIÈRES GRAFFI

LES CARRIERES DE LUMIERES
LES BAUX DE PROVENCE
EXPOSITION 2019

Fanny Roulive | Maria Fidaly | Marion Carry | Marie Arnoux

L'ÉQUIPE DU PROJET



Marion CARRY
Directrice de
communication



Marie ARNOUX
Chef de Projets
Evenementiels



Fanny ROULIVE
Chef de Projets
Evenementiels



Maria FIDALY
Community Manager



LES CARRIERES DE LUMIERES

STRUCTURE :

Les Carrières de Lumières sont un centre d'art numérique projetant des expositions immersives, situé aux Baux-de-Provence.

Les centres d'art sont des structures ont une autonomie de programmation et une grande capacité de réactivité. Et contrairement à d'autres lieux tels que les musées, galeries ou fondations, le centre d'art se veut avant tout un lieu d'expérimentation et de production. Depuis 2012, la carrière est gérée par la société Culturespaces. Le mariage de l'art et du numérique s'adresse à un public plus jeune et plus large que celui des musées classiques.

L'HISTOIRE :

Formée il y a 20 millions d'années, la pierre des Baux de Provence est une pierre de calcaire blanc extraite de la carrière au fil des années pour la construction du Château et de la Cité des Baux. En 1935, la concurrence économique des matériaux modernes conduit à leur fermeture de la carrière. En 1959, Jean Cocteau, émerveillé par la beauté des lieux et de leur environnement, décide d'y tourner des séquences de son film *Le Testament d'Orphée*. Depuis 2012, les Carrières de Lumières poursuivent leur aventure artistique avec de multiples expositions numériques immersives sur Monet, Renoir, Michel-Ange, Léonard de Vinci ou encore Arcimboldo.

SECTEUR :

Les carrières des lumières travaillent sur le secteur des expositions immersives. Elles sont réalisées à partir de milliers d'images d'oeuvres d'art numérisées, diffusées en très haute résolution et mises en mouvement au rythme de la musique pour dérouler un scénario plein de poésie. Ces expositions monumentales reposent sur la dématérialisation des œuvres d'art et leur projection sur d'immenses surfaces (ici la pierre calcaire des Baux de Provence) en très haute résolution grâce à un équipement numérique hors-norme. C'est une technique encore très peu utilisée et très innovante dans le secteur des expositions d'art.

LES CARRIÈRES DE LUMIÈRES

L'OFFRE :

Le lieu propose la visite des carrières avec les expositions de grands artistes en version numérique. Le prix d'entrée est de 12,5€ ce qui les prix appliqués pour une visite d'un musée classique, et un peu plus élevé pour un centre d'art. La carrière a accueilli entre 300 000 et 500 000 visiteurs par an selon les expositions.

LA COMMUNICATION :

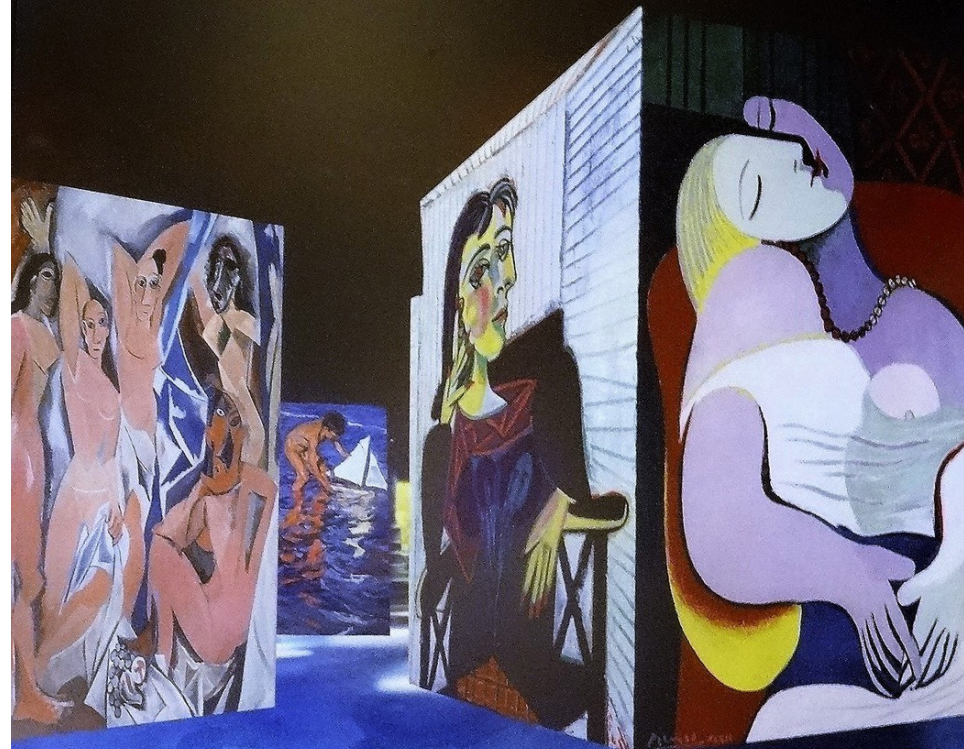
La communication de la carrière se fait principalement par la presse avec de nombreuses retombées. On retrouve ensuite des publications de vidéo sur YouTube pour annoncer de la nouvelle exposition. La carrière est présente sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Pinterest et Youtube. Elle y est très active avec une grande communauté (85000 abonnés sur Facebook par exemple).

LES CONCURRENTS :

La technique de l'immersion numérique n'étant pas très développée, il n'y a pas de concurrents direct sur la région PACA. On retrouve néanmoins une dizaine de centres d'art et de musées dans les alentours, ainsi que 5 galeries d'art.

CARRIÈRES DE LUMIÈRES
LES BAUX-DE-PROVENCE

PICASSO
MÉDITERRANÉE
2017-2019



PICASSO
& LES MAÎTRES ESPAGNOLS

UNE RÉALISATION GIANFRANCO IANNUCCI
RENATO GATTO - MASSIMILIANO SICCA

2 MARS 2018 - 6 JANVIER 2019

culturespaces
PARTAGER LA CULTURE

AM
IEX
MUSEUMS OF
ART

Exposition réalisée
avec le soutien
exceptionnel de

STRATEGIE DE COMMUNICATION

PROBLEMATIQUE

Comment attirer une cible plus jeune dans un univers culturel qu'ils méconnaissent ?

OBJECTIFS

DE COMMUNICATION

Faire connaître la carrière des lumières et l'exposition des graffeurs
Faire venir la cible à l'exposition
Moderniser l'image de la carrière avec un événement street art jeune

COMMERCIAUX

Attirer 500 000 spectateurs à l'exposition street art sur l'année 2019

LES CIBLES

Hommes/femmes, de 20 à 40 ans, toutes CSP, habitant dans le 13, 84, 30.

Les touristes venant en vacances dans le 13, 84, et 30.

Journalistes régionaux et nationaux.

LE CONCEPT DE L'ÉVÉNEMENT :

Amener la modernité de la rue dans un lieu millénaire.

NOM DE L'ÉVÉNEMENT :

LUMI'GRAFFI

DATES :

Mars 2019 à janvier 2020.

PLACE DE L'ÉVÉNEMENT :

Carrières des Lumières, les Baux-de-Provence.

EXPLICATION DE L'ÉVÉNEMENT :

L'exposition au cœur des Carrières-de-Lumières a pour but de mettre la modernité à l'honneur en restant au niveau local. Les artistes choisis sont des graffeurs restant dans le style "fresque" et "street-art", dont les œuvres seront exposées et positionnées en Provence-Alpes-Côtes-D'Azur, ainsi que les prestataires prenant part au projet.



LES ARTISTES



Bragalast1

Originaire de Marseille
Passionné par le Street Art
Autodidacte

Il a réalisé de nombreuses fresques chez des particuliers et dans lieux publics.

Son style ?

les cartoons ou animés, colorés, le tout nuancé par une touche de surréalisme



Goddog

Basée à Avignon
Réalisation de fresques à grande échelle
aux toiles exposées en galeries

Son style ?

l'art urbain, de l'abstraction et de la figuration libre



VeterOner

Originaire de Marseille
Il se fait vite remarquer pour ses personnages et ses décors. Depuis, il s'est spécialisé dans la création de décors pour le spectacle et l'événementiel.

Son style ?

Le graffiti urbain, les personnages et les décors

LES ARTISTES



DEUZ

Originaire d'Aix en Provence
Il apprécie principalement faire des portraits car pour lui c'est représenter « l'autre », chercher à retranscrire l'émotion, les visages et les caractères d'une manière particulière.

Son style ? Le graffiti réaliste, avec au coeur un portrait.



NOSIFONE

Basée à Avignon
Fondu de la culture Hip Hop, c'est cette passion qui l'a amené à découvrir le Graffiti. Il a recouvert de nombreux murs depuis ses années de pratiques, mais se spécialise dans les hangars et lieux désaffectés.

Son style ? L'art de rue hip hop, coloré parfois réaliste comme irréaliste.



Skio

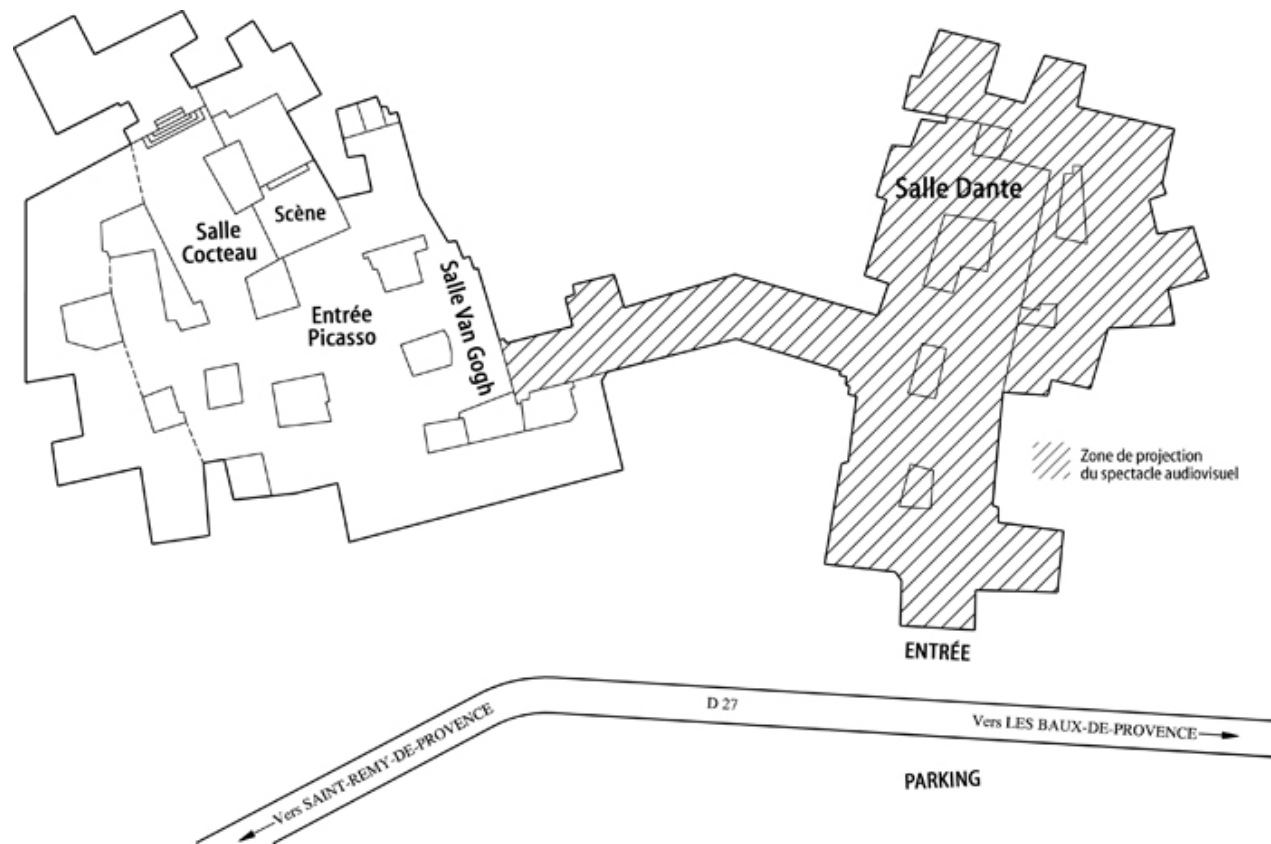
Originaire de Toulon
Il connu le graff à l'âge de 17 ans en dessinant sur des murs. Adept de personnages et autres créatures spectaculaires, il les fait sortir tout droit de son imagination afin de construire des histoires.

Son style ? Artiste polyvalent, il se base sur la création des personnages colorés et originaux.

PLAN DU SITE

La projection des oeuvres numériques aura lieu dans la salle Dante. Il n'y aura pas de parcours prédéfinis afin de laisser le visiteur balader selon son envie au milieu des oeuvres.

Les animations seront disposées vers la sortie de la salle. Ainsi, après avoir été immergée dans l'ambiance du graffiti, les visiteurs pourront s'initier à cet art.



ANIMATIONS

GRAFFITI VIRTUEL

Nous proposons un atelier de graffitis virtuels interactifs afin de rester dans le concept du lieu avec l'immersion par la projection, mais en y mettant un côté interactif et dynamique en faisant participer les visiteurs de l'exposition. Le principe de l'animation est de pouvoir graffer virtuellement sur un mur.

Intervenant : atelier "Graffiti virtuel" par Digitarteven. Ce prestataire a été choisi car il est local, ce qui suit l'éthique de l'évènement.

VIDEOS DEMONSTRATIVES

Au coeur du chemin de pierre, sur un mur, nous proposons de projeter une vidéo d'un artiste en plein travail réalisant un graffiti. L'idée est de présenter les différentes étapes de sa création. Chaque semaine, une nouvelle vidéo sera projetée.

Intervenant : la vidéo représentera les artistes exposés, ce qui permettra un focus plus important sur nos artistes locaux.

PRESENCE DES ARTISTES

Chaque samedi par roulement un des artistes sera présent pour expliquer ses oeuvres et son style artistique.



LES SPECIFICITES

PRIX DES ENTREES :

Les tarifs prévus pour l'exposition sont ceux fixés par Les Carrières de Lumières car ils restent les mêmes pour les différents événements que ce lieu accueille.

Plein tarif : 12,5 €

Tarif réduit : 10,5 € (7-17 ans, étudiants, demandeurs d'emploi, personnes à mobilité réduite, porteurs du pass Éducation - sur présentation d'un justificatif en cours de validité de moins de 6 mois)

Tarif famille : 40 € (pour 2 adultes et 2 enfants de 7 à 17 ans)

Gratuit pour les moins de 7 ans, les journalistes, les porteurs de la carte SNELAC, ICOM et ICOMOS (sur présentation d'un justificatif en cours de validité de moins de 6 mois)

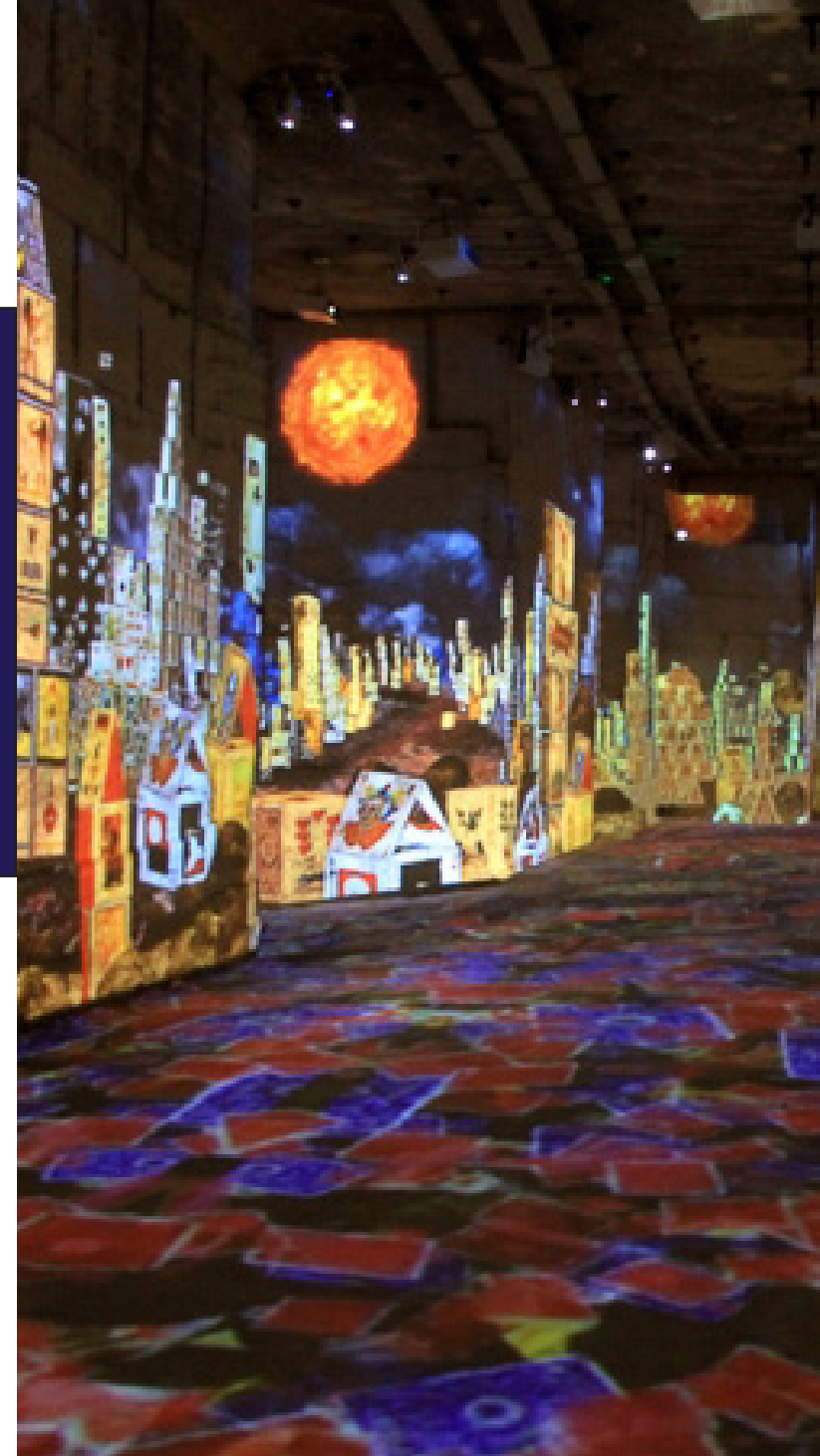
EQUIPE TECHNIQUE :

L'équipe du projet et autres salariés des carrières de lumière (agent d'accueil, régisseurs, équipe commerciale...)

IMPREVUS/ VARIABLES

Les imprévus liés à la météo, ou liés à la non participation d'un des artistes sont peu probables puisque l'exposition est en intérieur, et elle est préparée bien en amont. Le seul risque est un risque de dysfonctionnement du matériel de projection. Cependant, les équipes techniques des carrières sont là pour éviter ces incidents, et veiller au bon déroulement de l'exposition. Du matériel de secours est disponible au cas ou.

Pas de partenariat ou de mécénat est prévu.



LE VISUEL

L'affiche de l'événement reprendra les codes des affiches des expositions des carrières de lumières. On y retrouvera les oeuvres des artistes présents.

Nous démarrerons la communication de l'événement en Janvier 2019, lorsque les préparations débuteront et nous continuerons tout au long de l'exposition qui a lieu de Mars 2019 à Janvier 2020.

Pour notre cible, la communication sur les réseaux sociaux sera le moyen de communication le plus important, nous aurons donc une stratégie très actives sur ces derniers.

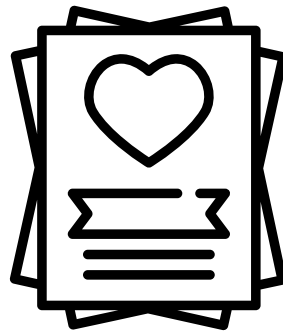
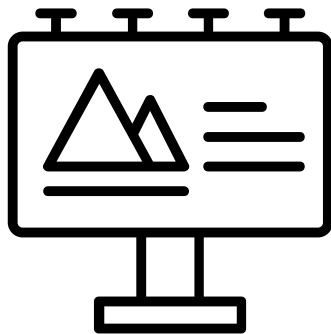


EXPO LUMI'GRAFFI

Mars 2019 à janvier 2020

Bragalast1, Goddog, Arkane, Dire, VeterOner

MOYENS DE COMMUNICATION



AFFICHAGE ET DISTRIBUTION DE FLYERS

Le visuel présenté plus haut sera décliné en A5, A4, A3 et 4x3 afin de couvrir au mieux le territoire ciblé. Nous afficherons à différents endroits stratégiques dans les départements suivants : 13, 84 et 30.

Les Flyer format A5 seront recto/verso, nous y ajouterons les informations importantes sur l'événement. Ils seront distribués dans des lieux stratégiques aux alentours.

RELATIONS PRESSES

La presse reste un moyen très important pour communiquer c'est pourquoi nous prévoyons de rédiger plusieurs communiqués ainsi qu'un dossier de presse qui seront envoyés au magazines adapté à notre cible et aux journaux de la ville et des villes alentours.

MOYENS DE COMMUNICATION



FACEBOOK

Permet de toucher le grand public. Ce réseau social créé un véritable lien de proximité avec notre cible. Les utilisateurs sont nombreux et le degré d'impact sera très bénéfique pour l'exposition.

Les carrières sont déjà très actifs, nous continuerons donc à l'être en publiant 3 publications par semaine et 1 story; car ceux-ci sont de plus en plus visionnés, ils vont permettre d'accroître la notoriété de notre exposition.



INSTAGRAM

Toucher les jeunes et montrer les photos des oeuvres d'art. Le but sera de séduire par la beauté des photos et attirer des visiteurs. Nous publierons tous les jours ! Et ferons au minimum 2 story par semaine, car tout comme facebook, elles sont très visionnées



YOUTUBE

Vidéos, le format vidéo est plus intéressant, il attire plus de monde.

Nous essayerons de publier 1 vidéo par semaine, dont des teasers et des interviews des artistes.



TWITTER

Nous avons pour projet de créer un compte sur Twitter pour parler avec les influenceurs - communiquer auprès de la cible des leaders d'opinions, de blogueurs spécialisés et créer une sorte de dialogue direct avec nos internautes.

Nous ferons 2 tweet par jour.



LE BUDGET

BUDGET PREVISIONNEL	
Communication	
Affichage	30000
Flying (hotesses)	3 200€
Impression	10000
Réseaux sociaux	Fait en interne par notre CM
Communiqué de presse	Fait en interne
Rémunération des artistes	
2% des entrées	125000
Animations	
Graffiti virtuel	150000
Vidéo présentation (tournage)	20000
Présence des artistes	Compris dans leur rémunération
TOTAL	338 200€
RECETTE PREVUES	6 250 000€

RETROPLANNING DU PROJET

DESCRIPTIF DES TÂCHES	2018	2019												2020	
	Janv	Févr	Mars	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Octobre	Nov	Déc	Janvier	Février	
Logistique															
Recherche des artistes + contact	■														
Création plan de communication	■														
Budget Prévisionnel	■														
Contrat des artistes	■														
Artiste															
Signature du contrat	■														
Accueil de l'artiste sur le lieu	■														
Communication															
Voir plan de communication															
Affichage		■					■	■	■	■			■		
Street marketing :															
flyers		■													
création du flyer	■														
Conception	■														
BAT - Impression	■														
Localisation des endroits stratégiques	■														
Distribution		■					■	■	■	■			■		
Relations publiques															
Comuniqué de presse	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Rédaction dossier de presse	■														
Envoi invitations inauguration et DP	■														
Relance des contacts de presse		■	■	■											
Inauguration de l'exposition				■	■										
Site internet															
Enrichissement et actualisation	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Réseaux sociaux															
Enrichissement et actualisation	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Vidéos															
Tournage des vidéos d'artistes		■	■												
Animations															
Graffiti virtuel				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Evaluation de l'événement															
Analyse des retombées presses, nombre de billets vendus														■	

PLAN DE COMMUNICATION DES RESEAUX SOCIAUX

	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE
LUNDI		<ul style="list-style-type: none"> - Retweet d'une actualité en lien avec le graph - Tweet sur la réalisation de l'interview de l'artiste 	Story vidéo annonçant le live sur Youtube	live youtube "on est en train de tourner l'interview"
MARDI	Teaser de 30sec de l'interview qui sera publiée sur youtube le mercredi: présentation d'un artiste et de sa technique	<ul style="list-style-type: none"> - Photo des oeuvres d'un artiste - Tweet sur le courant artistique du Graph 	photo d'une oeuvre réalisée par l'artiste dont l'interview va être publiée le lendemain, pour donner un effet de teasing	
MERCREDI	Story photo d'une oeuvre avec lien vers l'interview sur Youtube	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation d'une partie du lieu de l'événement - Tweet sur l'avancement de l'organisation 	Photo de l'artiste dont va être publiée l'interview sur Youtube (customisé avec lien vers Youtube pour visionner la vidéo)	partage de l'interview d'un artiste en lien avec le teaser publié sur facebook le lundi, vidéo d'un artiste tous les 15 jours soit 2 vidéos par mois, publication des vidéos les mercredis
JEUDI	Photo et zoom sur un extrait du programme de l'événement avec un lien vers le site internet	<ul style="list-style-type: none"> - tweet sur une image de graph - Retweet sur une actualité concernant le graph 	Photo de l'avancement du projet	
VENDREDI		<ul style="list-style-type: none"> Retweet sur l'art contemporain, relation avec le graph - Tweet sur un artiste 	Photo d'un Zoom sur un élément présent à l'exposition	
SAMEDI		<ul style="list-style-type: none"> - Tweet en direct de l'événements - Retweet d'articles liés à l'art, à un artiste 	Story Video d'art (graph) présentation de l'artiste	
DIMANCHE	Publication sur l'événement : avancement de l'organisation, news sur comment venir, ouverture de la billetterie, activités enfants	<ul style="list-style-type: none"> - Retweet de l'actualité - Tweet sur une info de l'événement 	Une jolie photo d'art (graph) pour valoriser l'art et/ou instalive du live youtube	