

Comité de pilotage Avesnoiseries du 5 mars 2022

Jérémie TONDEUR / Gabriel LEBRUN / Luisa LEBRUN / Olivier GRIFFART / Stéphane SYMOND / Ingrid OLMICCIA / Véronique BURLET / Emanuela LEBRUN / Maxime COX

Visio : David PRONNIER / Laurence SANNIER / Valérie DROUULT / Jean DROUULT

Rappel du COPIL : toutes les décisions sont prises par la COPIL et non le bureau / Il faut être adhérent pour participer au COPIL.

Subventions

Les dossiers sont en cours d'instruction sur les différentes demandes : LEADER / Hauts de France en Fête / FDVA / 3CA...

Si tout se passe bien, il ne devrait pas y avoir de surprises car les demandes sont conformes aux enveloppes possibles et les dossiers sont appuyés par les différents élus.

Il reste tout de même deux dossiers sans nouvelle : Le PACTE 2 : le dossier n'a pas encore été lu, une relance a été faite auprès de la sous-pref / Une demande d'AIL a été faite mais pour l'instant les contacts avec les élus comme avec les techniciens sont quasi inexistantes.

Les premiers retours des communes sont en cours avec quelques subventions (Solre le Château / Boulogne sur Helpe...) et des retours en « nature » (comme Wattignies la Victoire qui propose l'utilisation de la salle des fêtes gratuitement une fois dans l'année pour proposer une animation permettant de générer de la vente en billetterie ou buvette par ex).

Communication : Un contact a été pris avec le Crédit Agricole (Directeur Régional) : le directeur d'Avesnes attend nos besoins précis en éditions de support pour nous faire un retour sur leur possibilité d'aide.

Chèque Vacances

Le contrat est fait pour l'acceptation des chèques vacances en règlement des places. L'affiliation est gratuite, une commission est prise sur chaque encaissement.

Mécénat-Sponsoring

Suite au COPIL de février, il a été acté de proposer des contreparties aux éventuels mécènes suivant l'exemple d'Ailly sur Noye.

Les propositions concrètes adaptés à Hilarius seraient :

| Tarifs / contreparties | 1 500 € | 3 000 € | 5 000 € |
|--|---------|---------|---------|
| Votre logo sur écran géant en avant-spectacle (timing différent en fonction du montant / ou plus ou moins de passages) | Oui | Oui | Oui |
| Le nom de votre société en avant-spectacle | Oui | Oui | Oui |
| Nombre de banderoles ou bâches dans l'enceinte du spectacle (fournis par nos soins) | 1 | 2 | 4 |
| Nombre de kakémono sur le site du spectacle (fourni par vos soins) | 1 | 2 | 4 |
| Spectacle en carré d'Or | 10 | 20 | 40 |
| Cocktail V.I.P dans un espace privatif | 10 | 20 | 40 |

Le nombre de place en carré or n'est pas encore établi. Les places « vacantes » dans le carré pourraient être vendues ou/et offertes aux partenaires (politiques / associations / communes...)

Validé par le COPIL.

Un phoning va fait être auprès des entreprises du territoire avec en priorité les partenaires de Saint Hilaire.

Restauration

Rappel de la composition de la commission buvette / restauration : Emmanuela / Jean Claude / Olivier / Jérémie / Pascal + Gérard en personne ressource.

La commission est libre d'inviter des personnes supplémentaires ou ressources lors de ses réunions.

Les food truck (base liste des nuits secrètes) ont été contactés. Les premiers contacts sont difficiles : mauvaise connaissance de l'association, peu de visibilité sur le spectacle...

Pour l'instant seuls Oliver Twist Avesnes et La maison du Nem de Liessies sont intéressés.

Maintenant que les premiers contacts sont pris et que les premiers retours sur les tarifs ou la méthode sont là, il faudrait contacter des foods trucks (ou restaurateurs ambulants) plus locaux qui connaissent déjà l'association.

Pour le repas des comédiens, l'idée est de faire travailler avant tout les restaurateurs (ou food-trucks) qui viendraient sur place les soirs : en leur demandant de préparer en amont le repas des comédiens (afin de manger tous ensemble).

Une note technique est en cours d'élaboration pour présenter aux éventuels food trucks.

Validé par le COPIL.

Billetterie

Un devis de développement a été fait pour éditer un logiciel de vente internet de contrôle et de gestion des billets. Ainsi que d'un contrôle et gestion de la buvette.

L'idée du logiciel est à voir comme un investissement : une fois le logiciel crée sur mesure, il suffira de le faire mettre à jour par le prestataire (somme à définir) lors d'éventuelles utilisations sur d'autres spectacles ou besoin de billetterie.

Devis : 4200€ HT

Une demande va être faite avec le prestataire pour voir les possibilités de Mécénat / sponsoring afin de baisser le coût total.

Gabriel va contacter Paybox pour souscrire un contrat.

Validé par le COPIL.

Décès

Suite au décès de Régis Derieux, une plaque devait être faite en mémoire de son investissement dans l'association. Toutefois très investie dans une association caritative, sa famille a demandé de favoriser un don à cette association.

Le copil vote pour un don de 200€ à cette association.

Communication

Page instagram : une page instagram a été créée et va être mise en lien avec le compte Facebook. L'intérêt d'Instagram étant la cible (25-35 ans) différentes de celle de Facebook (35-55ans).

Un flyer 10*21 et des kakémonos doivent être fait en urgence pour le RDV des saveurs.

RDV des saveurs : une présentation live de 3 chansons d'Hilarius va être faite avec une quinzaine de Comédiens. En l'absence de costumes, il faudrait créer des « vêtements floqués ».

Il faut donc en urgence imprimer : flyers / kakémonos / Sweat floqués (Jéréemie).

Validé par le COPIL.

Un dossier de presse a été fait par Maxime et déjà distribué aux journalistes lors du premier point presse du 4 mars.

Décors

Les contacts ont été pris avec différents bénévoles et associations afin de créer les décors. En fonction de l'évolution des tarifs du fer, une commande a été faite en urgence afin de commencer les structures à hauteur de 2240.48€.

Le COPIL valide la commande.

Une précommande de roulette a été faite également. Il faut croiser avec une possibilité au niveau de l'hôpital départemental de Liessies où il semble avoir un gros stock.

Une commande de tissu a été faite pour les deux quartiers (150m), la distribution va pouvoir donc commencer (tissus et patron). Un groupe de couturière de Solre le Château a été rencontrée : il devrait faire une cinquantaine de costumes.

Local Avesnes

Un chantier de réfection du local a été fait afin de retaper le plafond et permettre aux couturières de travailler dans des conditions plus faciles.

Merci aux bénévoles qui ont fait ces travaux (Jean Claude, Gérard, Pascal...)

Ci-dessous le rapport de la commission communication et finance

REUNION COORDINATION COMMUNICATION HILARIUS

Date : 9/02/2022

Présents en visio : Gabriel LEBRUN / Jérémie TONDEUR / Aurélie REGNIER-SIVERY/ Luisa LEBRUN/
Maxime COX/ Gérard DELVA

STRATEGIE COMMUNICATION

Suite au copil du 5/02/22, il est important de définir une stratégie com à présenter au prochain le 5/03/22.

Il est proposé via différents canaux de diffusion et différentes réalisations de documents :

- 1^{ère} campagne com de mars à juin 2022
- 2^{ème} campagne à partir de juin jusqu'au spectacle.

RESEAUX SOCIAUX

En plus de notre page FACEBOOK, il est proposé de créer une page INSTAGRAM pour toucher d'autres personnes. De plus, il est très facile de publier via le compte FACEBOOK sur INSTA les deux étant liés.

DOCUMENTS PRINT

TYPES DE DOCUMENTS

- FLYERS : Un flyers 10x21 va être réalisé pour la fin du mois de mars pour le RDV DES SAVEURS. L'objectif de ce flyer est de communiquer sur le spectacle en y intégrant les informations de la plaquette pour le grand public. Doc d'appel, format pratique pour diffusion.
Un flyers A5 sera réalisé par la suite. Le contenu sera discuté par la suite.
- KAKEMONO : en vue du RDV des Saveurs des kakémonos seront imprimés à l'effigie de l'affiche voir avec les couleurs des 2 peuples (échange sur le sujet pendant la réunion : chaque peuple aurait sa propre couleur proposition qui seront faite par Luisa).

IMPRESSION : Repartir du nombre d'impression du spectacle de Floyon et adapter les chiffres en fonction d'Hilarius pour tous les formats print.

DIFFUSION : un échange a eu lieu sur les lieux de diffusion et la zone géographique. Se focaliser sur la zone à 60 à 80 km autour de St Hilaire + la zone frontalière pour faire venir le public. Plus loin communiquer mais plus pour du réseaux, visibilité et notoriété de l'association et du territoire.

Un échange a eu lieu également sur qui fait la diffusion. Certaines entreprises réalisent de genre de prestation en fonction de la demande mais il faut définir nos envies et besoins. Il faut plus d'information sur ces offres de prestations.

- Faire des recherches pour proposer un benchmarking de boite spécialisées pour diffusion
- Se renseigner auprès des régies des grands magasins (+ pompes à essences) : faisabilité et coût
- Se renseigner pour une diffusion com spécifique au moment du spectacle, auprès des Gîtes de France, Office de Tourisme, madame Vacances (Val Joly)
- Voir pour diffusion via Transdev.

FINANCEMENTS : se renseigner auprès des banques crédit Mutuel et crédit agricole pour se faire financer les impressions des documents.

GOODIES

Des magnets et des badges seront réalisés à l'instar du spectacle de Floyon, en amont du spectacle. Plusieurs badges à l'effigie des différents peuples et de l'affiche du spectacle, mais aussi du logo des Avesnoiseries.

D'autres goodies pourront être

A DEFINIR : vente et prix.

CHANSON

Une version de 3 minutes de la chanson HILARIUS va être réalisée pour être proposée au radio (CANAL FM notamment). Un clip sera également tourné. L'idée est de communiquer sur le spectacle en amont en boostant la chanson.

Se renseigner auprès du OCINE Maubeuge pour diffusion du clip pendant les bandes annonces avant les film : faisabilité et coûts.

PRESSE

Il est important de communiquer dès maintenant sur le spectacle via la presse.

Un point presse a été validé pour le vendredi 4/03 à 19h lors de la répétition générale à Saint Hilaire.

Un dossier de presse va être réalisé : quelques pages présentant l'association, les différents spectacles, HILARIUS et les financements (coûts tout du moins).

Des points presse sont à programmer jusqu'au spectacle et pendant le spectacle.

Un reportage WEO devrait être organisé début juin : Jérémie & Aurélie

TO DO :

AURELIE :

- CR de la réunion + envoi
- Benchmark boite de diff
- Contact et envoi com presse pour le 4/03 ?

GERARD

- Renseignement régies grands magasins

JEREMIE :

- Création Flyes 10x15 et Kakémono
- Contact et envoi com presse pour le 4/03 ?

LUISA :

- Faire visuel des 2 peuples
- Envoyer à JEREMIE les visuels pour création Flyer

GABRIEL :

- Rédaction dossier de presse
- Contact et envoi com presse pour le 4/03 ?

MAXIME :

- Création compte Instagram + Communication

Note de travail Avesnoiseries réunion finances du 1^{er} février

Spectacle Hilarius

Objet : Définir le prix des billets d'entrée au spectacle et les tarifs de mécénat / sponsoring pour les partenaires privés.

But :

- Pouvoir mettre en ligne dès le mois de mars la billetterie pour les pré-vente
- Démarcher les entreprises Sambre-Avesnois pour présenter le projet et obtenir des fonds.

1 – Billetterie.

a- Multiplicité des tarifs / placement...

Le nombre de spectateurs par soir ainsi que la configuration des places assises (type gradins) peut permettre à l'instar des grandes salles de spectacle de définir un prix en fonction de la place occupée dans la tribune (places mieux placées = places les plus chères).

Problèmes :

- la multiplicité des tarifs qui rendent parfois illisible la billetterie.
- La « catégorisation » des spectateurs en fonction de leurs ressources financières.
- le risque d'avoir des zones vides
- ...

Avantages :

- Essentiellement le placement : si l'entièreté des places est en placement libre, il risque d'y avoir un problème de fluidité dans les placements (trous) et la buvette et restauration risquent de subir (défavorablement) ce manque de fluidité, les spectateurs préférant alors s'asseoir au plus vite en tribune afin d'avoir les meilleures places et donc ne consommant pas en buvette et restauration.

Proposition :

- Faire une seule gamme de tarif mais avec des zones de placement. Ces zones seront définies par l'ordre des réservations (le premier qui réserve est le mieux placé) ... On remplit donc au fur et à mesure des réservations (plus de problème de clairsemée) et par zone (une centaine de places par zone).
- Le placement par zone serait libre
- Le système permet également de d'éviter le phénomène de file d'attente en mettant en place une signalétique claire et précise (entrée zone 1 / entrée zone 2...) permettant ainsi à chacun de se placer rapidement et donc de profiter de la buvette et de la restauration.

b- Tarifs réduit / tarif unique ?

Historiquement l'association a toujours proposé des tarifs réduits à destination des spectateurs moins aisés (demandeurs d'emploi / familles nombreuses...). Toutefois, il semble que peu profitent de ce tarif.

Problèmes :

- Ce tarif doit être fait sur justificatif... mais comment ? (à l'achat sachant que la billetterie sera accessible en ligne / à l'entrée)
- Comment faire pour faire payer la différence si une personne n'a pas le justificatif ?
- ...

Proposition :

- Un tarif unique adulte
- Un tarif unique enfant (6-18 ans ?)
- Un tarif groupe (à partir de 10 par exemple) : le tarif groupe permet par exemple aux familles nombreuses, aux groupes d'amis, aux ce... de bénéficier d'une réduction. Il peut aussi être déclencheur de vente (exemple : j'achète 8 billets pour mes amis et moi, pourquoi ne pas en prendre 10 et bénéficier d'une réduction, je trouverai bien quelqu'un pour venir avec moi !!).

c- Prix des billets (gamme de prix)

Les tarifs habituels proposés par l'association pour ces spectacles sont aux alentours de 10€ pour un village théâtre. Le dernier de ce type étant « l'inconnu de l'an II » pour un budget de 80 000 € environ avec un peu moins de 3 000 spectateurs payants.

Le spectacle Hilarius est différent des autres par sa forme, sa réalisation et sa technique :

- Un son et lumière de 90 min
 - 200 comédiens sur scène
 - Nocturne : début 22h00
 - Mêlant son / danse / texte pré-enregistré / vidéos
 - Une scène unique pouvant accueillir 1 000 spectateurs par soir
 - Avec un pré-spectacle en direct en fin d'après-midi
 - 8 dates
 - ...
-
- *Comparatif.*

Dans la région Hauts-de-France, des spectacles de ce type existent déjà (quelques exemples) :

- LES MISÉRABLES son et lumière - Montreuil-Sur-Mer (22h30 – durée 1h40) / 10 000 SPECTATEURS par an, 8 dates, depuis 1996 / 19€ (Tarifs réduits : demandeurs d'emploi / étudiants / groupes) Enfant : 9€
- LA FLANDRE EN FÊTES ET EN FEUX : son et lumière – Gravelines Aout 2022 350 figurants, pas de spectateurs renseignés, 6 dates, association depuis 1986 / 15€ Adulte – 12€ Groupes – 5€ (-18 ans) – 30€ (pass famille 2 adultes + 2 enfants)
- CYGNES DES TEMPS : son et lumière – Peronne Juillet 2022 / 265 figurants, tribune 800 places sur 3 soirs, depuis 2020 / 18€ Adulte – 12€ enfants moins 12 ans – 15€ groupe 20 personnes et plus
- LES COMBATTANTS DE L'OMBRE : son et lumière – Cléry juillet aout 2022 / Gradin 960 places sur 8 dates, 6000 spectateurs accueillis, depuis 26 ans / Adulte 19€ – Adulte achat sur place 21€ – adulte achat avant 15 mars sur billetterie en ligne 16€ – Adulte tarif réduit 16€ – adulte groupe (à partir de 10 personnes) 16€ - enfant moins 16 ans 9€ - famille (2 adultes et 2 enfants -16 ans) 48€
- FESTIN DE ROIS : Repas spectacle – Novembre 2022 – Bergues 350 participants ; 1 dates, évènement unique / 35€ repas, animation et boisson comprise
- ECLATS D'HISTOIRE/ FÉÉRIE NOCTURNE : son et lumière – septembre 2022 – St Laurent Blangy (Pas de calais) 460 figurants, nombre spectateurs pas renseigné, 6 dates, depuis 1997 / 19€ adulte – 12€ étudiants (13 à 25 ans) – 25€ « carré or » (meilleures places) - 8€ tarif préférentiel
- LE SOUFFLE DE LA TERRE : son et lumière - Hauts de France – aout/septembre 2022 400 bénévoles comédiens, 3200 places en gradins, 20 000 spectateurs la précédente édition, 8 dates depuis 32 ans / 20€ adulte – 10€ enfants 5-12 ans – personne handicapée 17€
- BANQUET DE LA LIBÉRATION : Banquet spectacle – Dry juillet 2022 / 500 participants par soir, 4 soirs, depuis 1996 (26 ans) / 19€ banquet adulte – 9€ banquet moins de 12 ans.
- *Budget*

Le budget prévisionnel d'Hilarius avoisine les 220 000 euros.

En prenant en compte :

- les potentielles ressources en restauration / buvette (estimation faite à partir des bénéfices de l'inconnu de l'an II soit plus ou moins 1€ de bénéfice par visiteur par poste / Pour Floyon donc 6 000 euros de bénéfices pour 3 000 visiteurs)
- Les éventuels jours de moindre influence
- La part entre tarifs pleins et tarifs réduit (2/3 – 1/3)
- Les subventions confirmées et les éventuelles en attente
- Une part raisonnable de financements privés
- Des dépenses (estimations hautes) sur les différents postes techniques
- ...

Proposition offre partenaire :

Définir plusieurs tarifs de participation pour les entreprises incluant des avantages en nature :

- Publicité sur le lieu du spectacle (logo sur écran géant / bache sur les tribunes / kakémono à la billetterie / logo sur site...)
- Contingent de places en carré réservé (le nombre de places et les recettes correspondantes seraient alors valorisées en entrées billetterie).
- Accès bar et/ou restauration (les coûts correspondants seraient alors valorisés dans les postes buvette et restauration)

L'exemple du son et lumière d'Ailly-sur-Noye pour les sociétés partenaires :

| LE PARTENARIAT | 1 500€ | 3 000€ | 5 000€ |
|---|-------------------|---------------|---------------|
| Votre logo sur écran géant en avant-spectacle | ✓ | ✓ | ✓ |
| Le nom de votre société en avant-spectacle | ✓ | ✓ | ✓ |
| Nombre de banderoles sur les gradins | 1 | 2 | 3 |
| Nombre de kakémono à l'entrée du site (<i>fourni par vos soins</i>) | 1 | 2 | 3 |
| Spectacle en carré d'Or | 15 | 20 | 30 |
| Cocktail V.I.P dans un espace privatif | - | 20 | 30 |