

QUI SOMMES NOUS ?

pARTenaire est une agence de communication spécialisée dans le secteur de l'art contemporain.

RAISON D'ÊTRE

Soutenir et promouvoir des artistes émergents basés sur Rennes et ses alentours

NOS SERVICES

Accompagner les artistes dans leur développement
Communicationnel et Créatif



NOS VALEURS



ÉVEIL

ÉCOUTE

ÉMOTION

ENTHOUSIASME

ENGAGEMENT

40mcube

CENTRE D'ART CONTEMPORAIN

STRUCTURE

- Créée en 2001. Basée à Rennes
- Production d'œuvres et d'expositions
- Offre des résidences d'artistes
- Diffusion des œuvres sur divers types d'espace : dans le centre d'art, dans d'autres lieux, dans l'espace public

RAISONS D'ÊTRE

- Sensibilisation des artistes émergent.e.s et la médiation de l'art contemporain auprès du public
- Suivi de la production des commandes artistiques
- Offre des formations professionnelles

VALEURS

ACCESSIBILITÉ

ÉGALITÉ

CONVIVIALITÉ

DURABILITÉ

INCLUSION

PARTENARIAT

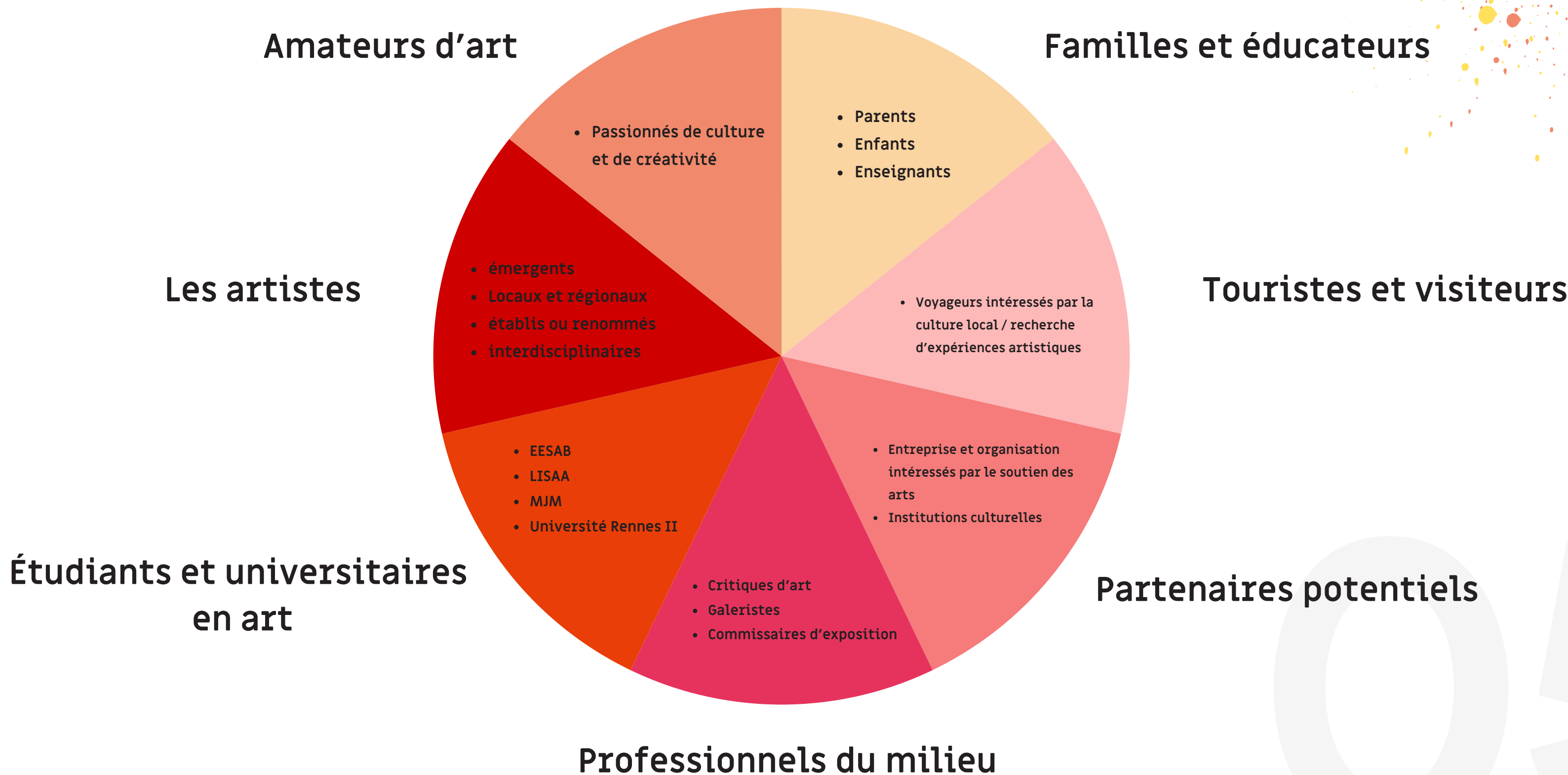
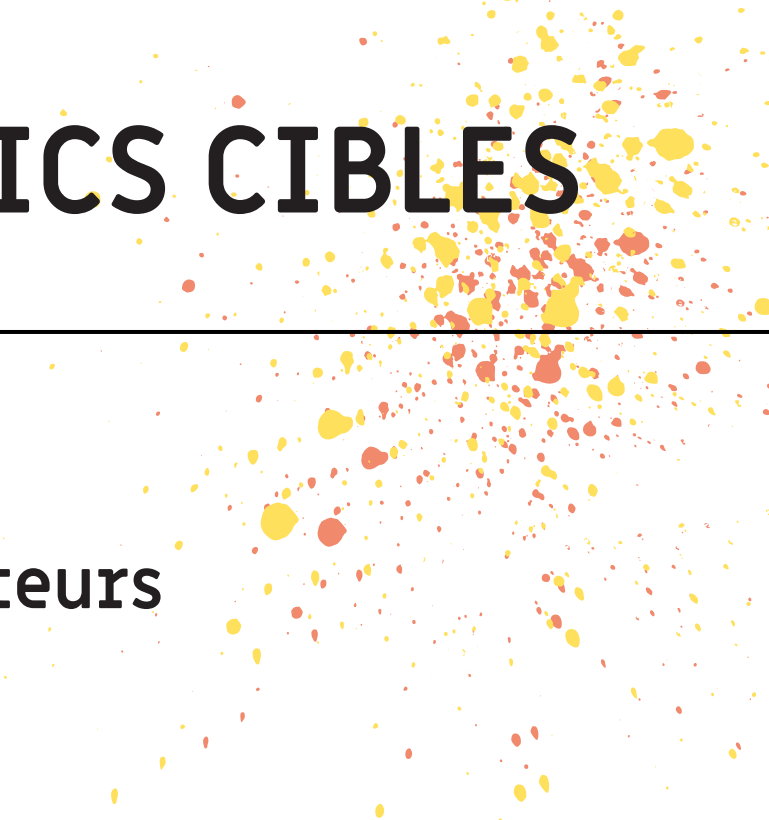
RECHERCHE

SIMPLICITÉ



LANGAGE

- Ton soutenu propre à l'image d'un centre d'art reconnu par l'État — cela transparaît sur les dossiers de presse, les dossiers pédagogiques et les réseaux sociaux
- La communication écrite domine



L'ÉQUIPE DE 40mcube

DIRECTION

LANGLOIS
Anne

Co-directrice, commissaire
des expositions

GOASDUFF
Patrice

Co-directeur

23

PERSONNES TRAVAILLENT
POUR 40mcube

COMMUNICATION & MÉDIATION

GUITARD
CYRILLE

Chargé de la médiation,
de la communication et des relations
avec la presse

SERVICES CIVIQUES

HOUSSIN
Hugo

Communication

GERVAIS
Elsa

Médiation

GRAPHISME

GUILERT
RICHARD

Graphiste

POURQUOI 40mcube ?

01

Politique de soutien
et de
professionnalisation
des artistes qui
rejoint notre raison
d'être

02

Établissement
local, impliqué sur
le territoire
rennais

03

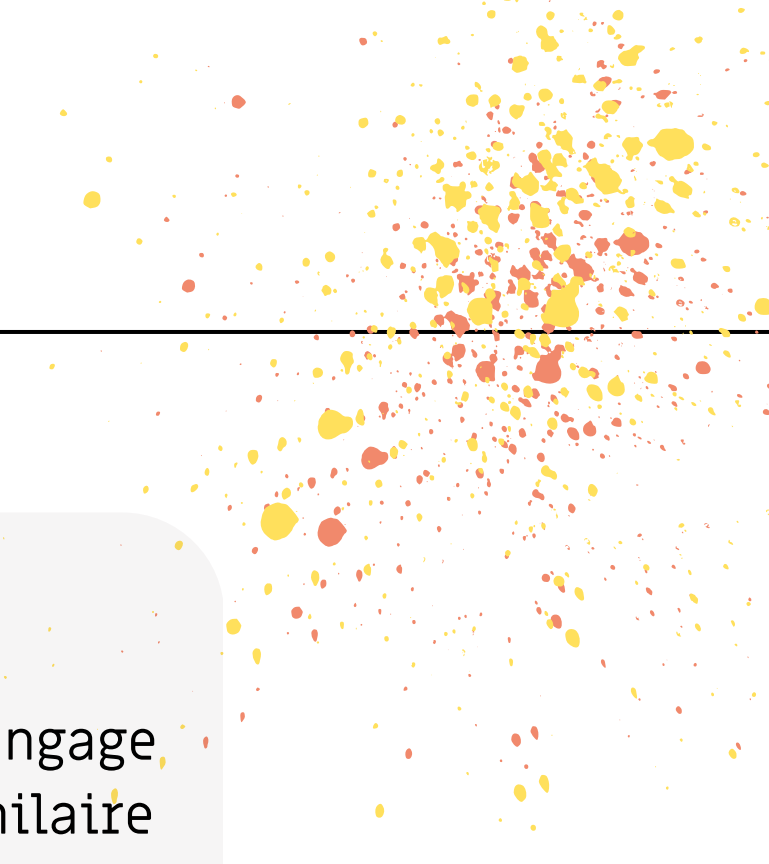
Partage d'un langage
esthétique similaire
du point de vue de la
charte graphique

04

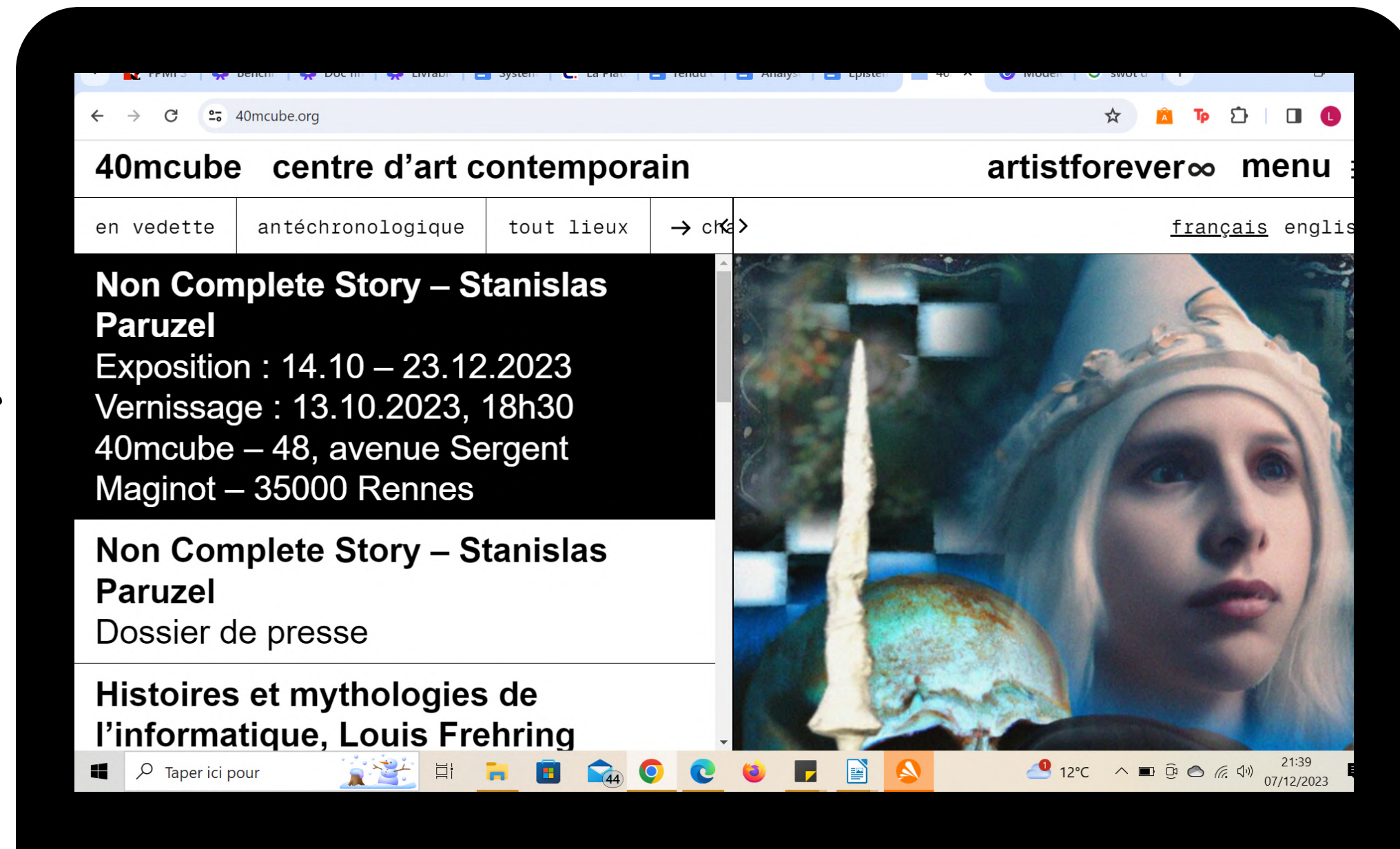
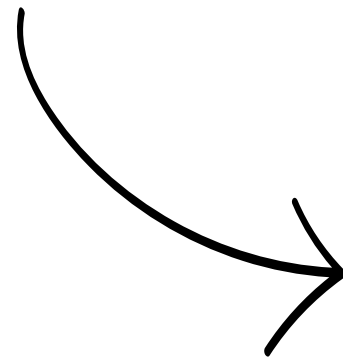
Importance
accordée à
l'éducation
artistique et
culturelle

05

Besoin d'une
croissance de
visibilité et de
performance sur les
médias sociaux



Page d'accueil du site internet



S

FORCES

- Présence d'images de qualités : illustre les contenus
- cohérence avec leur charte graphique : respect des couleurs (présence du noir et du blanc)
- Référencement immédiat en cherchant "40mcube"
- Version du site internet en français et en anglais
- Le classement par ordre alphabétique des artistes simplifie la recherche et offre une structure équitable
- Détails complets des expositions, évènements, et programmes éducatifs
- Adaptation au format ordinateur et téléphone

O

OPPORTUNITÉS

ÉLARGISSEMENT DU PUBLIC :

- Développement d'un nouveau site de 40mcube pour attirer différents publics, faciliter la fluidité
- Amélioration de l'expérience utilisateur
- Partenariats et Collaborations avec d'autres institutions artistiques
- Créer une newsletter pour informer sur les nouvelles ressources : interviews, formations professionnelles

W

FAIBLESSES

- **Difficultés de navigation** : architecture peu claire peuvent désorienter les utilisateurs et perdre leur attention
 - Trop d'onglets dans le menu : "Actions" **(25)**
 - Le nom de tous les onglets est mis en gras, il n'y a donc pas de hiérarchisation entre les onglets et cela ne provoque donc pas de contraste visuel
- Pas de newsletter pour informer sur les nouvelles formations, interviews...
- Difficile de distinguer les différents espaces de 40mcube ; le lecteur a du mal à faire la différence entre les lieux

T

MENACES

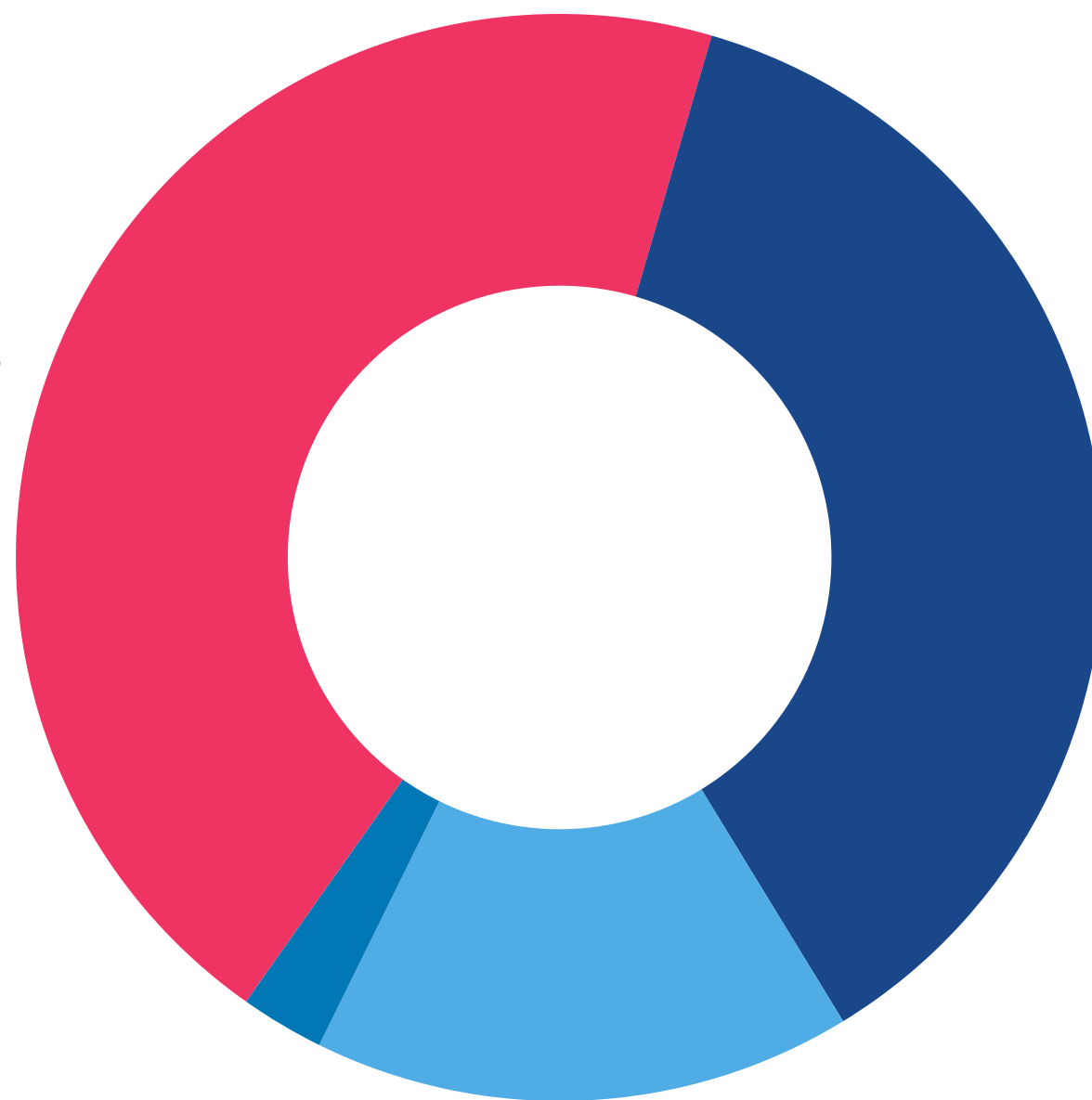
- Au vu du surplus d'informations se trouvant sur le site internet, l'utilisateur risque de ne pas s'y attarder
- Pas d'accès aux réseaux sociaux de 40mcube
- Présentation de 40mcube se trouve tout en bas de la page : l'identité n'est pas mise en valeur
- Concurrence des sites internet d'autres institutions culturelles, ex : site de La Criée plus clair et navigation plus fluide


7 181
FOLLOWERS


5 900
FOLLOWERS


400
FOLLOWERS


2 573
FOLLOWERS



Utilisateurs :
35 - 54 ans

Post avec le moins d'audience



3 réactions : 0 commentaire

- 0 ❤️
- 3 👍

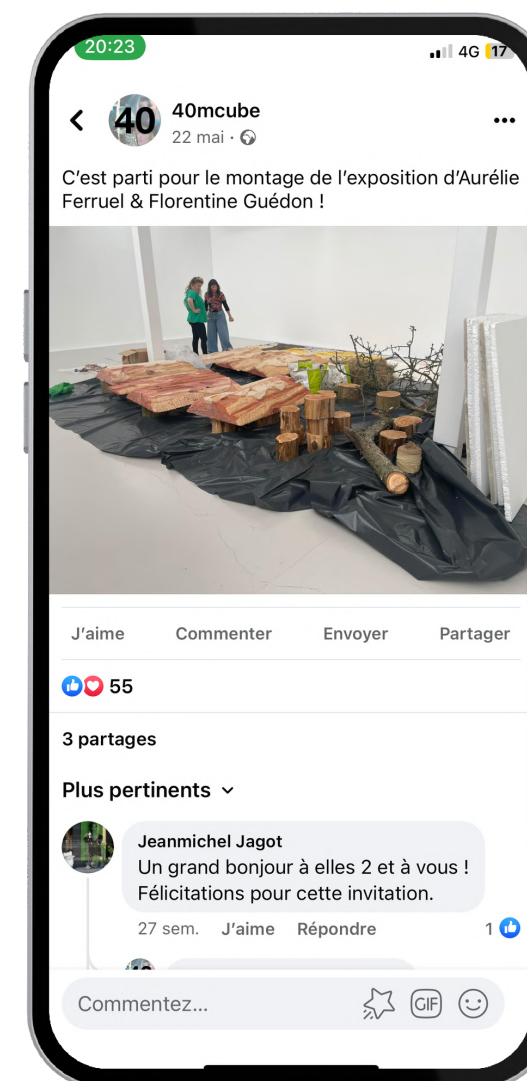
1 partage

Date : 24 octobre 2023

Format : Vidéo + Descriptif de la formation

Sujet : Ouverture inscription et descriptif du programme de la formation

Post avec le plus d'audience



55 réactions : 2 commentaire

- 9 ❤️
- 46 👍

3 partages

Date : Lundi 22 mai 2023

Format : 1 photo + texte

Sujet : Montage de l'exposition d'Aurélie Ferruel & Florentine Guédon



Utilisateurs :
18 - 34 ans

Post avec le moins d'audience



20

0 commentaire

Date : 11 mai 2023

Format : Vidéo + description plateforme artistforever

Sujet : Présentation des ressources gratuites présenté par la plateforme ArtistForEver

Post avec le plus d'audience



311

6 commentaires

Date : 30 juin 2023

Format : Photo d'exposition + explication de celle-ci

Sujet : Exposition Nouaison d'Aurélie Ferruel & Florentine Guédon dans le cadre d'Exporama



Utilisateurs :
18 - 34 ans

Post avec le moins d'audience



1 0 commentaire
79 vues 0 retweet

Date : 20 septembre 2023
Format : Image + Lien article Mediapart
Sujet : Article de Mediapart : compte-rendu de l'exposition Nouaison d'Aurélie Ferruel & Florentine Guédon.

Post avec le plus d'audience

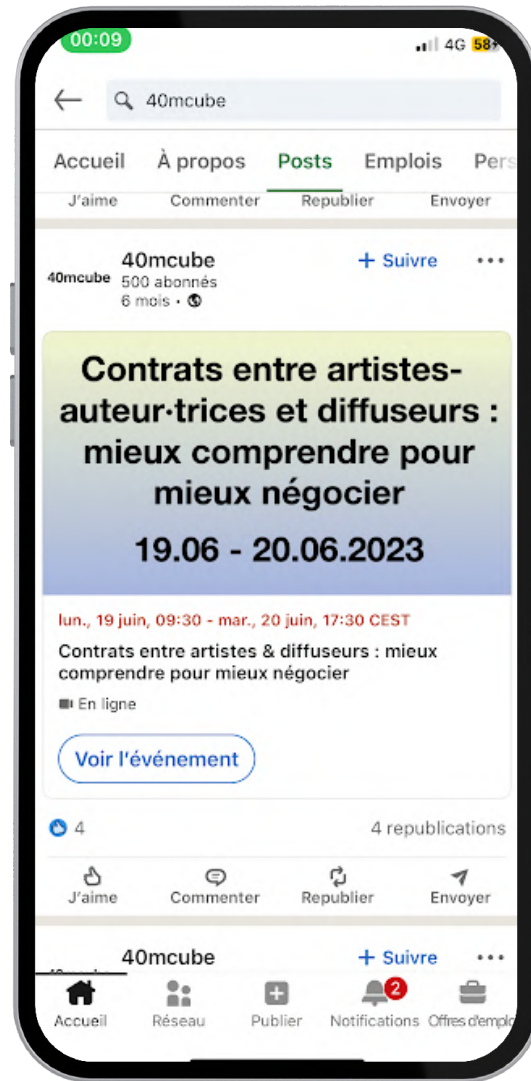





2 0 commentaire
2030 vues 2 retweets

Date : Lundi 22 mai 2023
Format : 1 photo + texte
Sujet : Annonce du vernissage de l'exposition Nouaison d'Aurélie Ferruel & Florentine Guédon.

Utilisateurs :
25 - 54 ans

Post avec le moins d'audience



4 réactions : 0 commentaire
• 0 
• 4  4 partage 



Date : Juin 2023

Format : lien de l'évènement

Sujet : Formation sur les contrats entre artistes & diffuseurs : mieux comprendre pour mieux négocier - 10 participants

Post avec le plus d'audience



101 réactions 0 commentaire
• 11 
• 78  16 partages 

Date : Juillet 2023

Format : republication de 40mcube + textes + liens externes + une photo

Sujet : Les journées professionnels à Dunkerque et remerciements



FORCES

INSTAGRAM

- Diversité des formats de posts (photos, vidéos...)
- Poste plusieurs fois par semaine
- Bon nombre de "likes" par post
- Nombre de followers important
- Photos d'expositions = contenus qui fonctionnent bien
- Feed et visuels cohérents avec leur image

TWITTER

- Nombre de vues important sur les tweets
- Poste très régulièrement
- Nombre de followers important

FACEBOOK

- Poste régulièrement (plusieurs fois par semaine)
- Le format des posts est adapté à Facebook

LINKEDIN

- Les postes qui fonctionnent le mieux sont ceux sur les rencontres et les formations professionnelles
 - Faciliter des mises en réseaux professionnels
 - Mise en avant d'artistforever (site) et Generator
- Beaucoup de liens externes



FAIBLESSES

INSTAGRAM

- Trop de contenus anciens
- Stories non organisées, pas de mise à jour depuis 2020
- Les heures de publications sont irrégulières
- Interactions faibles des abonnés.
- Pas d'informations comme les horaires de 40mcube dans la bio

TWITTER

- Audience peu active, voire inexistante (des vues, mais pas de réactions)

FACEBOOK

- Les heures de publications sont irrégulières
- Audience peu active :
 - très peu likes
 - très peu de commentaires

LINKEDIN

- Audience peu active
 - sur les reposts
 - très peu de commentaires
- Trop de rédaction sous les posts



OPPORTUNITÉS

INSTAGRAM

- Continuer à développer Instagram
- Favoriser les contenus visuels
- Avoir un compte professionnel
- Faire un plan de communication avec des publications programmées pour mieux capter ses cibles et développer la communication

TWITTER

- Poster une fois à deux fois par semaine maximum

FACEBOOK

- Poster moins, car peu de réactions

LINKEDIN

- Continuer et développer les contenus sur les formations professionnelles
- LinkedIn est un moyen de faire le lien avec d'autres centres d'art
- Nouveaux partenariats qui contribueront à artistforever (fin 2023)



MENACES

INSTAGRAM

- Ne possède pas de compte professionnel : peut perturber la communication, car moins d'informations sur leur audience, régularité des posts...
- Évolution des algorithmes : adaptation permanente

TWITTER

- Moins de personnes sont sur Twitter (rachat X)

FACEBOOK

- Pas de compte professionnel
- Parfois même contenu publié sur Instagram et Facebook : **s'adapter aux publics**

LINKEDIN

- Contenus similaires à des contenus du site et de Facebook,
- Peu d'événements sur les formations et peu de participants

COMPARAISON DES RÉSEAUX SOCIAUX

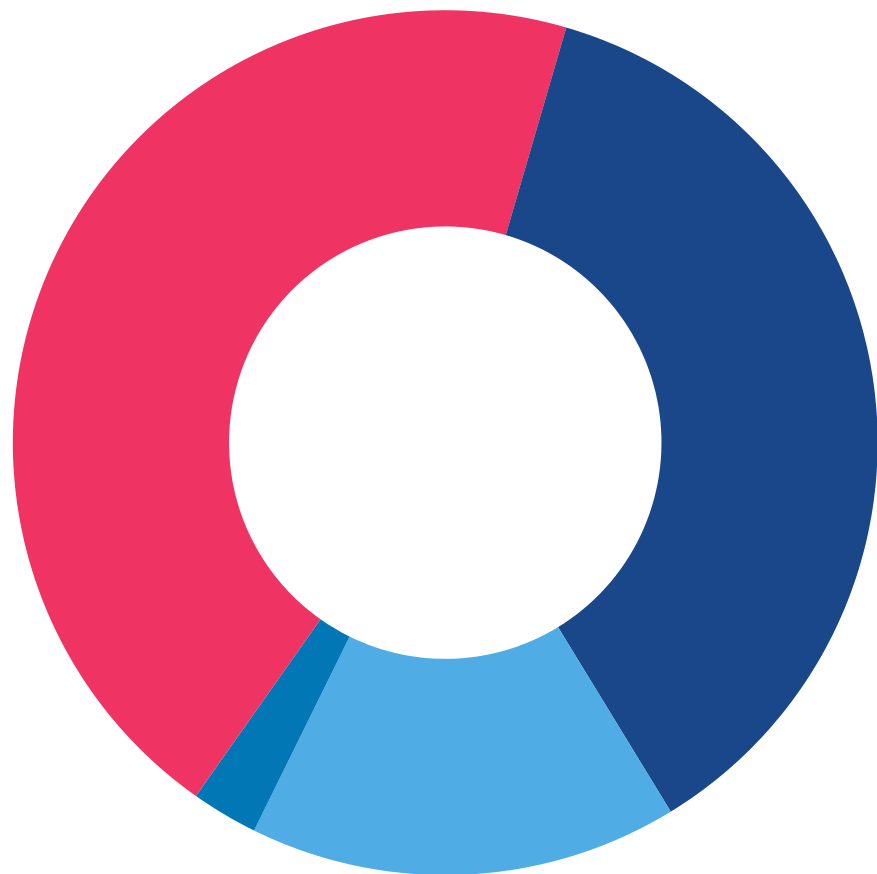
des centres d'art contemporain rennais

40mcube

VS

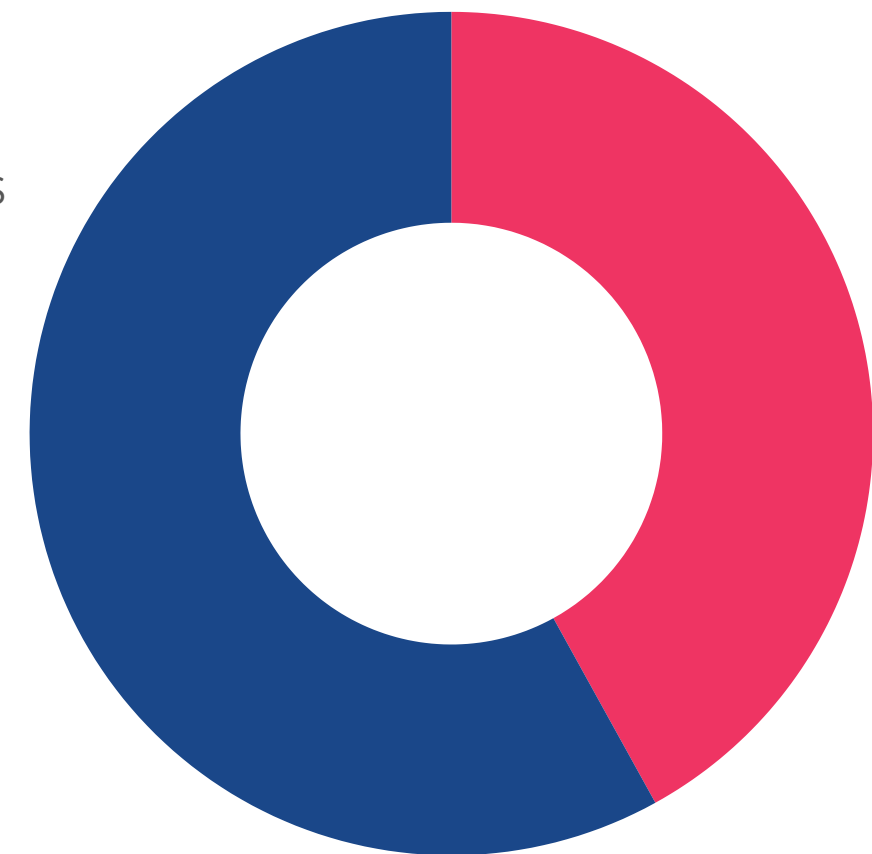
la
criée


7 181
FOLLOWERS




5 900
FOLLOWERS


12 000
FOLLOWERS




8 677
FOLLOWERS




400
FOLLOWERS


2 573
FOLLOWERS

Total nombre de posts

la criée VS 40mcube

On remarque que sur les deux réseaux 40mcube poste plus que La Criée



- 5 posts de plus sur Instagram 
- 25 posts de plus sur Facebook 

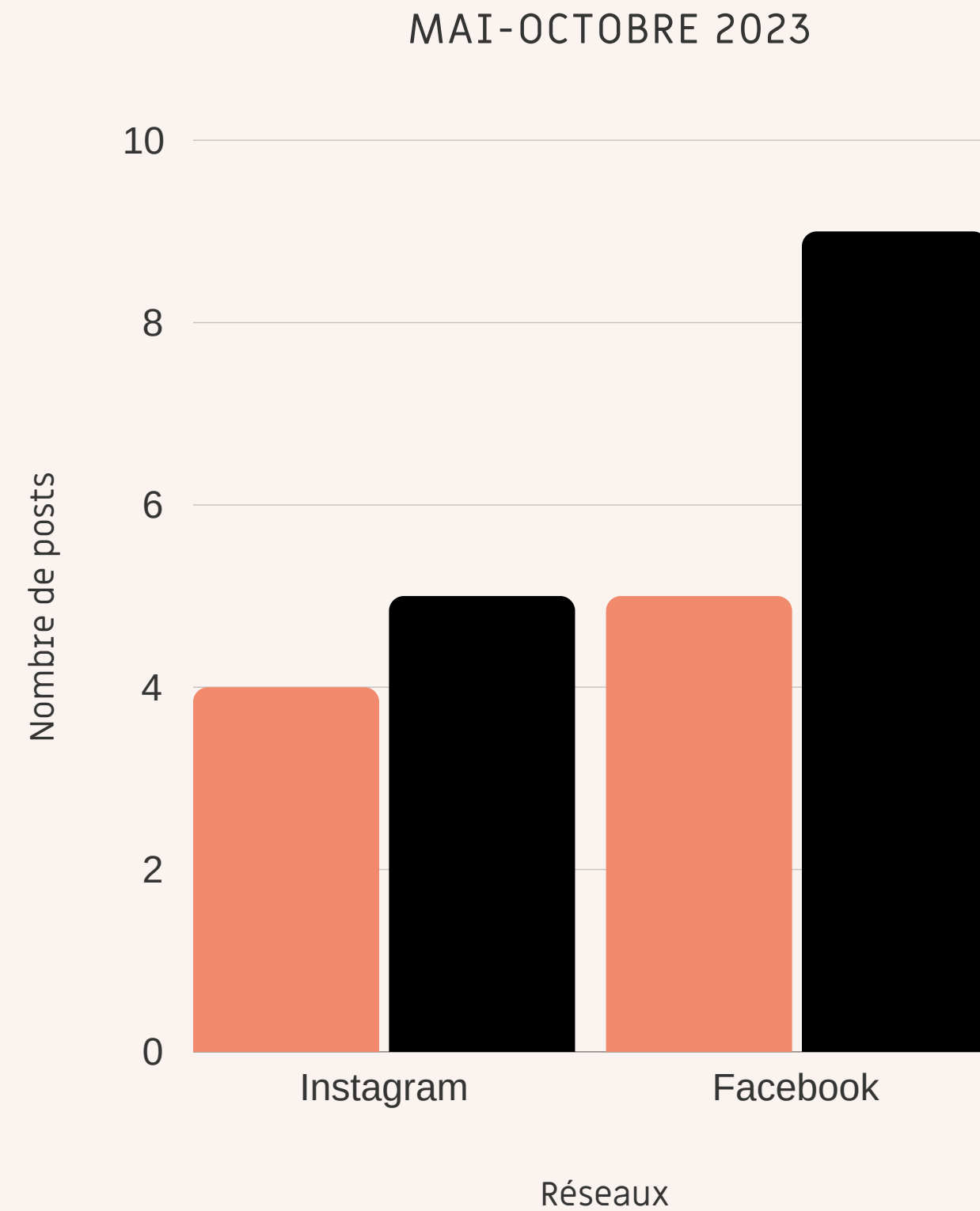


Moyenne de post par mois

*la
criée* VS **40mcube**

On remarque que sur les deux réseaux
40mcube poste plus que La Criée.

- **1 post** de plus sur Instagram 
- **4 posts** de plus sur Facebook 

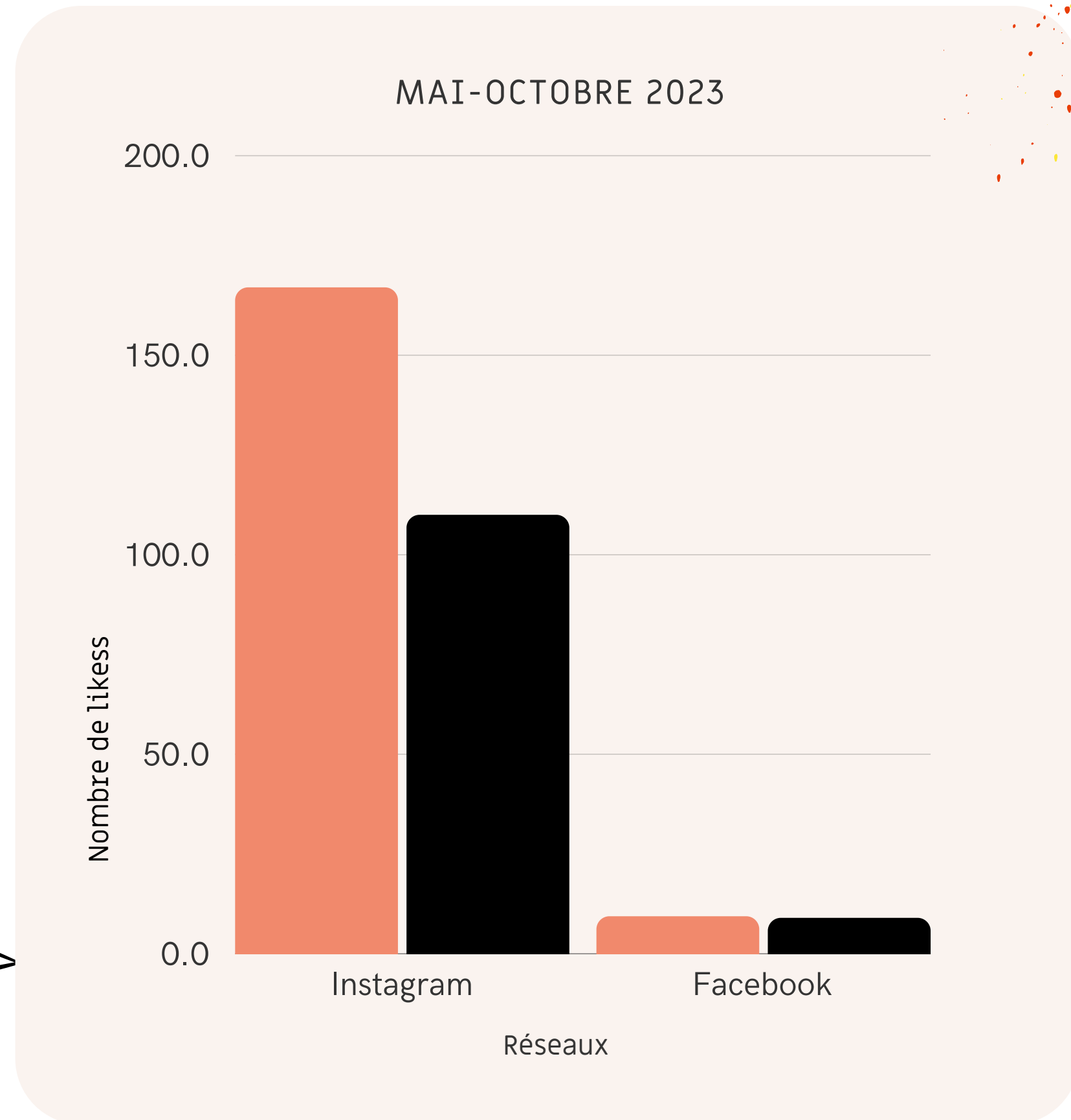


SUR 6 MOIS

Nombre de "like" par post

*la
criée* VS **40mcube**

- Instagram est le réseau où l'on obtient le plus de likes 📷
- La Criée a en moyenne **57** likes de plus que 40mcube sur Instagram 📷
- Le nombre de "like" sur Facebook est quasiment identique 📘



Respect de la charte graphique



Post Instagram (même post sur Facebook) du 10 novembre 2023

- Reprise du logo
- Même typographie que celle utilisée sur le logo et sur le site internet
- Fondu de couleurs (rappel de l'esthétique du site internet)
- Réaffirmation d'une identité visuelle

VALEURS MISES EN AVANT

- **Accessibilité :**
 - disponible partout/tout le temps
 - accessible financièrement
 - accessible aux personnes sourdes/malentendantes
- **Simplicité :**
 - post simple et compréhensible

Nous observons une fidélité envers la charte graphique initiale et leurs engagements sur l'ensemble des communications écrites et les médias sociaux.

Respect de la raison d'être



Post Instagram du 29 novembre 2023

- Sensibilisation à l'art contemporain à travers les publications
 - Privilégier le ton institutionnel
- Mise en avant du travail des artistes :
 - Description détaillée et contextualisée du travail des artistes émergents
- Renforcement du lien entre le public et le travail créatif :
 - Encourager la discussion et l'échange
- Mise en avant des offres de formation, des résidences des artistes et des actions de sensibilisation
 - La production des commandes et expositions est mise en retraite



01

VALEURS ET ADN RESPECTÉS

ACCESSIBILITÉ & ÉGALITÉ

Ex : gratuité des accès aux ressources et formations en ligne, participation de tous les publics pour les visites guidées

SIMPLICITÉ

Ex : Typographie épurée & mise en page minimaliste : éléments de la charte graphique qui poursuivent l'esthétique des supports de communication — site internet, dossiers, réseaux .

PRINCIPES DE PARTENARIAT, CONVIVIALITÉ ET DE RECHERCHE

Ex : collaborations avec des artistes et des professionnels de la culture dans le cadre des résidences / expositions / journées de rencontre
identification des partenaires dans les posts

INCLUSION

Ex : offres de médiation adaptées aux profils du groupe de visiteurs, diversité des artistes exposés

02

DÉPLOIEMENT DES RAISONS D'ÊTRE

Accompagnement des artistes lors des expositions

Accompagnement des publics différents dans la médiation de l'art contemporain

Offres de formation pour les artistes-auteur-rices :
GENERATOR et
artistforever

Sensibilisation à la culture contemporaine et à la créativité artistique via les réseaux sociaux

03

LES OUTILS DE COMMUNICATION

Les supports qui suscitent le plus audiences :
Instagram & Facebook

Les supports qui valorisent l'identité visuelle de la structure :
Instagram & le site Internet

Contenus cohérents avec leur identité et leur chartre graphique

Fréquence régulière des publications sur tous les réseaux sociaux



Prioriser le réseau **Instagram**



Préférer les contenus d'expositions et d'œuvres



Supprimer les contenus trop anciens



Veiller à la cohérence de l'organisation des stories



Montrer davantage les coulisses de montage d'exposition, des vidéos de l'équipe : plus de spontanéité et d'authenticité



Optimiser le site internet pour faciliter la navigation

1

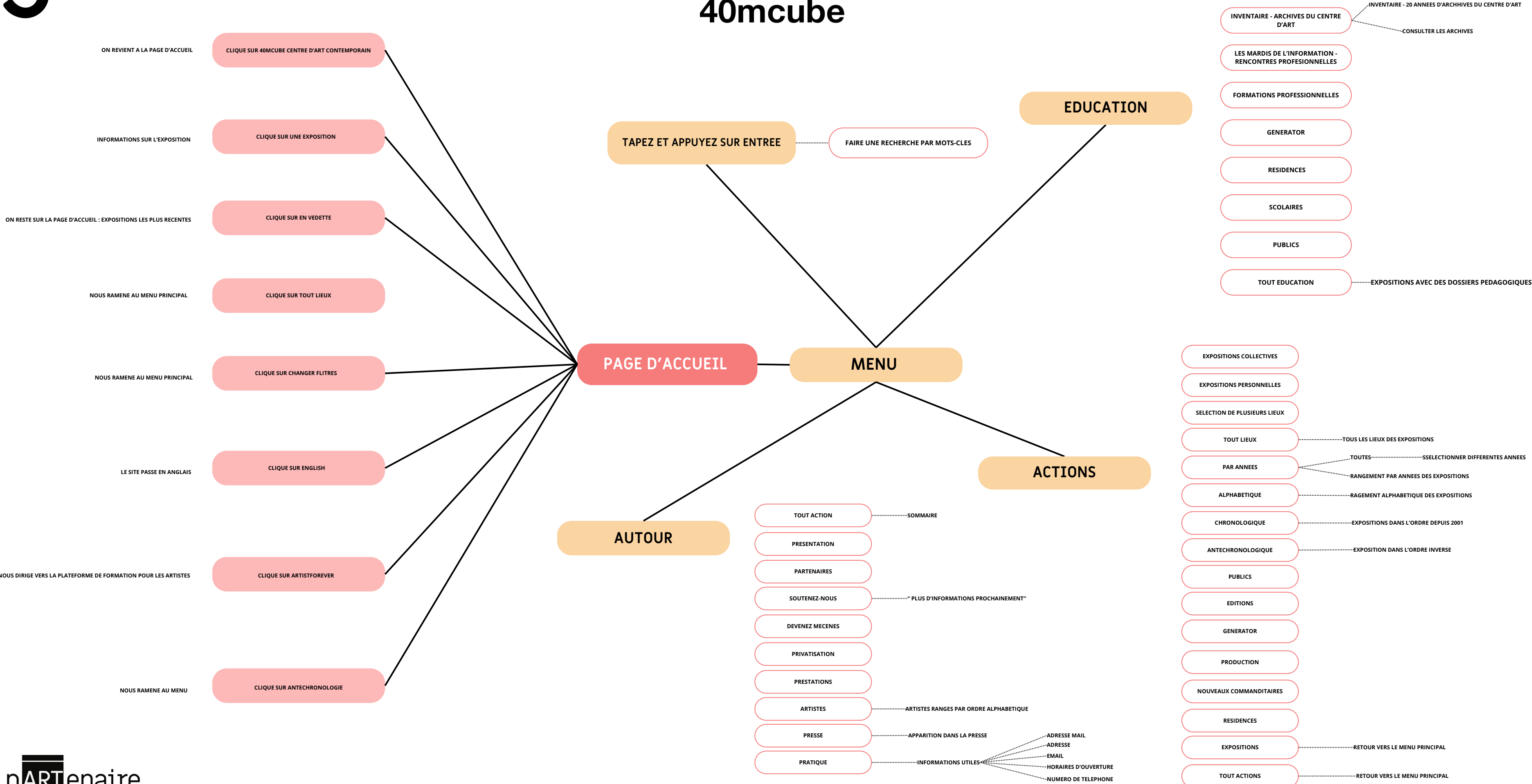
40mcube

Réseaux sociaux



DATE DE CREATION	2009	2014	2009	/
CERTIFICATION	NON	NON	NON	NON
NOMBRE D'ABONNÉS	5,900	7,062	2,572	400
NOMBRE DE POSTS TOTAUX ET SUR 6 MOIS (MAI-OCTOBRE)	273 depuis 2021 54	399 depuis 2014 30	3,090 tweets 64	62 56
NOMBRE DE POSTS PAR AN	109 (depuis début 2023)	50 en 2022 48 en 2023	165 tweets	/
NOMBRE D'ÉVÉNEMENTS	4 à venir 140 passés	/	/	0 à venir 4 passés
NIVEAU D'ENGAGEMENT (LIKES, PARTAGES, COMMENTAIRES)	< 20 likes < 4 commentaires < 5 partages	300 likes < 5 commentaires /	< 5 likes < 1 commentaire < 2 retweets	< 30 likes < 1 commentaire < 5 partages
NOMBRE DE VIDEOS / REELS	24 vidéos / 1 réel (depuis novembre 2019)	38 réels	1 362 photos et vidéos	8 vidéos 37 photos

ARBORESCENCE DU SITE INTERNET 40mcube



4

S

FORCES

- **Multiplicités des formations** proposées tout au long de l'année
- Présence quotidienne sur plusieurs plateformes
- Très **actif sur les réseaux sociaux** (en comparaison avec La Criée)
- Met l'accent sur les artistes émergents et projets novateurs
- Propose des résidences d'artistes
- Propose des résidences en milieu scolaire (activités manuelles, ateliers)
- Soutenu par trois différents dispositifs de mécénats
- Labellisé "centre d'art contemporain d'intérêt national"
- Nombreuses collaborations avec des établissements scolaires et maisons de retraite
- Soutenu par des institutions locales et nationales
- Possède deux locaux pour diverses activités (Hubhug - Liffré ; 40mcube - Rennes)
- Promu par l'Office de Tourisme de Rennes
- Bénéficie d'une **grande couverture médiatique**

O

OPPORTUNITÉS

- Les fondations d'entreprise **accroît leurs budgets** d'acquisition des œuvres d'art contemporain
- **L'art commence à être considéré comme un outil managérial**
- Alors que le mécénat exclut la publicité directe, les fondations d'entreprise ont la liberté de promouvoir leurs actions dans le domaine artistique
- Envisage des modifications sur le site internet

W

FAIBLESSES

Réseaux sociaux et site internet :

- Trop de contenus anciens
- Stories non organisées, pas de mise à jour depuis 2020
- Moins de followers et d'engagement sur Facebook et Instagram en comparaison avec La Criée
- Site Internet difficile à comprendre : **navigation non fluide**, perte de l'attention de l'utilisateur
- Pas d'accès direct aux réseaux sociaux via le site internet.

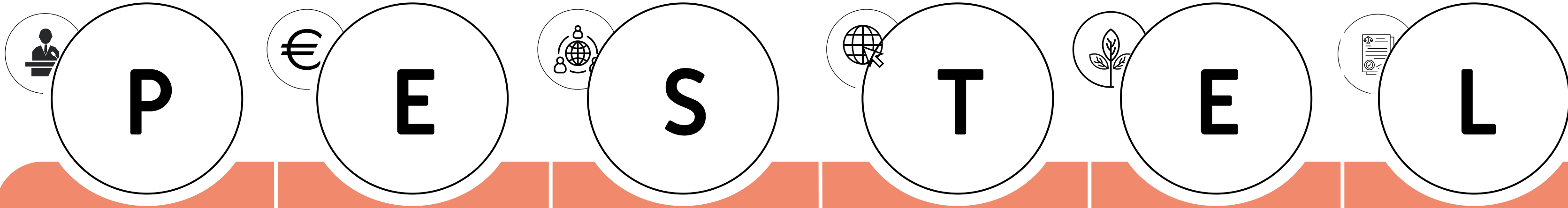
Structure :

- Emplacement moins favorable que La Criée - le quartier Alphonse Guérin n'est **pas central**.
- Possède une plus courte histoire que La Criée : reconnaissance et notoriété moindre.

T

MENACES

- **Changements constants et rapides dans les tendances artistiques** : nécessite une adaptation de la programmation pour rester pertinent.
- Ne s'engage pas dans une démarche de transition écologique
- **Une directive de l'Union Européenne met en danger la fiscalité des œuvres d'art**
- surabondance de dispositifs en art contemporain : commencent à tous se ressembler
- La tendance de l'art contemporain vers l'obsolescence programmée menace sa pérennité
- Les maisons d'enchères prennent de plus en plus de parts de marché aux centres d'art contemporain
- **Les subventions d'état pour la culture sont à la baisse**
- Il devient de plus en plus difficile de trouver des mécènes



40mcube

P

Avril 2019 : le ministère de la Culture attribue le label **“Centre d’art contemporain d’intérêt national”** à 40mcube

E

Trois catégories de mécénats :

- mécénat financier, ex : groupe Norac
- mécénat en nature — cela concerne la fourniture des matériaux
- mécénat de compétence — cela concerne des techniciens proposant des prestations gratuites

S

Offres de médiation adaptées aux groupes scolaires — de la maternelle à la terminale — aux étudiants.e.s, aux personnes âgées, aux personnes en situation de handicap, aux comités d’entreprise

Actions culturelles : ateliers d’artistes en milieu scolaire, ateliers de découverte adressés à tous les publics

T

Plateforme **artistforever** dédiée à l’apprentissage des compétences professionnelles

E

Pas d’information sur le sujet

X

L

Association Loi 1901 d’intérêt général, agréée par le centre des impôts pour éditer des bons de défiscalisation au titre du mécénat

Soutien du ministère de la Culture et de la Communication — Drac Bretagne, du conseil régional de Bretagne, du conseil général d’Ille-et-Vilaine et de la ville de Rennes.

La Criée est un équipement culturel de la Ville de Rennes.

Labellisé **“Centre d’art contemporain d’intérêt national”** par le ministère de la Culture en octobre 2018.

Le groupe Norac apporte son soutien aux créations contemporaines

Développe des partenariats pédagogiques avec des établissements d’enseignement supérieur

S’engage auprès des professionnels de la santé, de l’insertion, de la justice pour co-construire des propositions adaptées et gratuites.

Propose des visites en langue des signes, pour les groupes adultes, déficients psychiques, pour les personnes aveugles et malvoyantes.

La médiation investit le numérique à travers son espace contributif **Correspondances**, destiné aux groupes venus en visite.

Propose de nombreuses ressources pédagogiques et des jeux interactifs créés avec des artistes et des jeunes publics.

Mise en partage des archives via le site Internet : Projets antérieurs - depuis 1999 - accessible en libre accès ou sur simple demande.

Engagée dans une démarche de transition écologique qui irrigue sa programmation et son fonctionnement.

Soutien du ministère de la Culture –Drac Bretagne, du conseil régional de Bretagne et du conseil départemental d’Ille-et-Vilaine.

Le site de La Criée est la propriété de la Ville de Rennes, qui en est l’auteur au sens des articles L.. 111.1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle

Le site autorise tout site Internet ou autre support à le citer ou à mettre en place un lien hypertexte pointant vers son contenu.

la criée