

Autonomiser les ensembles vocaux dans leur communication

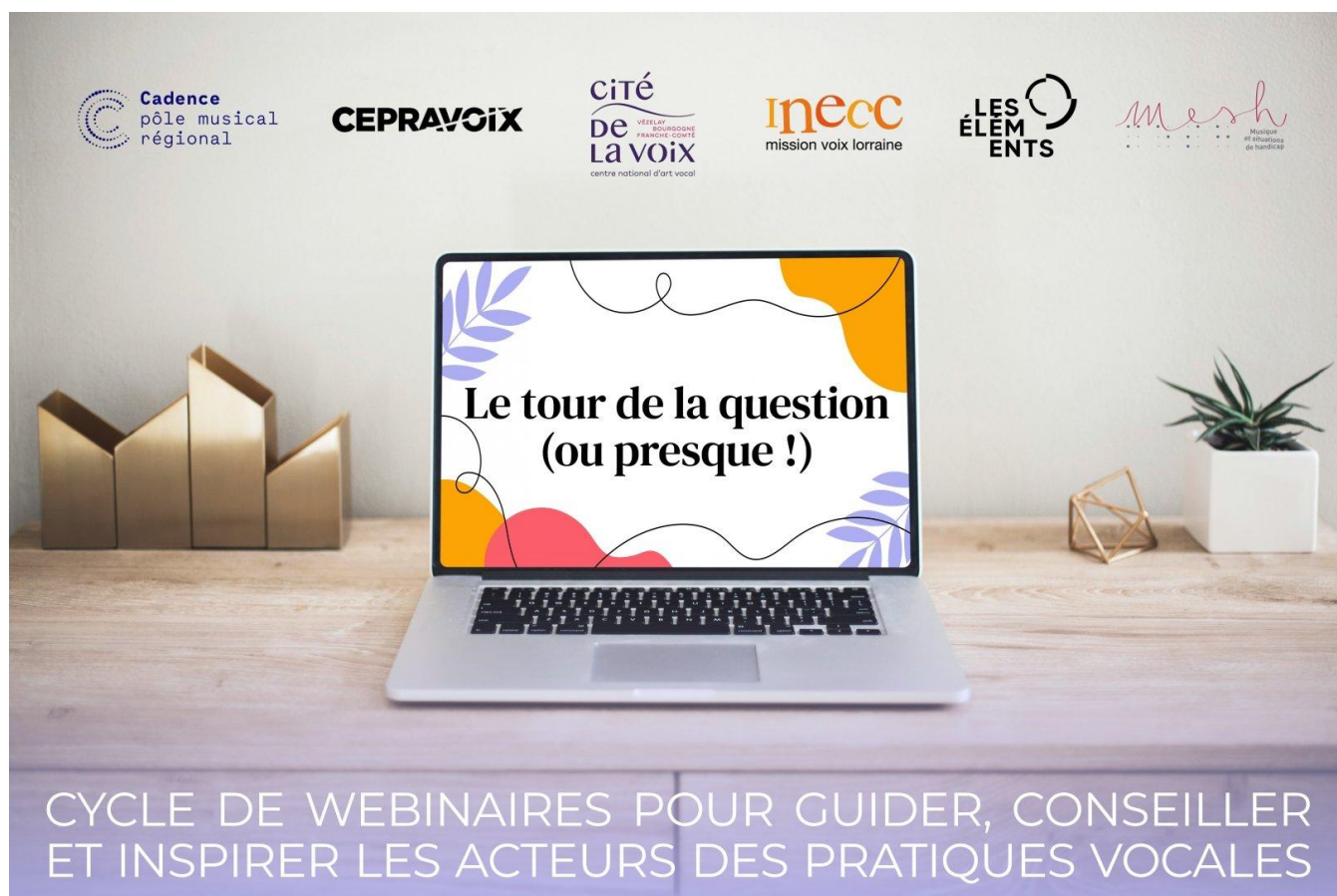
Jeudi 5 février 2026

Un webinaire proposé par l'INECC Mission Voix Lorraine

Tristan Krenc – Directeur

Marie-Charlotte Roose – Responsable communication

Avec le soutien d'Élodie Geslot – Stagiaire communication



Ce webinaire fait partie d'un cycle pour guider, conseiller et inspirer les acteurs des pratiques vocales ; proposé par : le Cephavoix, la Cité de la Voix, l'INECC Mission Voix Lorraine, la Mission Voix Occitanie et Cadence- pôle musical régional.

Table des matières

Introduction	3
Les enjeux stratégiques pour un ensemble vocal	3
I. Autonomisation de la communication imprimée (Print)	4
Conception Graphique : Canva (version gratuite).....	4
Mise en Page Avancée : Scribus	4
Banques d'images et Intelligence Artificielle pour des visuels uniques	5
Préparer son fichier pour l'impression : les prérequis techniques.....	6
Choix de l'imprimeur	6
Communication responsable : choisir entre Print et Web	7
II. Autonomisation de la communication Web	8
Création de Site Web Simple : Google Sites	8
Création de Site Web Flexible : WordPress.com (plan gratuit)	8
Gestion des réseaux sociaux et plateformes pertinentes : Buffer (plan gratuit) et au-delà.....	9
Comprendre et « apprivoiser » les algorithmes des réseaux sociaux	10
Marketing par E-mail : Mailchimp (plan gratuit).....	10
Gestion Financière et Billetterie : HelloAsso	11
Montage Vidéo : DaVinci Resolve (version gratuite), CapCut (version gratuite) et Clipchamp (version gratuite).....	11
III. Relations publiques	13
Rédaction et envoi de communiqués de presse :	13
Maximiser la visibilité locale : les agendas culturels en ligne	13
IV. Stratégies clés pour une autonomisation réussie	15
Conclusion.....	16
Glossaire	17
Coordonnées.....	18
Foire aux questions	19
1. Conception : affiches et flyers	19
2. Outils & QR Codes	20
3. Stratégie & Réseaux Sociaux.....	20
4. Juridique & Administratif.....	21
5. Aide & Accompagnement.....	22
Liens utiles	23

Introduction

Dans le monde dynamique de la musique et de la culture, la capacité pour les ensembles vocaux et les chorales à communiquer efficacement est plus cruciale que jamais. L'autonomie dans la gestion de leur propre communication, qu'elle soit imprimée ou numérique, leur confère une agilité précieuse, leur permet de forger leur propre identité et de minimiser les dépenses. Ce rapport détaillé explore une gamme d'outils gratuits et accessibles, conçus pour aider ces groupes musicaux à maîtriser leur stratégie de communication.

Les enjeux stratégiques pour un ensemble vocal

Dans un paysage culturel foisonnant, la musique ne peut plus se contenter de « parler d'elle-même » . Communiquer est devenu un acte stratégique vital pour la survie et le développement de chaque ensemble. Cela répond à plusieurs objectifs fondamentaux :

- **Être visible et attirer du public** : C'est l'enjeu le plus direct. Communiquer permet de faire savoir que vous existez et de transformer des curieux en spectateurs. Sans information claire et attrayante, même le plus beau des projets musicaux reste invisible.
- **Recruter des pratiquants et fédérer** : Une chorale vit par ses membres. Une communication dynamique montre la vitalité du groupe, facilite le recrutement de nouveaux choristes et renforce le sentiment d'appartenance de ceux déjà présents.
- **Se professionnaliser et gagner en crédibilité** : Une image soignée (visuels de qualité, cohérence graphique) reflète le sérieux et l'exigence de votre travail artistique. Cela valorise votre projet auprès du public, mais aussi des partenaires et des médias.
- **Gagner en autonomie et réduire les coûts** : En maîtrisant les outils de création numérique (comme Canva) et les stratégies web, l'ensemble devient capable de produire ses propres supports. Cette autonomie permet de réagir vite tout en préservant le budget de l'association.
- **Appuyer les demandes de subventions** : Un dossier de subvention soutenu par une communication solide (presse, réseaux sociaux, site web) rassure les financeurs publics et les mécènes sur le rayonnement, le sérieux et le dynamisme de votre structure.
- **Créer une communauté durable** : Au-delà du concert, la communication permet de tisser un lien constant avec votre audience. En partageant vos coulisses et vos répétitions (le *storytelling*), vous transformez un public passif en une communauté de fidèles qui soutient l'ensemble sur le long terme.

I. Autonomisation de la communication imprimée (Print)

Malgré l'ère numérique, les supports imprimés conservent une valeur indéniable pour la promotion d'événements spécifiques et pour atteindre des publics ciblés. Voici des outils gratuits pour la création de supports print de qualité professionnelle :

Conception Graphique : Canva (version gratuite)

- **Fonctionnalités détaillées** : Canva est une plateforme de design graphique en ligne extrêmement conviviale. La version gratuite offre un accès à des milliers de modèles professionnels pour une multitude de supports (affiches, flyers, programmes, cartes de visite, invitations, bannières pour réseaux sociaux). Son interface intuitive de glisser-déposer permet d'ajouter facilement du texte, des images (depuis leur bibliothèque gratuite ou vos propres téléchargements), des icônes, des formes et des polices. Vous pouvez personnaliser les couleurs, les tailles et les positions de chaque élément. Canva permet également de créer des designs en équipe, facilitant la collaboration entre les membres de la chorale. Les designs peuvent être téléchargés en divers formats (PDF pour l'impression, JPG/PNG pour le web).

Canva ne se contente pas d'une version gratuite limitée ; ils proposent un programme appelé « Canva pour les associations » (ou Canva Solidaire). Le principe : Les associations à but non lucratif (loi 1901 en France) peuvent obtenir Canva Pro gratuitement avec un accès à toutes les photos premium, l'outil pour enlever les arrière-plans, le redimensionnement magique (pour passer d'un flyer à un post Facebook en un clic) et l'identité visuelle. **Comment faire ?** Il faut s'inscrire sur la page « Canva pour les organisations à but non lucratif » et fournir les statuts de l'association ou le récépissé de déclaration en préfecture (numéro RNA).

- **Avantages** : Permet aux utilisateurs sans expérience en design de créer des visuels attrayants et professionnels en quelques minutes. Favorise la cohérence visuelle grâce aux modèles et à la possibilité de sauvegarder des éléments de marque (logo, couleurs).
- **Applications spécifiques pour une chorale** :
 - **Affiches de concert** : Utiliser les modèles d'affiches d'événements, ajouter la date, l'heure, le lieu, le répertoire, le logo de la chorale et une belle image.
 - **Flyers promotionnels** : Créer des flyers pour annoncer des auditions, des portes ouvertes ou des événements de recrutement, en mettant en avant les bénéfices de rejoindre la chorale.
 - **Programmes de concert** : Concevoir des livrets simples pour les concerts, incluant le déroulé, les paroles des chants, les biographies des solistes ou du chef de chœur, et des remerciements.
 - **Cartes de visite** : Créer des cartes pour les membres du bureau ou du comité, avec le nom de la chorale, le site web et les contacts principaux.

Mise en Page Avancée : Scribus

- **Fonctionnalités détaillées** : Scribus est un logiciel de Publication Assistée par Ordinateur (PAO) open source qui offre un contrôle très précis sur la mise en page. Il est idéal pour les documents complexes nécessitant une typographie avancée, la gestion des cadres de texte et d'image, et des fonctionnalités de pré-press. Il supporte le modèle de couleur CMJN (Cyan, Magenta, Jaune, Noir), essentiel pour une impression professionnelle de haute qualité, et permet de générer des fichiers PDF/X prêts pour l'imprimeur. Vous pouvez créer des gabarits (maquettes) pour des mises en page récurrentes, gérer les styles de paragraphes et de caractères, et importer des textes depuis des traitements de texte.
- **Avantages** : Entièrement gratuit, offre un contrôle minutieux sur la mise en page et la typographie, permettant des créations très personnalisées et adaptées aux exigences des imprimeurs.

- **Applications spécifiques pour une chorale :**

- **Livrets de chants complexes :** Créer des livrets de concert ou de répétition avec une mise en page soignée, des numéros de page, des tables des matières, et des notes de programme détaillées.
- **Brochures de présentation :** Concevoir des brochures dépliantes ou des livrets pour présenter l'histoire de la chorale, ses réalisations, ses valeurs, et ses projets futurs, avec des photos de haute qualité.
- **Bulletins d'information imprimés :** Pour les chorales ayant une base de membres ou de supporters fidèles, Scribus permet de créer des newsletters imprimées avec une mise en page professionnelle, incluant des articles, des photos et des annonces.

Banques d'images et Intelligence Artificielle pour des visuels uniques

Pour enrichir vos créations réalisées avec Canva ou Scribus, l'accès à des visuels de haute qualité est essentiel.

- Banques d'images gratuites (Freepik, Unsplash, Pexels) : Ces plateformes offrent des millions de photographies, d'illustrations et de vecteurs professionnels sous licence libre. Unsplash et Pexels sont parfaits pour des photos d'ambiance artistiques et naturelles, tandis que Freepik propose des ressources graphiques variées (icônes, modèles) idéales pour illustrer des flyers ou des programmes. Cela permet d'éviter les images de basse qualité ou pixélisées qui nuiraient à l'image de la chorale.

Attention : toujours vérifier les conditions d'utilisation des images (crédits photo) pour garantir une autonomie sereine et respectueuse du droit d'auteur.

- Utilisation de l'IA Générative : L'intelligence artificielle permet désormais de créer des images sur mesure à partir d'une simple description textuelle (un « prompt »). Canva intègre directement des outils d'IA permettant de générer une illustration spécifique — par exemple, « une chorale chantant sous une aurore boréale » — offrant ainsi une originalité totale pour vos affiches de concert. C'est une solution rapide pour obtenir un visuel unique sans avoir de compétences en dessin ou en photographie.

Attention : Les limites et points de vigilance de l'IA générative

Bien que l'intelligence artificielle soit un allié puissant, son utilisation comporte des limites importantes que les ensembles vocaux doivent prendre en compte pour préserver leur image :

- **Incohérences visuelles (les « hallucinations ») :** L'IA peut générer des erreurs anatomiques ou logiques, comme des mains avec trop de doigts ou des instruments de musique aux formes impossibles. Un examen attentif du visuel est indispensable avant toute impression, car ces détails peuvent nuire au professionnalisme de la chorale.
- **Risque d'uniformisation :** En utilisant les mêmes outils et des descriptions (prompts) similaires, de nombreuses structures finissent par produire des visuels au style « lisse » et très ressemblant. L'enjeu reste de cultiver une identité propre qui reflète l'âme unique de chaque ensemble.
- **Absence de sensibilité humaine :** L'IA ne comprend pas l'émotion d'une œuvre musicale ou l'histoire d'un territoire. Elle propose des images basées sur des statistiques de données, mais elle ne remplace pas l'œil critique d'un responsable de communication ou la sensibilité d'un artiste pour traduire l'ambiance réelle d'un concert.
- **Flou juridique et éthique :** La question du droit d'auteur sur les images générées par IA reste complexe. De plus, ces modèles sont souvent entraînés sur le travail d'artistes et de photographes sans leur consentement. Pour une approche plus éthique, il est conseillé de privilégier des outils comme Adobe Firefly ou Canva (qui utilisent des bibliothèques d'images sous licence) et de toujours mentionner l'usage de l'IA par souci de transparence.

Préparer son fichier pour l'impression : les prérequis techniques

Une fois votre visuel terminé sur Canva ou Scribus, l'étape de l'exportation est cruciale pour garantir un résultat professionnel, que vous passiez par un imprimeur local ou une plateforme en ligne. Voici les trois points de vigilance :

- **Le fond perdu (Bleed) et la zone de sécurité** : Pour éviter qu'un liseré blanc n'apparaisse lors de la découpe du papier, prolongez toujours vos fonds colorés ou vos images de **3 mm** au-delà du bord final du document (c'est le « fond perdu »). À l'inverse, gardez vos textes importants à au moins **5 mm** du bord pour qu'ils ne risquent pas d'être coupés.
- **La résolution des images (300 DPI)** : Pour une impression nette, vos photos doivent avoir une résolution de **300 DPI** (points par pouce). Une image récupérée sur le web est souvent en 72 DPI : elle paraîtra nette à l'écran mais sera « pixelisée » (floue) une fois imprimée.
- **Le mode colorimétrique (CMJN / CMYK)** : Les écrans affichent les couleurs en RVB (Rouge, Vert, Bleu), mais les presses d'imprimerie utilisent le **CMJN** (Cyan, Magenta, Jaune, Noir). Lors de l'exportation, privilégiez le format **PDF pour impression**. Sur Canva, cochez l'option « Aplatir le PDF » et, si vous avez la version Pro, choisissez le profil couleur « CMJN ».
- **L'exportation finale** : Le format standard attendu est le **PDF Haute Définition**. Évitez d'envoyer des fichiers image (JPEG ou PNG) pour des documents contenant beaucoup de texte, car le rendu des lettres sera moins net.

Astuce : Si vous avez un doute, demandez toujours un « BAT » (Bon À Tirer) numérique ou papier à votre imprimeur. C'est la dernière épreuve qui vous permet de valider le rendu avant le lancement de la production en série.

Choix de l'imprimeur

1. L'imprimeur en ligne (ex: Onlineprinters, Saxoprint, VistaPrint)

- **Les +** : Prix imbattables (surtout sur les gros volumes), rapidité de commande 24h/24, devis immédiat.
- **Les -** : Pas de conseil humain, vérification automatique des fichiers (parfois sommaire), frais de port et délais de livraison parfois incertains si on choisit l'option la moins chère.
- **Pour qui ?** Les projets simples (flyers, affiches standards) avec un budget serré.

Le choix du « en ligne » est un gage d'**économie** (idéal pour les tracts de communication courante une fois que l'on maîtrise bien ses exports PDF).

2. L'imprimeur de proximité

- **Les +** : Le conseil d'expert, le choix des papiers (on peut toucher les textures), la vérification humaine du fichier, et la possibilité de faire un « BAT » (Bon À Tirer) papier pour voir le rendu réel des couleurs.
- **Les -** : Souvent plus cher sur les petites quantités, horaires d'ouverture de bureau.
- **Pour qui ?** Les projets de prestige (livret de concert, programme spécial), ou quand on a un doute technique sur son fichier.
- Faire imprimer localement réduit l'empreinte carbone liée au transport, un argument de plus en plus sensible.

Le choix du « vrai » est un gage de **sécurité** et de qualité (idéal pour débiter sans faire d'erreurs).

Il est courant de penser que le numérique est plus écologique que le papier. En réalité, chaque canal a un impact environnemental. L'enjeu pour une chorale est de choisir le support le plus pertinent pour limiter son empreinte tout en restant efficace.

- **Le Print (Imprimé) : une pollution locale mais un objet durable**

- **L'impact** : La fabrication du papier et l'usage des encres consomment de l'eau et de l'énergie.
- **Bonnes pratiques** : Pour un concert, privilégiez de petits formats (A5 au lieu de A4), limitez les quantités au strict nécessaire (évitez le gaspillage des flyers non distribués) et choisissez un imprimeur certifié **Imprim'Vert** utilisant du papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement (PEFC/FSC).
- **Le plus** : Une affiche bien placée reste visible sans consommer d'énergie supplémentaire.

- **Le Web (Numérique) : une pollution invisible mais réelle**

- **L'impact** : Le stockage des données (serveurs), l'envoi d'emails avec de lourdes pièces jointes et la consultation sur écran consomment énormément d'électricité et génèrent du CO2.
- **Bonnes pratiques** : Pour annoncer une formation, préférez un lien vers votre site web plutôt qu'un PDF de 5 Mo envoyé par mail à 200 personnes. Nettoyez régulièrement vos listes de diffusion (Mailchimp) pour ne pas envoyer de newsletters à des adresses inactives.
- **Le plus** : Idéal pour des documents qui changent souvent (comme un programme de formation), car il évite les réimpressions en cas d'erreur.

Comment trancher ?

1. **Pour une information éphémère et ciblée** : privilégiez le **Web** et les réseaux sociaux.
2. **Pour une information locale et durable** : le **Print** reste souvent plus efficace et moins énergivore que de multiplier les campagnes de mails intrusives.

Vous pouvez utiliser des **QR Code** sur vos documents. Cela permet d'imprimer moins de flyers détaillés (un petit flyer suffit avec un QR Code qui renvoie vers le programme complet en ligne), créant ainsi un pont intelligent et plus écologique entre les deux mondes.

II. Autonomisation de la communication Web

Une présence en ligne robuste est indispensable pour informer, engager et attirer de nouveaux membres ou auditeurs. Voici des outils gratuits pour bâtir et gérer une communication web autonome :

Création de Site Web Simple : Google Sites

- **Fonctionnalités détaillées** : Google Sites est une solution de création de sites web conviviale, basée sur le principe du glisser-déposer. Elle permet de construire rapidement des pages web avec du texte, des images, des vidéos YouTube, des cartes Google Maps, et des documents Google Drive (documents, feuilles de calcul, présentations). Son intégration native avec l'écosystème Google (Google Calendar pour les événements, Google Photos pour les galeries d'images) est un atout majeur. Les sites sont automatiquement optimisés pour les appareils mobiles et l'hébergement est gratuit.
- **Avantages** : Extrêmement facile à prendre en main, ne nécessite aucune connaissance en codage, et l'hébergement est inclus gratuitement. Idéal pour une présence en ligne rapide et efficace.
- **Applications spécifiques pour une chorale** :
 - **Vitrine de l'ensemble** : Créer une page d'accueil attrayante avec une présentation de la chorale, son historique, sa mission et ses valeurs.
 - **Calendrier des événements** : Intégrer un Google Calendar pour afficher les dates de répétitions, de concerts, d'auditions et d'autres événements importants.
 - **Galerie multimédia** : Partager des extraits audio (via YouTube ou Soundcloud intégrés) et des vidéos de performances, ainsi que des galeries de photos des concerts et des coulisses.
 - **Informations de contact et formulaires** : Une page dédiée aux contacts, avec un formulaire Google Forms intégré pour les demandes de renseignements, les inscriptions aux auditions ou les réservations.

Création de Site Web Flexible : WordPress.com (plan gratuit)

- **Fonctionnalités détaillées** : WordPress.com est une plateforme de blogging et de création de sites web très populaire. Le plan gratuit permet de créer un site avec un sous-domaine WordPress.com (ex: machorale.wordpress.com), d'accéder à des thèmes gratuits, et de publier des articles de blog et des pages statiques. Il offre des outils pour gérer le contenu multimédia (images, vidéos) et des fonctionnalités de base pour le référencement (SEO). Bien que les options de personnalisation avancées et les plugins soient limités dans le plan gratuit, il reste une excellente base pour une présence en ligne évolutive.
- **Avantages** : Grande flexibilité pour évoluer vers des fonctionnalités plus avancées si nécessaire (plans payants). Bénéficie d'une immense communauté d'utilisateurs et de développeurs pour trouver de l'aide et des ressources.
- **Applications spécifiques pour une chorale** :
 - **Blog d'actualités** : Publier régulièrement des articles sur les répétitions, les préparations de concerts, les anecdotes, les portraits de membres, et les actualités de la chorale.
 - **Galerie photo/vidéo** : Une section dédiée aux médias pour présenter visuellement les performances et la vie de la chorale.
 - **Témoignages** : Créer une page pour recueillir et afficher les témoignages d'anciens membres ou de spectateurs satisfaits.

- **Pages de répertoire** : Détailler le répertoire de la chorale, avec des notes sur les œuvres interprétées et des liens vers des extraits audio/vidéo.

Gestion des réseaux sociaux et plateformes pertinentes : Buffer (plan gratuit) et au-delà

- **Fonctionnalités détaillées de Buffer** : Buffer est un outil de gestion des médias sociaux qui simplifie la planification et la publication de contenu. Le plan gratuit permet de connecter jusqu'à 3 comptes sociaux (par exemple, Facebook, Instagram, X-Twitter) et de planifier jusqu'à 10 publications à l'avance. Vous pouvez rédiger vos messages, ajouter des images ou des vidéos, et choisir quand ils seront publiés. Buffer propose également des analyses de base pour suivre la performance de vos publications (nombre de clics, de likes, etc.).
- **Avantages** : Optimise le temps de gestion des réseaux sociaux en permettant de préparer le contenu à l'avance. Assure une présence régulière et cohérente sur les différentes plateformes.
- Si vous débutez et que vous avez peur de la technique, commencez par Buffer. Si vous voulez vraiment passer un cap dans votre stratégie et comprendre qui est votre public, passez sur Metricool. Dans les deux cas, n'oubliez pas que Canva se connecte aux deux pour publier directement vos visuels !
- **Plateformes de Réseaux Sociaux Pertinentes pour une Chorale** :
 - **Facebook** :
 - **Pertinence** : Idéal pour construire une communauté, promouvoir des événements (avec des événements Facebook intégrés), partager des actualités détaillées, des photos et des vidéos. C'est souvent le point de contact principal pour un public plus large et plus âgé.
 - **Utilisation** : Créer une page professionnelle pour la chorale (et non un profil). Publier des annonces de concerts, des photos de répétitions, des vidéos courtes de performances, des sondages pour engager le public, et des appels à l'action (acheter des billets, s'inscrire à la newsletter). Utiliser les groupes Facebook pour la communication interne des membres.
 - **Instagram** :
 - **Pertinence** : Axé sur le visuel, parfait pour raconter l'histoire de la chorale à travers des images et de courtes vidéos. Attire un public plus jeune et permet de montrer les coulisses.
 - **Utilisation** : Partager des photos esthétiques des concerts, des répétitions, des portraits de membres, des moments de convivialité. Utiliser les « Stories » pour des aperçus rapides et interactifs. Les « Reels » sont excellents pour des extraits musicaux courts et dynamiques. Utiliser des hashtags pertinents (#chorale #musiqueclassique #chantchoral #concert).
 - **YouTube** :
 - **Pertinence** : La plateforme incontournable pour le contenu vidéo. Essentielle pour partager des enregistrements de concerts, des répétitions, des interviews, et des tutoriels pédagogiques.
 - **Utilisation** : Créer une chaîne YouTube dédiée à la chorale. Publier des vidéos de performances complètes ou d'extraits, des « vlogs » de répétitions, des interviews du chef de chœur ou des solistes, des vidéos de présentation de l'ensemble. Optimiser les titres et descriptions pour le référencement.
 - **TikTok** :
 - **Pertinence** : Plateforme de vidéos courtes, très populaire auprès des jeunes. Peut être utilisée pour des contenus créatifs, humoristiques ou des défis musicaux, pour toucher un public différent.

- **Utilisation** : Créer des vidéos courtes et engageantes montrant des extraits de chants, des moments amusants en répétition, des défis vocaux, ou des tendances musicales adaptées à la chorale. C'est une excellente opportunité de montrer une facette plus légère et accessible de la chorale.
- **LinkedIn** :
 - **Pertinence** : Réseau professionnel. Moins direct pour le public des concerts, mais utile pour le réseautage avec d'autres organisations culturelles, la recherche de partenariats, de sponsors, ou le recrutement de membres ayant des compétences spécifiques (gestion, communication, etc.).
 - **Utilisation** : Créer une page pour la chorale en tant qu'organisation. Partager des actualités sur les réalisations de la chorale, les partenariats, les appels à projets. Les membres peuvent également y mentionner leur participation à la chorale.
- **SoundCloud / Bandcamp** :
 - **Pertinence** : Plateformes de partage audio. Idéales pour diffuser des enregistrements audio de haute qualité de vos performances ou répétitions.
 - **Utilisation** : Télécharger des extraits audio, des morceaux complets, ou des albums. Permet aux auditeurs de découvrir la musique de la chorale facilement. On peut également réaliser des podcasts.

Comprendre et « apprivoiser » les algorithmes des réseaux sociaux

Il est fréquent de constater qu'une publication n'atteint qu'une petite partie des abonnés de la chorale. C'est le résultat de l'algorithme, ce programme qui trie les contenus pour ne montrer à l'utilisateur que ce qui est susceptible de l'intéresser. Pour optimiser la visibilité de l'ensemble vocal, quelques règles simples s'appliquent :

- **L'engagement prioritaire** : Plus une publication reçoit de mentions « J'aime », de commentaires et surtout de partages rapidement après sa mise en ligne, plus l'algorithme la considérera comme intéressante et la diffusera largement. Encouragez vos choristes à interagir avec les publications dès leur parution ! N'oubliez pas de taguer vos partenaires.
- **La régularité plutôt que la quantité** : Les plateformes (Facebook, Instagram) privilégient les comptes qui publient régulièrement (par exemple, deux fois par semaine) plutôt que ceux qui publient dix photos d'un coup une fois par mois.
- **Privilégier les formats natifs** : Les algorithmes « n'aiment pas » faire sortir les utilisateurs de leur plateforme. Ainsi, une vidéo téléchargée directement sur Facebook sera beaucoup plus vue qu'un simple lien vers YouTube. De même, les formats courts et verticaux (type Reels ou Shorts) sont actuellement mis en avant.
- **L'interaction sociale** : N'oubliez pas que ce sont des réseaux sociaux. Répondre aux commentaires et aller liker les publications d'autres acteurs locaux (mairies, partenaires, autres chorales) signale à l'algorithme que votre compte est actif et inséré dans une communauté, ce qui booste votre propre visibilité.

Marketing par E-mail : Mailchimp (plan gratuit)

- **Fonctionnalités détaillées** : Mailchimp est une plateforme de marketing par e-mail qui permet de créer des listes d'abonnés, de concevoir des e-mails attrayants grâce à des modèles et un éditeur glisser-déposer, et d'envoyer des campagnes. Le plan gratuit est limité 250 contacts et 500 envois par mois avec une limite de 250 envois par jour, ce qui est souvent suffisant pour une petite ou moyenne chorale. Il inclut des fonctionnalités de segmentation de base et des rapports pour suivre l'ouverture des e-mails et les clics.
- **Avantages** : Un canal direct et puissant pour communiquer avec les personnes déjà intéressées par l'ensemble (fans, anciens membres, bénévoles). Permet de construire une relation durable avec le public.

- **Applications spécifiques pour une chorale :**

- **Newsletters régulières :** Envoyer des bulletins d'information mensuels ou trimestriels pour partager les actualités de la chorale, les succès, les projets à venir, et les dates de concerts.
- **Annonces d'événements :** Envoyer des invitations personnalisées pour les concerts, les auditions, ou les événements spéciaux.
- **Appels à soutien :** Solliciter des dons, des bénévoles, ou des partenariats pour soutenir les activités de la chorale.
- **Sondages et retours :** Envoyer des sondages post-concert pour recueillir les avis du public et améliorer les futures performances.

L'alternative européenne : Brevo (ex-Sendinblue) : Si Mailchimp est la référence, vous pouvez également vous tourner vers Brevo. De plus, l'outil est français et facilite grandement votre mise en conformité avec le RGPD.

Gestion Financière et Billetterie : HelloAsso

- **Fonctionnalités détaillées :** HelloAsso est une plateforme française dédiée aux associations, leur permettant de gérer gratuitement leurs activités financières en ligne. Elle propose des outils pour la billetterie d'événements (concerts, spectacles), la gestion des adhésions (cotisations annuelles des membres), et la collecte de dons (mécénat, crowdfunding). La plateforme prend en charge les paiements en ligne de manière sécurisée et génère automatiquement les reçus fiscaux pour les donateurs, ce qui est un atout majeur pour les associations.
- **Avantages :** Entièrement gratuit pour les associations (HelloAsso se finance par des contributions volontaires des utilisateurs au moment du paiement). Simplifie grandement la gestion administrative et financière, en particulier pour les événements et la collecte de fonds.
- **Applications spécifiques pour une chorale :**
 - **Billetterie de concerts, stages, week-end chantant :** Créer des formulaires de billetterie en ligne pour les concerts, avec différentes catégories de tarifs (plein, réduit, enfant) et la possibilité de gérer les places. De nombreuses options sont disponibles.
 - **Adhésions des choristes :** Mettre en place un système d'adhésion en ligne pour les choristes, facilitant le paiement des cotisations annuelles et la gestion des membres.
 - **Appels à dons et mécénat :** Créer des campagnes de collecte de fonds pour financer des projets spécifiques (achat de partitions, location de salles, déplacements, etc.) ou pour soutenir l'activité générale de la chorale. La génération automatique des reçus fiscaux encourage le mécénat.
 - **Vente de produits dérivés :** Utiliser la fonctionnalité de boutique en ligne pour vendre des CD, des T-shirts ou d'autres produits dérivés de la chorale.

Montage Vidéo : DaVinci Resolve (version gratuite), CapCut (version gratuite) et Clipchamp (version gratuite)

- **Fonctionnalités détaillées :** Le contenu vidéo est roi sur le web, et des outils gratuits permettent de créer des productions de qualité.
 - **DaVinci Resolve (version gratuite) :** C'est un logiciel de montage vidéo professionnel qui offre des fonctionnalités très avancées, y compris le montage multi-pistes, l'étalonnage des couleurs, les effets visuels (VFX), et le mixage audio. Il est incroyablement puissant pour un outil gratuit.
 - **CapCut (version gratuite) :** Disponible sur mobile et ordinateur, CapCut est un éditeur vidéo plus simple et intuitif, idéal pour les vidéos courtes et dynamiques destinées aux réseaux sociaux. Il

propose des modèles, des musiques libres de droits, des effets, des transitions, et des outils de sous-titrage automatique.

- **Clipchamp (version gratuite)** : Intégré à Windows, Clipchamp est un éditeur vidéo en ligne facile à utiliser, parfait pour les débutants. Il propose des fonctionnalités de base comme le découpage, le rognage, l'ajout de texte, de musique et de transitions. Il dispose également d'une bibliothèque de médias gratuits et de modèles prêts à l'emploi, ce qui le rend très accessible pour créer rapidement des vidéos pour le web.
- **Avantages** : Permet de produire des vidéos de haute qualité pour renforcer l'image de la chorale, engager le public et attirer de nouveaux membres.
- **Applications spécifiques pour une chorale** :
 - **Captations de concerts** : Monter des extraits ou des performances complètes de concerts, avec un bon équilibre audio et vidéo, pour YouTube.
 - **Vidéos promotionnelles** : Créer de courtes vidéos pour annoncer les prochains événements, les auditions, ou des appels à dons, en utilisant des extraits musicaux et des témoignages.
 - **Contenu pour les réseaux sociaux** : Produire des « Reels » ou des vidéos TikTok dynamiques avec des moments des répétitions, des défis vocaux, ou des aperçus des coulisses.
 - **Interviews et portraits** : Réaliser des interviews du chef de chœur, des solistes ou des membres pour humaniser l'ensemble et partager leur passion.

III. Relations publiques

Pour une visibilité maximale, il est essentiel de savoir comment communiquer avec les médias locaux et spécialisés. Le communiqué de presse est un outil fondamental pour cela.

Rédaction et envoi de communiqués de presse :

- **Objectif** : Un communiqué de presse est un document officiel destiné aux journalistes pour les informer d'un événement, d'une actualité ou d'une annonce importante concernant la chorale (concert, nouvelle saison, recrutement, projet spécial, etc.). L'objectif est de susciter leur intérêt pour qu'ils relaient l'information.
- **Contenu** : Il doit être concis, clair et répondre aux questions essentielles : **Qui ?** (la chorale, le chef, les solistes), **Quoi ?** (l'événement, le projet), **Quand ?** (date et heure), **Où ?** (lieu précis), **Pourquoi ?** (contexte, importance, originalité de l'événement), et **Comment ?** (modalités pratiques comme la billetterie). Incluez un titre accrocheur, un chapô (résumé en quelques lignes), le corps du texte détaillé, une courte présentation de la chorale, et des informations de contact pour les médias. N'oubliez pas d'ajouter une phrase d'accroche et une citation du chef de chœur ou d'un membre clé.
- **Outils de rédaction** : Un simple traitement de texte comme **Google Docs** (gratuit) ou n'importe quel éditeur de texte suffit. L'important est la clarté et la structure du contenu.
- **Envoi aux médias** :
 - **Constituer une liste de contacts** : Identifiez les journaux locaux (papier et en ligne), les radios locales, les chaînes de télévision régionales, les magazines culturels, les blogs spécialisés dans la musique ou le chant choral de votre région. Cherchez les adresses e-mail des services culture/agenda ou des journalistes pertinents.
 - **Format d'envoi** : Envoyez le communiqué de presse par e-mail. Incluez un court texte expliquant l'événement et joignez le communiqué de presse en format PDF en pièce jointe ainsi que tout document utile.
 - **Objet de l'e-mail** : Soyez clair et concis. Ex: « COMMUNIQUÉ DE PRESSE : Concert de Noël de [Nom de la Chorale] le [Date] ».
 - **Timing** : Envoyez le communiqué suffisamment à l'avance (2 à 4 semaines avant l'événement pour les événements majeurs) pour laisser le temps aux médias de le traiter. Une relance quelques jours avant l'événement peut être utile.

Maximiser la visibilité locale : les agendas culturels en ligne

En complément des relations presse, l'inscription de vos événements sur les agendas numériques est un levier puissant pour toucher le public local et améliorer votre référencement sur internet.

- **Plateformes incontournables (PourSortir, Agenda Culturel, Infolocale)** : Ces sites permettent de référencer gratuitement vos concerts, stages ou auditions. Des plateformes comme **Infolocale** (liée à de nombreux titres de presse régionale) ou l'agenda de **PourSortir** diffusent vos informations auprès d'une audience qui recherche activement des sorties culturelles.
- **Agendas institutionnels et touristiques** : N'oubliez pas les agendas des offices de tourisme, des mairies ou des conseils départementaux. Beaucoup proposent des formulaires en ligne pour soumettre vos

événements. Cela permet d'apparaître dans les calendriers officiels de votre territoire.

- **Avantages pour la chorale :** * **Visibilité accrue :** Vos événements apparaissent dans les résultats de recherche Google lorsque les utilisateurs cherchent « concert ce week-end à [votre ville] ».
 - **Gratuité :** La majorité de ces services sont gratuits pour les associations.
 - **Simplicité :** Une fois votre communiqué de presse rédigé, il suffit de copier-coller les informations essentielles (date, lieu, tarifs, lien billetterie) dans les formulaires de ces sites.

IV. Stratégies clés pour une autonomisation réussie

Pour maximiser les bénéfices de cette autonomisation, il est recommandé d'adopter les stratégies suivantes :

- **Cartographie des Compétences Internes** : Identifier les membres de l'ensemble qui possèdent des aptitudes ou un intérêt pour le design graphique, la rédaction, la gestion des réseaux sociaux, la photographie, le montage vidéo, la gestion informatique et des données. Impliquer et responsabiliser ces personnes dans la gestion de la communication.
- **Formation et Partage des Connaissances** : Organiser des sessions de formation internes ou des ateliers pratiques pour partager les compétences et les bonnes pratiques sur l'utilisation des outils choisis. Des tutoriels en ligne sont également d'excellentes ressources.
- **Établissement d'une Charte Graphique et Éditoriale** : Définir des lignes directrices simples pour le logo, les couleurs, les polices, le style des images et le ton de la communication. Cela garantit une image de marque cohérente et professionnelle sur tous les supports, renforçant la reconnaissance de la chorale.
- **Planification Stratégique de la Communication** : Mettre en place un calendrier éditorial annuel ou semestriel pour anticiper les besoins en supports imprimés (affiches, programmes) et les publications web (articles de blog, posts sociaux, newsletters, vidéos, communiqués de presse). Cela permet une communication proactive, bien organisée et ciblée.

Conclusion

L'autonomisation de la communication print et web est non seulement réalisable mais hautement bénéfique pour les ensembles vocaux et les chorales, grâce à la disponibilité d'une multitude d'outils gratuits et performants. En s'appropriant ces ressources et en adoptant une approche organisée, ces groupes peuvent considérablement renforcer leur visibilité, élargir leur audience et se concentrer pleinement à leur art. Il est conseillé de commencer par des projets modestes, d'expérimenter avec les différents outils, et d'adapter les stratégies en fonction des retours et des besoins spécifiques de chaque ensemble.

Toutefois, l'autonomie ne doit pas exclure la réflexion sur l'investissement. Il est toujours possible, et parfois recommandé, d'allouer un budget spécifique à la communication en faisant appel à des professionnels pour des éléments fondamentaux.

- **L'identité visuelle (Logo) :** Faire appel à un graphiste pour la création d'un logo unique est un investissement rentable. C'est un élément que la chorale utilisera pendant de nombreuses années sur tous ses supports.
- **La photographie professionnelle :** Un shooting avec un photographe professionnel permet d'obtenir des visuels de haute qualité, indispensables pour une affiche de prestige ou pour illustrer un site web avec un aspect « léché » et authentique.
- **Le site web complexe :** Si les besoins de l'ensemble dépassent les solutions simples comme Google Sites, l'intervention d'un développeur peut s'avérer nécessaire pour créer une plateforme sur mesure.

Ces interventions professionnelles apportent une plus-value immédiate et durable. Il est donc conseillé de commencer par des projets modestes, d'expérimenter avec les outils gratuits, et d'envisager le recours à des prestataires pour les briques essentielles qui demandent un rendu irréprochable.

Enfin, n'oubliez pas que vous évoluez au sein d'un écosystème riche et solidaire. Avant de vous lancer seuls, n'hésitez pas à vous rapprocher de structures locales similaires à la nôtre (unions de chorales, fédérations, ou pôles culturels territoriaux) qui proposent souvent un appui précieux en communication. Que ce soit par le partage d'agendas communs, le relais de vos publications sur leurs propres réseaux sociaux, ou même la mise en commun de compétences techniques, ces partenariats renforcent l'impact de vos actions tout en brisant l'isolement des bénévoles. L'autonomie réussie, c'est aussi savoir s'appuyer sur la force du collectif pour faire rayonner la pratique chorale et musicale.

Pour vous accompagner dans vos démarches, bénéficier de conseils personnalisés, de formations ou de relais d'information, n'hésitez pas à contacter la structure référente de votre territoire.

Glossaire

Ce glossaire définit les termes techniques utilisés dans ce rapport pour vous aider à mieux dialoguer avec les prestataires ou à paramétrer vos propres outils.

Algorithme : Ensemble de règles utilisées par les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) pour déterminer quels contenus afficher en priorité sur le fil d'actualité des utilisateurs.

BAT (Bon À Tirer) : Ultime épreuve soumise par l'imprimeur au client pour validation finale avant le lancement de l'impression. Une fois signé, il dégage la responsabilité de l'imprimeur en cas d'erreur.

Charte graphique : Document qui définit les règles d'utilisation des signes graphiques (logo, couleurs, polices). Elle garantit que tous vos supports ont le même « look ».

CMJN (ou CMYK) : Mode de couleur destiné à l'imprimerie (Cyan, Magenta, Jaune, Noir). C'est le mélange de ces quatre encres qui permet de reproduire les couleurs sur papier.

CMS (Content Management System) : Logiciel qui permet de créer et de gérer un site internet sans avoir à coder (ex: Google Sites, WordPress, Wix).

Communiqué de presse : Document court envoyé aux journalistes pour les informer d'un événement (concert, festival) et les inciter à rédiger un article.

DPI (Dots Per Inch) : Points par pouce. Unité de mesure de la résolution d'une image. Pour une impression nette, un standard de **300 DPI** est requis.

Droit à l'image : Règle juridique qui impose d'obtenir l'autorisation écrite d'une personne avant de diffuser sa photo ou sa vidéo (indispensable pour les photos de groupe).

Engagement : Sur les réseaux sociaux, ensemble des interactions (likes, commentaires, partages) des utilisateurs avec une publication.

Fond perdu (Bleed) : Zone de sécurité (généralement 3 mm) qui dépasse du format final du document. On y prolonge les couleurs de fond pour éviter un liseré blanc lors de la coupe.

Hébergement : Service permettant de stocker les fichiers de votre site web sur un serveur afin qu'il soit accessible sur internet 24h/24.

IA Générative : Intelligence Artificielle capable de créer du contenu (texte, image, son) à partir d'une consigne textuelle.

Maquette (ou Template) : Modèle de document pré-construit (sur Canva par exemple) que l'on personnalise avec son propre texte et ses images.

Newsletter : Lettre d'information envoyée périodiquement par e-mail à une liste d'abonnés (choristes, public, partenaires).

Nom de domaine : L'adresse de votre site web sur internet (ex : *www.votre-chorale.fr*).

Prompt : Phrase ou instruction textuelle donnée à une IA pour obtenir un résultat spécifique.

QR Code : Code-barres en deux dimensions qui, une fois scanné, renvoie vers un site web, une vidéo ou une billetterie.

Référencement (SEO) : Techniques visant à améliorer la position de votre site web dans les résultats des moteurs de recherche (Google).

Réseautage (Networking) : Action de développer ses contacts professionnels ou associatifs pour créer des partenariats et s'entraider.

RVB (ou RGB) : Mode de couleur destiné aux écrans (Rouge, Vert, Bleu). Les couleurs y sont souvent plus vives que sur le papier.

Storytelling : Technique consistant à raconter une histoire (les coulisses, une œuvre) pour capter l'attention du public plutôt que de donner une simple info factuelle.

Vecteur (ou Image vectorielle) : Type d'image (souvent pour les logos) qui ne perd jamais sa qualité, quelle que soit la taille à laquelle on l'agrandit.

Coordonnées

Grand Est

INECC Mission Voix Lorraine
03 87 30 52 07
info@inecc-lorraine.com
www.inecc-lorraine.com

Cadence - pôle musical régional
03 88 23 40 80
contact@cadence-musique.fr
www.cadence-musique.fr

Bourgogne Franche-Comté

La Cité de la Voix
03 86 94 84 30
contact@lacitedelavoix.net
www.lacitedelavoix.net

Centre-Val de Loire

Cepravoix
02 47 50 70 02
administration@cepravoix.fr
www.cepravoix.fr

Occitanie

Mission Voix Occitanie (Les Éléments)
05 61 55 44 60
contact@les-elements-missionvoix.fr
les-elements-missionvoix.fr

Foire aux questions

Suite au webinaire du 5 février 2026 – INECC Mission Voix Lorraine

1. Conception : affiches et flyers

Q : Quel contenu mettre sur les affiches et les flyers ?

Le support papier doit respecter la règle du « Qui, Quoi, Où, Quand, Comment », mais sa mission est de donner envie en 3 secondes. L'essentiel : nom de l'ensemble, titre du concert, date/heure, lieu précis (avec la ville !), tarifs et contact/réservation. La promesse : une phrase courte sur l'ambiance ou le programme (ex: « *Un voyage au cœur de la Renaissance* »). Le conseil « Moins c'est mieux » : ne surchargez pas. L'affiche est une invitation, pas un programme complet. Si c'est trop dense, plus personne ne lit.

Q : Que faut-il mettre en avant : le visuel ou le texte ?

C'est une hiérarchie claire : le visuel d'abord, le texte ensuite. Le visuel (photo de qualité, belle illustration) arrête le regard et le texte délivre l'information. Le titre doit être lisible à 5 mètres.

Q : Le flyer est-il différent de l'affiche ?

Oui, c'est son « petit frère ». Comme il finit souvent dans une poche ou sur un buffet, il doit être pratique et incitatif. Le Recto : Doit être identique à l'affiche (Visuel fort + Titre + Date + Lieu). C'est l'accroche. Le Verso : C'est ici que vous pouvez en dire plus ! Ajoutez un court texte de présentation du programme, une biographie express de l'ensemble ou du chef, et les logos des partenaires.

Q : Peut-on utiliser le même document pour les réseaux sociaux ?

Oui pour l'identité visuelle, non pour le format. Il faut adapter. Format : Carré pour les posts Facebook/Insta, ou 9:16 pour les Stories. Interactivité : Ne mettez pas d'URL complexe dans une image web. Mettez le texte détaillé et le lien cliquable directement dans la légende du post.

Q : Nous souhaitons imprimer des marque-pages. Quel site recommandez-vous ?

Les marque-pages sont d'excellents supports (utiles et durables !). Des sites comme Helloprint, Saxoprint, Vistaprint ou Moo se valent pour ce type de produits standards. Pour ce genre d'objet durable et de qualité, nous vous conseillons toutefois de passer par un imprimeur local pour choisir votre qualité de papier et soutenir l'économie locale.

Q : Je ne suis pas au fait du concept de livret, est-ce un support qui se vend ?

Le livret peut être un programme détaillé (textes des œuvres, bios) donné ou vendu (2-3€) lors du concert pour valoriser le travail artistique. Il peut aussi être numérique : un PDF accessible via un QR Code. Cela évite d'imprimer des dizaines de pages et permet au public de consulter les textes sur smartphone.

2. Outils & QR Codes

Q : Quel site utiliser pour générer un QR Code gratuitement ?

QR Code Monkey : c'est l'un des meilleurs outils gratuits. Il permet de créer des codes qui n'expirent jamais, de changer les couleurs et d'insérer le logo de votre chorale au centre. Il permet un téléchargement en haute définition (SVG ou PDF) pour l'impression. L'option automatique avec HelloAsso : c'est encore plus simple ! HelloAsso génère automatiquement un QR Code pour chaque formulaire de billetterie ou d'adhésion créé. L'option rapide avec Canva : directement intégré dans l'onglet « Applis » de votre interface de création.

Q : Mailjet est-il une bonne alternative pour les newsletters ?

Oui. Mailjet est une solution française (conforme RGPD) très performante, au même titre que Brevo. C'est une excellente alternative à Mailchimp pour ceux qui préfèrent une interface en français.

Q : Pouvez-vous expliquer la différence entre un « Hashtag » et « Taguer » ?

Le Hashtag (#) : C'est une étiquette thématique (ex: #Chorale #GrandEst). Il sert à ranger votre publication dans une « boîte » pour que des inconnus intéressés par ce sujet vous trouvent.

Le Tag (@) ou « Mention » : C'est quand vous pointez quelqu'un du doigt (ex: @INECCMissionVoixLorraine). La personne reçoit une notification. Utile pour remercier un partenaire ou une salle de concert.

Q : Est-ce que ça vaut le coup de payer de la publicité sur Facebook ?

Pour une association, la publicité payante doit être exceptionnelle (gros événement avec enjeu de billetterie). Si c'est juste pour gagner des « J'aime » sur la page, privilégiez l'engagement naturel en postant du contenu humain et régulier.

3. Stratégie & Réseaux Sociaux

Q : Le site internet a-t-il encore sa place face aux réseaux sociaux ?

C'est un grand OUI. Votre site est votre « maison » (vous en êtes propriétaire). Les réseaux sociaux sont des « stands » éphémères. Le site reste le lieu de référence pour archiver votre histoire, rassurer les partenaires officiels et centraliser vos informations.

Q : Faut-il privilégier la technique ou l'artistique dans les vidéos ?

Sur les réseaux sociaux, l'artistique et l'humain gagnent toujours. Le public cherche de l'émotion et de la proximité. Une vidéo des coulisses, même filmée au smartphone, aura souvent plus d'impact qu'une captation de concert statique et lointaine. Pensez aussi à utiliser la fonctionnalité de localisation (proximité) sur des réseaux comme TikTok pour toucher un public local.

Q : Quel rythme de publication adopter ?

Misez sur la régularité plutôt que la fréquence. 1 post par semaine bien fait vaut mieux que 3 posts bâclés. Montez à 3 ou 4 publications par semaine les 15 jours précédant un événement.

Q : Des conseils pour créer des CD/DVD ?

La production de disques physiques est coûteuse et les lecteurs disparaissent. L'alternative moderne est la « Carte de visite musicale » avec un QR Code menant vers un album privé en ligne (SoundCloud/YouTube). Outre la carte de visite musicale, la clé USB personnalisée avec le logo de votre chorale est un bel objet dérivé que les spectateurs apprécient encore beaucoup à la fin des concerts.

Q : Peut-on intégrer HelloAsso sur un site WordPress ?

Oui, très facilement. HelloAsso propose une extension (plugin) officielle pour WordPress qui permet d'afficher vos formulaires de billetterie ou de don directement sur votre site.

Q : Que penser des sites comme « La corde vocale » pour publier des annonces ?

C'est une excellente pratique ! S'inscrire sur des annuaires spécialisés améliore votre référencement et vous permet de toucher la communauté spécifique des choristes et chefs de chœur, en plus de votre public habituel.

Q : Comment faire pour supprimer les publicités sur Facebook ?

C'est le modèle économique de la plateforme : l'accès est gratuit car il est financé par la publicité. Il n'est donc pas possible de les supprimer gratuitement. Depuis peu en Europe, Meta propose un abonnement payant (mensuel) pour les utilisateurs qui souhaitent une expérience sans publicité, mais cela reste un choix individuel du spectateur. En tant qu'administrateur de page chorale, vous ne pouvez pas empêcher l'affichage de publicités à côté de vos publications.

4. Juridique & Administratif

Q : Faut-il un droit à l'image pour les choristes ?

Absolument. Faites signer une autorisation globale lors de l'adhésion annuelle, précisant les supports (Site web, réseaux sociaux, presse). Le bénévolat n'annule pas le droit à l'image.

Q : Peut-on délivrer des reçus fiscaux pour les cotisations ?

Une cotisation donne droit à une contrepartie (les répétitions, les cours), elle n'est donc pas considérée comme un don déductible. Le reçu fiscal est réservé aux dons sans contrepartie directe. En revanche, si votre association reçoit des dons (ou si un choriste fait un don supplémentaire à sa cotisation), HelloAsso génère automatiquement les reçus fiscaux.

Q : Quid des droits SACEM sur les publicités réseaux sociaux ?

Facebook et YouTube ont des accords globaux avec la SACEM pour la diffusion classique. En revanche, dès qu'il y a « sponsoring » (publicité payante), on entre dans un cadre commercial plus complexe. Pour une publicité payante, privilégiez un extrait libre de droit ou une composition originale.

5. Aide & Accompagnement

Q : Existe-t-il des structures qui s'occupent de la communication à notre place ?

Les agences sont chères, mais vous n'êtes pas seuls ! Vos centres de ressources : l'INECC Mission Voix Lorraine, le CEPRAVOIX, Les Eléments - Mission Voix Occitanie, Cadence, la Cité de la Voix, etc. Nous sommes là pour vous conseiller, vous former et relayer vos événements dans nos agendas et newsletters. Vous pouvez également vous tourner vers un stagiaire ou vers un service civique.

Liens utiles

Conception Graphique et Mise en Page

- **Canva** : canva.com – Outil de design intuitif pour vos affiches, flyers et réseaux sociaux. Notez qu'il existe un programme [Canva solidaire](https://canva.com/fr-fr/association) permettant aux associations d'obtenir gratuitement la version « Pro ».
- **Scribus** : scribus.net – Logiciel de mise en page professionnel (PAO) gratuit et open source, idéal pour les livrets de chants complexes.
- **QR Code Monkey** : qrcode-monkey.com – Pour générer gratuitement des QR codes personnalisés avec votre logo.

Sites Web et Réseaux Sociaux

- **Google Sites** : sites.google.com – Pour créer facilement un site vitrine sans connaissances en codage.
- **WordPress** : wordpress.com – Plateforme flexible pour créer un site web évolutif ou un blog d'actualités.
- **Buffer** : buffer.com – Pour planifier vos publications sur plusieurs réseaux sociaux (Facebook, Instagram, etc.).
- **Metricool** : metricool.com – Une alternative plus avancée pour analyser votre audience et gérer vos réseaux.
- Apprivoiser les algorithmes : adobe.com

Emailing et Newsletters

- **Brevo (ex-Sendinblue)** : brevo.com – Solution française (RGPD) recommandée pour vos newsletters.
- **Mailchimp** : mailchimp.com – La référence mondiale, avec un plan gratuit jusqu'à 250 contacts.
- **Mailjet** : mailjet.com – Une autre alternative performante avec une interface en français.

Gestion et Billetterie

- **HelloAsso** : helloasso.com – Plateforme gratuite pour la billetterie en ligne, les adhésions et les dons, incluant la génération automatique de reçus fiscaux.

Montage Vidéo

- **CapCut** : capcut.com – Idéal pour des vidéos courtes et dynamiques sur mobile ou ordinateur.
- **DaVinci Resolve** : blackmagicdesign.com – Logiciel de montage professionnel très puissant en version gratuite.
- **Clipchamp** : clipchamp.com – Éditeur vidéo simple intégré à Windows.

Ressources d'images gratuites

- **Unsplash** : unsplash.com et **Pexels** : pexels.com – Photos artistiques de haute qualité.
- **Freepik** : freepik.com – Illustrations, icônes et vecteurs.