

Travail de Bachelor 2016

MODERNISER L'IMAGE DU CONSERVATOIRE CANTONAL VALAISAN PAR UNE COMMUNICATION INNOVANTE

Etudiant-e : Tatiana Lathion

Professeur : Anne-Dominique Salamin

Déposé, le : 11 juillet 2016

Résumé Managérial

L'objectif principal de cette étude est d'amener des réponses concrètes à la question de recherche « Comment moderniser l'image du Conservatoire cantonal du Valais? », dans le but d'améliorer sa visibilité sur le marché valaisan. Comme le Conservatoire bénéficie d'or et déjà de fondements solides, une meilleure communication avec des outils innovants peut entraîner une modernisation de son image.

Image qui à l'heure actuelle est péjorée par des préjugés tels que : pratique pour les « bourgeois », inaccessible et coûteux. Thierry Debons est conscient que la population valaisanne ne reconnaît pas le Conservatoire comme il le voudrait et souhaite changer cette image par l'utilisation de nouvelles méthodes de communication.

Pour réaliser cette étude, deux axes d'analyse ont été choisis. Premièrement, un « benchmark » a permis d'entrevoir les stratégies des Conservatoires romands concernant la communication externe au moyen des sites internet, des réseaux sociaux, des prints et des espaces presse. Puis, une enquête de terrain qualitative et quantitative a été effectuée afin de dépeindre la situation dans laquelle le Conservatoire évolue et d'observer l'image qu'elle reflète auprès de la population valaisanne. Les résultats de ces études ont permis de comprendre le positionnement du Conservatoire et quelles pourraient être les pistes d'amélioration envisageables afin de moderniser son image. De ces résultats, un plan de communication comprenant diverses recommandations a pu être décrit. Le Conservatoire cantonal du Valais est libre de s'en inspirer afin de proposer une nouvelle stratégie de communication.

Mots clés : Conservatoire cantonal du Valais, modernisation, stratégie de communication, pistes d'amélioration.

Avant-Propos et remerciements

Le Conservatoire du Valais a aujourd'hui le souhait de s'inscrire dans une modernité et de démocratiser ses activités auprès de la population valaisanne. Si aujourd'hui l'offre du Conservatoire est primordiale en Valais tant au niveau didactique, culturel que social, il connaît des difficultés à s'enraciner comme une institution attractive et moderne. Le directeur Thierry Debons en est conscient et souhaite utiliser les médias actuels et les nouvelles technologies pour donner un souffle nouveau à cette institution qui bénéficie de bases solides et d'un enseignement de qualité.

Le but de ce travail est d'amener au Conservatoire des pistes d'amélioration en lui proposant des recommandations ainsi qu'un scénario de communication envisageable. Le scénario choisi va permettre de moderniser l'image du Conservatoire en l'encrant dans un contexte plus actuel auprès du public valaisan.

Il a été choisi de traiter le sujet avec une approche tant quantitative que qualitative pour la richesse des résultats. Deux visions ont été démontrées : une interne par les personnes figurants dans la liste des adresses du Conservatoire et une externe par la population valaisanne prise au hasard. Les limites de ce travail résident principalement dans l'étude qualitative qui fournit les avis d'une infime tranche de la population valaisanne, il aurait été intéressant d'interroger davantage de personnes.

En préambule, je souhaite remercier Mme Anne-Dominique Salamin, professeur à la HES-SO, pour son soutien, ses nombreux conseils et sa disponibilité tout au long de la réalisation de ce travail. M. Thierry Debons, directeur du Conservatoire cantonal du Valais pour m'avoir offert l'opportunité de le réaliser. Et finalement mes proches, pour le soutien et la relecture de ce travail.

TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux	vii
Liste des figures	viii
Lexique	1
Introduction	2
Chapitre 1 - Problématique	3
1.1. Contexte et définition de la problématique	3
1.2. Etat de la question	3
1.3. Objectif principal et question de recherche	3
1.4. Définitions des objectifs et de l’hypothèse de recherche	3
1.5. Méthodologie	4
1.5.1. Recherches documentaires	4
1.5.2. Analyse de la concurrence.....	4
1.5.3. Enquêtes de terrain	4
1.5.4. Plan de communication et scénarii	5
1.5.5. Analyse SWOT	5
Chapitre 2 - Etat des lieux du Conservatoire	6
2.1. Comparatif de prix.....	6
Chapitre 3 - Analyse des Conservatoires romands	8
3.1. Site internet.....	9
3.1.1. Conservatoire cantonal du Valais.....	10
3.1.2. Conservatoire de Genève	12
3.1.3. Conservatoire de Lausanne	13
3.1.4. Conservatoire de musique neuchâtelois.....	15
3.1.5. Conservatoire de Fribourg	16
3.1.6. Récapitulatif des sites internet des Conservatoires romands	18
3.1.7. Recommandations pour le site du Conservatoire cantonal du Valais	19
3.2. Réseaux sociaux	20
3.2.1. Conservatoire cantonal du Valais.....	21
3.2.2. Conservatoire de musique de Genève	23
3.2.3. Conservatoire de Lausanne	24

3.2.4. Récapitulatif des pages Facebook des Conservatoires romands	26
3.2.5. Recommandations pour la page Facebook du Conservatoire cantonal du Valais	28
3.3. Prints	28
3.3.1. Conservatoire cantonal du Valais.....	28
3.3.2. Conservatoire de musique de Genève	30
3.3.3. Conservatoire de Lausanne	31
3.3.4. Conservatoire de musique neuchâtelois.....	32
3.3.5. Conservatoire de Fribourg	34
3.3.6. Récapitulatif des prints des Conservatoires romands	35
3.3.7. Recommandation pour les prints du Conservatoire cantonal du Valais	36
3.4. Presse.....	37
3.4.1. Conservatoire cantonal du Valais.....	37
3.4.2. Conservatoire de musique de Genève	38
3.4.3. Conservatoire de Lausanne	39
3.4.4. Conservatoire de musique neuchâtelois.....	40
3.4.5. Conservatoire de Fribourg	40
3.4.6. Récapitulatif de l'espace presse des Conservatoires romands.....	41
3.4.7. Recommandation pour la presse du Conservatoire cantonal du Valais.....	42
Chapitre 4 - Enquête de positionnement.....	43
4.1. Méthodologie	43
4.1.1. Etude quantitative	43
4.1.2. Etude qualitative.....	43
4.2. Résultat des études quantitatives	44
4.2.1. Etude quantitative des portes ouvertes	44
4.2.2. Etude quantitative par e-mail aux abonnés du Conservatoire	46
4.3. Résultats de l'étude qualitative	50
4.4. Synthèse des résultats et vérification de l'hypothèse.....	55
4.5. Conclusion de l'enquête et pistes d'actions.....	56
Chapitre 5 - Plan de communication	57
5.1. Méthodologie	57
5.2. Positionnement du Conservatoire cantonal du Valais	57
5.3. Synthèse des recommandations après le « benchmark »	58
5.4. Propositions de communication	58

5.5. Synthèse des scénari	61
5.6. Scénario retenu	63
5.7. Analyse de la faisabilité du scénario	66
Conclusion et recommandations.....	67
Références	69
Annexe I : Liste et prix des cours du Conservatoire cantonal.....	73
Annexe II : Statistiques facebook du Conservatoire cantonal du Valais	75
Annexe III : Statistiques facebook du Conservatoire de musique de Genève	77
Annexe IV : Statistiques facebook du Conservatoire de Lausanne	78
Annexe V : Affiches du Conservatoire cantonal du Valais.....	80
Annexe VI : Affiches du Conservatoire de musique de Genève	82
Annexe VII : Affiches du Conservatoire de Lausanne	84
Annexe VIII : Affiches du Conservatoire de musique neuchâtelois.....	86
Annexe IX : Affiches du Conservatoire de Fribourg	88
Annexe X : Questionnaire quantitatif	90
Annexe XI : Guide d’entretien qualitatif pour la prise de note	92
Annexe XII : Mandat	94
Annexe XIII : Planification	101
Annexe XIV : Diagramme de Gantt	102
Déclaration de l’auteur.....	103

Liste des tableaux

Tableau 1 : Récapitulatif institution/prix de l'heure	7
Tableau 2 : Chiffres clés des Conservatoires romands	8
Tableau 3 : Newsletters du Conservatoire cantonal du Valais	11
Tableau 4 : Newsletters du Conservatoire de musique de Genève	13
Tableau 5 : Newsletters du Conservatoire de musique neuchâtelois	16
Tableau 6 : Evaluation des sites internet des Conservatoires romands.....	18
Tableau 7 : Analyse de la page Facebook du Conservatoire cantonal du Valais	22
Tableau 8 : Analyse de la page Facebook du Conservatoire de musique de Genève	24
Tableau 9 : Analyse de la page Facebook du Conservatoire de Lausanne.....	26
Tableau 10 : Récapitulatif de l'analyse des pages Facebook des Conservatoires romands	26
Tableau 11 : Récapitulatif des prints des Conservatoires romands	35
Tableau 12 : Forces et faiblesses des scénarios de communication.....	63
Tableau 13 : Planification d'une conception de tutoriel	64
Tableau 14 : Analyse SWOT du scénario retenu	66

Liste des figures

Figure 1 : Site du Conservatoire cantonal du Valais	10
Figure 2 : Site du Conservatoire de musique de Genève.....	12
Figure 3 : Site du Conservatoire de Lausanne	14
Figure 4 : Site du Conservatoire de musique neuchâtelois	15
Figure 5 : Site internet du Conservatoire de Fribourg.....	17
Figure 6 : Evaluation des sites internet des Conservatoires romands.....	19
Figure 7 : Nombre de sessions sur le site internet du Conservatoire cantonal du Valais.....	20
Figure 8 : Affiche « Concours de musique contemporaine »	28
Figure 9 : Affiche « Invocacìon »	28
Figure 10 : Affiche « Entrées et sorties »	30
Figure 11 : Affiche « MUSIMAX VIII »	30
Figure 12 : Affiche « Concert de la maîtrise musique-école »	31
Figure 13 : Affiche « Une soirée chez Beethoven ».....	31
Figure 14 : Affiche « Spectacle de clôture ».....	32
Figure 15 : Affiche « Portes ouvertes »	32
Figure 16 : Affiche « In 80 Tagen um die Welt »	34
Figure 17 : Affiche « Casse-Noisette »	34
Figure 18 : Récapitulatif des prints des Conservatoires romands	36
Figure 19 : Affiche « P.O Sion ».....	36
Figure 20 : Affiche « Le P.O.C. fait son cinéma ».....	36
Figure 21 : Affiche « Spectacle de danse »	36
Figure 22 : Apparition dans la presse du Conservatoire cantonal du Valais.....	38
Figure 23 : Apparition dans la presse du Conservatoire de musique de Genève	38
Figure 24 : Apparition dans la presse du Conservatoire de Lausanne.....	39
Figure 25 : Apparition dans la presse du Conservatoire de musique neuchâtelois.....	40
Figure 26 : Apparition dans la presse du Conservatoire de Fribourg.....	41
Figure 27 : Synthèse des apparitions dans la presse des Conservatoires romands.....	41
Figure 28 : Cartographie des visiteurs aux portes ouvertes du Conservatoire cantonal du Valais.....	44
Figure 29 : Sondage sur les canaux de communication du Conservatoire cantonal du Valais.....	45
Figure 30 : Sondage sur les canaux de communication des portes ouvertes du Conservatoire cantonal du Valais	46
Figure 31 : Sondage sur l'âge des répondants du questionnaire quantitatif.....	47
Figure 32 : Sondage sur le rapport au Conservatoire des répondants du questionnaire quantitatif	47
Figure 33 : Sondage sur la section de fréquentation du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif.....	48

Figure 34 : Sondage sur les critères d'importance du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif	48
Figure 35 : Sondage sur l'identité visuelle du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif	49
Figure 36 : Sondage sur les canaux de communication du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif	49
Figure 37 : Evaluation de la notoriété du Conservatoire cantonal du Valais	51
Figure 38 : Appréciation de la brochure du Conservatoire cantonal du Valais	52
Figure 39 : Logo du Conservatoire cantonal du Valais.....	52
Figure 40 : Appréciation du logo du Conservatoire cantonal du Valais	53
Figure 41 : Désignation d'un accessibilité à tous par le nom « Conservatoire »	53
Figure 42 : Evaluation du coût du Conservatoire cantonal du Valais	54
Figure 43: Appréciation du système des examens du Conservatoire cantonal du Valais.....	54
Figure 44 : Page Instagram du Conservatoire de Paris	59
Figure 45 : Plan de communication de janvier à juin	61
Figure 46 : Plan de communication de juillet à décembre	62

Lexique

- Benchmark :** ou étalonnage consiste à comparer la capacité stratégique d'une organisation avec différentes pratiques de référence. (Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, & Regnér, 2014, p.97)
- Positionnement :** le positionnement désigne la position qu'occupe un produit ou un service dans l'esprit des consommateurs et est basé sur la perception de ces derniers. (Positionnement, s.d.)
- Etude quantitative :** permet de recueillir des données qui peuvent être mesurées et extrapolées en statistiques afin de généraliser les résultats à la population concernée.
- Etude qualitative :** permet de recueillir des avis pour comprendre une situation sur un échantillon petit.
- Etude semi-directive :** est une technique d'enquête qualitative qui consiste à interroger des personnes autour de thèmes définis au préalable dans un guide d'entretien.
- Canaux de communication :** représente l'ensemble des moyens par lesquels transitent un message entre l'émetteur et le récepteur.
- Team building :** « Construction d'équipe » est un concept qui consiste à resserrer les liens entre les membres d'une équipe à travers des activités pour créer un environnement favorable au travail.
- Inbound marketing :** consiste à faire venir le client vers son entreprise en attirant son attention plutôt que d'aller le chercher avec des techniques de marketing traditionnelles. (Clément, 2014).
- Tutoriel vidéo :** désigne une méthode d'apprentissage permettant à un novice de se former de manière autonome. Le tutoriel montre des conseils pratiques d'usage par étape contrairement à un mode d'emploi qui décrit les fonctionnalités. (Bathelot, 2016)
- Storytelling :** désigne une méthode utilisée en communication qui consiste à raconter une histoire. (Bathelot, 2016)
- Transmédia storytelling :** se définit par l'utilisation combinée de plusieurs médias fondée sur une structure narrative. Un récit spécifique par média donne la possibilité d'avoir différents points d'entrée dans l'histoire. (Bathelot, 2015)

Introduction

Lieu de découverte, d'évolution musicale, d'intégration et d'apprentissage, le Conservatoire est une institution dont on ne peut pas se priver en Valais. C'est d'ailleurs sur des fondements solides qu'il évolue depuis près de 70 ans et qu'il a gagné sa réputation prestigieuse et d'enseignement de qualité.

Cependant, cette réputation fait défaut à son image qualifiée de poussiéreuse et d'inaccessible par le directeur lui-même. (T. Debons, Directeur du Conservatoire cantonal valaisan, communication personnelle, 22 mai 2015) En amont d'une quelconque étude sur l'image du Conservatoire, l'opinion générale décrit le Conservatoire comme étant peu attractif, réservé à une certaine élite et enseignant la musique classique du compositeur Mozart. Certes ces points ne sont pas atténués avec le nom de l'institution « Conservatoire cantonal » qui évoque l'incompréhension et des apprioris plutôt austères. Le souhait de Thierry Debons est d'apparenter l'image du Conservatoire à un laboratoire, lieu d'exercice et de découverte où tous seraient libre de création infinie. Création non seulement dans le domaine musical, qui est le principal, voir le seul connu du grand public, mais aussi en danse, théâtre et chant sur 11 sites d'enseignement allant du Bas-Valais au Haut-Valais.

Les questions que cette situation soulève sont les suivantes : est-il possible d'associer prestige et qualité à une image moderne ? Et surtout, est-ce qu'une communication innovante peut moderniser l'image du Conservatoire ?

Ce travail vise à évaluer l'image du Conservatoire et à proposer des solutions de communication pour entamer la modernisation souhaitée. Grâce à l'analyse comparative des Conservatoires romands, aux enquêtes de positionnement ainsi qu'à la mise en place d'un plan de communication, le Conservatoire aura une vue d'ensemble et pourra adopter un ou plusieurs scénarios proposés sur la base des conclusions.

Chapitre 1 - Problématique

1.1. Contexte et définition de la problématique

Le Conservatoire cantonal de musique fondé en 1949, dispense aujourd'hui un enseignement vocal, instrumental, chorégraphique et théâtral auprès de 1600 élèves sur 11 sites valaisans. C'est en janvier 2015 que l'actuel directeur Thierry Debons prend ses fonctions et se donne comme objectif d'inscrire l'institution dans un contexte actuel tout en gardant ses fondements solides.

« Le Conseil de Fondation a porté son choix sur M. Th. DEBONS en raison de son expérience en qualité de professeur et coordinateur de décanat, de son esprit d'entreprise et d'ouverture prêt à relever le défi de contribuer, en poursuivant la réflexion en cours, à ce que les formations classiques entrent dans la modernité. Ses qualités d'interprète et de compositeur sont également à relever. » (Conseil de Fondation, 2014)

Cette institution de formation artistique reconnue par l'Etat du Valais bénéficie de subsides et pour un nombre limité d'étudiants, une bourse partielle est à disposition. Un déficit d'élèves n'est pas à relever, cependant, le nom du Conservatoire soulève l'interrogation « Que conserve t'on dans un Conservatoire » et pousse Thierry Debons à démontrer une accessibilité à tous et à démocratiser la musique classique.

« Bien que je n'aie jamais dirigé pareille institution, je pense qu'un Conservatoire doit s'apparenter à un laboratoire. Mon challenge consistera donc à intégrer les acquis, les bases solides et un enseignement de qualité, dans un contexte attractif, moderne, voire futuriste, en utilisant les médias actuels et les nouvelles pédagogies. ». (Anzévui, 2014)

En résumé, l'image du Conservatoire doit être modernisée pour rendre l'offre culturelle attractive et accessible à tous.

1.2. Etat de la question

A ce jour, aucune autre étude concernant l'image du Conservatoire du cantonal du Valais n'a encore été réalisée. Ce travail de Bachelor est le premier de ce type accordé par le mandant.

1.3. Objectif principal et question de recherche

L'objectif principal est d'amener des réponses concrètes à la question de recherche « Comment moderniser l'image du Conservatoire cantonal ? », et ceci dans le but d'ancrer le Conservatoire dans un contexte actuel.

1.4. Définitions des objectifs et de l'hypothèse de recherche

L'hypothèse de recherche est la suivante : « Le développement d'une communication innovante contribuera à moderniser l'image du Conservatoire cantonal du Valais. »

Afin de mener ce mandat à bien, les objectifs suivants ont été déterminés :

- Etablir un diagnostic de l'image actuelle du Conservatoire via des enquêtes qualitatives et quantitatives auprès du public valaisan.
- Relever les stratégies de communication les plus efficaces via un « benchmark » des « Best Practices » des outils utilisés par les Conservatoires Suisses romands.
- Concevoir un scénario de communication innovant contribuant à moderniser l'image du Conservatoire

1.5. Méthodologie

Les démarches méthodologiques nécessaires pour atteindre les objectifs figurent ci-dessous.

1.5.1. Recherches documentaires

La rédaction de ce travail a été possible par différentes recherches sur le sujet. Des recherches documentaires préalables ont été effectuées notamment par le biais de visites bibliothécaires, de recherches internet et via la presse écrite. L'inscription aux Newsletters des Conservatoires romands a permis de suivre leur actualité et de rédiger des statistiques sur la fréquence de communication par ce biais. Le réseau social Facebook a permis une connexion avec les Conservatoires romands et la découverte de méthodes de communication modernes. Ces différentes recherches ont permis de rédiger une partie de ce travail.

1.5.2. Analyse de la concurrence

Une analyse des organisations non-concurrentes à l'intérieur du même secteur d'activité, autrement dit un « benchmark » fonctionnel, a été réalisée sur les Conservatoires Suisse romands. Elle a pour but de déterminer les meilleures méthodes utilisées par des institutions similaires et de s'en inspirer pour l'éventuelle modernisation de l'image du Conservatoire valaisan. L'analyse a pu être construite grâce aux différentes sources trouvées sur le web et suite à des contacts téléphoniques. En plus des sites internet, les pages Facebook, les supports papiers ainsi que les espaces presses ont été analysés.

1.5.3. Enquêtes de terrain

Dans l'intention de déterminer l'image actuelle du Conservatoire auprès du public valaisan, deux méthodes d'enquêtes de terrain ont été mises en place. C'est à la suite de cette partie que l'hypothèse du présent travail peut être infirmée ou confirmée.

Etude qualitative

L'étude qualitative a été menée auprès des différents sites du Conservatoire afin de recueillir les avis tant positifs que négatifs concernant l'image de cette entité. Les personnes interrogées ont été sélectionnées au hasard et peuvent potentiellement avoir un lien avec le Conservatoire. Les

interviews se sont déroulées à proximité des gares de Sion, Martigny, Monthey et Sierre dans l'intention de recouvrir les sites principaux du Conservatoire du Valais.

Etude quantitative

L'étude quantitative a été menée via un questionnaire envoyé par e-mail à toutes les personnes se trouvant dans la base de donnée du Conservatoire. Cette étude permet d'obtenir des résultats statistiques sur l'avis des personnes fréquentant le Conservatoire d'une quelconque manière.

A l'occasion des portes ouvertes du Conservatoire du Valais, des questionnaires à choix multiples ont été distribués afin de recueillir des données quantitatives d'une deuxième manière. A noter que ces questionnaires ont été distribués sur les 4 sites où se déroulaient les portes ouvertes soit à Sierre, Sion, Martigny et Monthey.

1.5.4. Plan de communication et scénarii

Un plan de communication conçu grâce à l'analyse concurrentielle, l'analyse de marché et l'enquête de positionnement du Conservatoire conclut ce travail.

1.5.5. Analyse SWOT

Une étude de faisabilité permet de donner des indications sur la mise en œuvre du scénario proposé. Le directeur aura ainsi toutes les cartes en main pour décider d'appliquer la méthode de modernisation de l'image du Conservatoire cantonal du Valais.

Chapitre 2 - Etat des lieux du Conservatoire

En 1949 un lieu unique destiné à l'enseignement de la musique est créé sous l'impulsion de M. Georges Haenni qui, après avoir rassemblé les premiers enseignants, s'est mis à la recherche de locaux. Les premières salles de cours prirent place dans l'ancien hôpital de Sion, aujourd'hui en réfection, et l'Etat accorda un subside de CHF 5'000.- pour les meubles et instruments en plus de ceux offerts par d'autres personnes.

C'est en 1953, suite à une augmentation d'inscriptions pour les différents cours, que le Conservatoire se transforma en « Fondation » pour assurer son avenir. Aujourd'hui, avec une petite centaine de professeurs et plus de 1600 étudiants, le Conservatoire est réparti sur tout le canton afin de s'ouvrir à un grand nombre d'enfants de toute la région valaisanne.

L'enseignement dispensé peut s'orienter vers une pratique amateur de qualité ou dans l'intention d'une orientation professionnelle. Former des musiciens, acteurs, danseurs et chanteurs amateurs est l'objectif du Conservatoire en plus des nombreux ensembles instrumentaux dont il dispose : Le Petit Orchestre du Conservatoire (POC), l'Orchestre du Conservatoire (OCC), la Fanfare du Rue du Conservatoire (la Fanfaribole), Les Joueurs de flûte, Harmonie de flûtes, L'ensemble vocal Ostinato et l'Ensemble Appassionato.

Un élève s'inscrit au Conservatoire pour une année scolaire qui se divise en deux semestres ; le premier se déroule du 1^{er} septembre au 31 janvier et le second du 1^{er} février au 31 août. L'écolage facturé en début d'année scolaire peut être indemnisé en deux fois. En annexe 1 se trouve la liste et prix des cours de musique.

(<http://www.conservatoirevs.ch/fr/>)

2.1. Comparatif de prix

Un cas fictif permet la comparaison des prix du Conservatoire avec ceux d'une école privée et d'une école municipale de musique. Jean, enfant unique et âgé de 8 ans, souhaite apprendre à jouer d'un instrument dans une section non-professionnelle.

Le Conservatoire cantonal du Valais facture CHF 50.- pour l'immatriculation lors de la première inscription. A cette taxe d'immatriculation s'ajoutent CHF 1'080.- pour les cours de piano et CHF 420.- pour des cours de langage musical qui sont imposés par le Conservatoire. Au total, Jean doit s'acquitter de la somme de CHF 1'550.- pour sa première année au Conservatoire. Ce montant représente 80 minutes de cours hebdomadaires. Une année scolaire étant composé de 32 semaines, représente 2'560 minutes de cours soit 42 heures. Si on divise la somme de CHF 1'550.- par les 42 heures dispensées on obtient un résultat de CHF 36,90.- de l'heure. (Conservatoire cantonal du Valais, 2015)

Dans l'hypothèse où Jean préfère une professeure diplômée à domicile, 60 minutes de cours sont facturées CHF 45.- auxquels s'additionnent les frais de déplacement de CHF 10.-. Au total, Jean devrait payer la somme de CHF 55.-. A noter qu'en fonction du professeur, le coût d'une heure peut aller jusqu'à CHF 80.-. (Professeure diplômée de piano, 2016)

En comparaison, l'Harmonie Municipale de Sion qui subventionne une partie des frais de formation, facture la première année CHF 300.- pour 30 cours collectifs de 45 minutes. Pour obtenir un tarif à l'heure, les 30 cours de 45 minutes donnent 22.5 heures. Le montant CHF 300.- est divisé par 22.5 ce qui donne CHF 13.33.- de l'heure. Cependant, c'est en deuxième année scolaire que l'offre de l'Harmonie de Sion a un contenu plus similaire à celui du Conservatoire par des cours avec l'instrument et des cours de solfège collectif. Le coût pour une année est de CHF 850.- comprenant les cours avec l'instrument à CHF 600.- pour 15 heures et les cours de solfèges à CHF 250.- pour 30 heures. Pour une heure en niveau B à l'Harmonie de Sion, le coût est de CHF 48.- de l'heure. (Harmonie Municipale de Sion, s.d.)

Voici ci-dessous le récapitulatif des coûts pour une inscription à un cours d'instrument auprès de chaque institution citée.

Formation	Prix de l'heure (en CHF)
Conservatoire	36.90 .-
Enseignants privés	55 .-
Harmonie de Sion	48 .-

Tableau 1 : Récapitulatif institution/prix de l'heure

Source : Données de l'auteur

Chapitre 3 - Analyse des Conservatoires romands

Une analyse fonctionnelle permet de suivre l'évolution d'un marché et de positionner son entreprise par rapport à d'autres entreprises travaillant dans un même secteur d'activité sans pour autant être concurrentes. Dans cette partie, une analyse de la fonction communication en terme d'outils utilisés a été effectuée. (Chih & Harzalaoui, 2009)

Les Conservatoires de Neuchâtel, Fribourg, Lausanne et Genève sont les partenaires qui vont servir au « Benchmark ». Ils ont été sélectionnés de par leur localisation en Suisse romande.

Afin de définir le contexte de chaque Conservatoire, voici quelques chiffres clés :

Ces données font référence à l'année 2015/16.

Conservatoire	Date de fondation	Nombre d'élèves	Nombre d'enseignants	Nombre de site d'enseignement	Organisation
Valais^a	1949	1'600	85	11	Depuis 1953 : Fondation
Genève^b	1835	2'500	150	30	Depuis 2009 : Fondation en étroite collaboration avec les autres écoles de la Confédération des Ecoles Genevoises de Musique
Neuchâtel^c	1915	2'100	140	16	Depuis le 1 janvier 2007 : Cantonale
Lausanne^d	1860	1'200	85	1	Depuis 1969 : Fondation
Fribourg^e	1904	5'000	200	40	Depuis 1979 : Cantonale

Tableau 2 : Chiffres clés des Conservatoires romands

Sources : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

a. Conservatoire cantonal du Valais (<http://www.conservatoirevs.ch/fr/>)

b. Conservatoire de Genève (<http://www.cmg.ch>)

c. Conservatoire de Neuchâtel (<http://www.cmne.ch/accueil/>)

d. Conservatoire de Lausanne (<http://www.conservatoire-lausanne.ch>)

e. Conservatoire de Fribourg (<http://www.fr.ch/cof/fr/pub/index.cfm>)

Les informations qui vont servir à l'analyse du « benchmark » ont été collectées via des recherches, des informations internes et des contacts personnels. Les moyens de communication utilisés par les Conservatoires sont l'objet de ce « benchmarking », ils sont détaillés ci-dessous :

3.1. Site internet

Une comparaison du site internet a été effectuée selon les critères suivants :

- L'ergonomie

L'ergonomie permet à l'utilisateur d'avoir à effectuer le moins de clics possible pour arriver à la page qu'il souhaite atteindre et représente également le fait que le site soit approprié pour différentes résolutions d'écran. 10 points sont attribués à cette section et s'attribuent comme suite :

Cinq points pour l'apparition du formulaire d'inscription à un cours d'instrument, finalité souhaitée par le Conservatoire lors d'une visite sur son site Web, sont attribués. Le nombre de clic nécessaire est déduit des 5 points de départ.

Cinq autres points pour l'ergonomie de la résolution d'écran sont attribués et déduits comme suit :

- une diminution de un point si le site n'est pas adapté à un écran portable
- une diminution de un point si la page n'occupe pas tout l'écran du téléphone portable
- une diminution de un point si un agrandissement est nécessaire pour la lecture

- L'accès au site internet et la fidélisation via les Newsletters

L'accès est analysé en terme de référencement avec des mots-clés permettant de trouver le site et la fidélisation via des Newsletters pour que l'utilisateur reste en contact avec le site.

Les points pour l'accès sont attribués en fonction de leur apparition sur la fenêtre de recherche Google, en partant de 5 pour le premier. Pour la fidélisation, une diminution de points en partant également de 5 est à constater si aucune Newsletter n'est envoyée dans le délai d'un mois.

- La rapidité

La rapidité est analysée via un menu fixe qui permet d'atteindre les pages principales du site. Une déduction d'un point sur les 10 de départ est à constater si revenir sur la page d'accueil est plus complexe.

- Le contenu

Le contenu est analysé d'après sa fiabilité et sa mise à jour régulière. Pour vérifier ces informations, les onglets « agenda » ou « actualités » ont été consultés. Une déduction des points se

fait selon la possibilité de filtrer les événements, les événements futurs disponibles (plus d'un mois) et les événements passés archivés.

- **Le design dans le choix des images, des couleurs et des écritures**

Dans l'intention de noter le design du site internet, quatre critères sont établis et les points déduits s'il n'y figurent pas.

- o L'image en arrière plan
- o Le texte est lisible sans effort
- o Les images évoluent lors de la visite
- o Les couleurs choisies sont harmonieuses et visuellement accessibles (dans un but d'aider les daltoniens et les malvoyants à lire le site)

(Thibault, 2008)

3.1.1. Conservatoire cantonal du Valais

- **L'ergonomie**

Sur le site du Conservatoire du Valais, un clic depuis la page d'accueil suffit pour atteindre l'espace inscription qui nécessite ensuite un deuxième clic pour le téléchargement du document correspondant à la section désirée. Il doit être imprimé, complété puis adressé au secrétariat. (trois points acquis) Le site internet n'est pas adapté pour une résolution d'écran différente puisqu'en y accédant depuis un téléphone portable, la mise en page reste identique entraînant ainsi une difficulté à lire et à changer d'onglet. (deux points acquis)

Points attribués pour l'ergonomie : cinq points sur 10

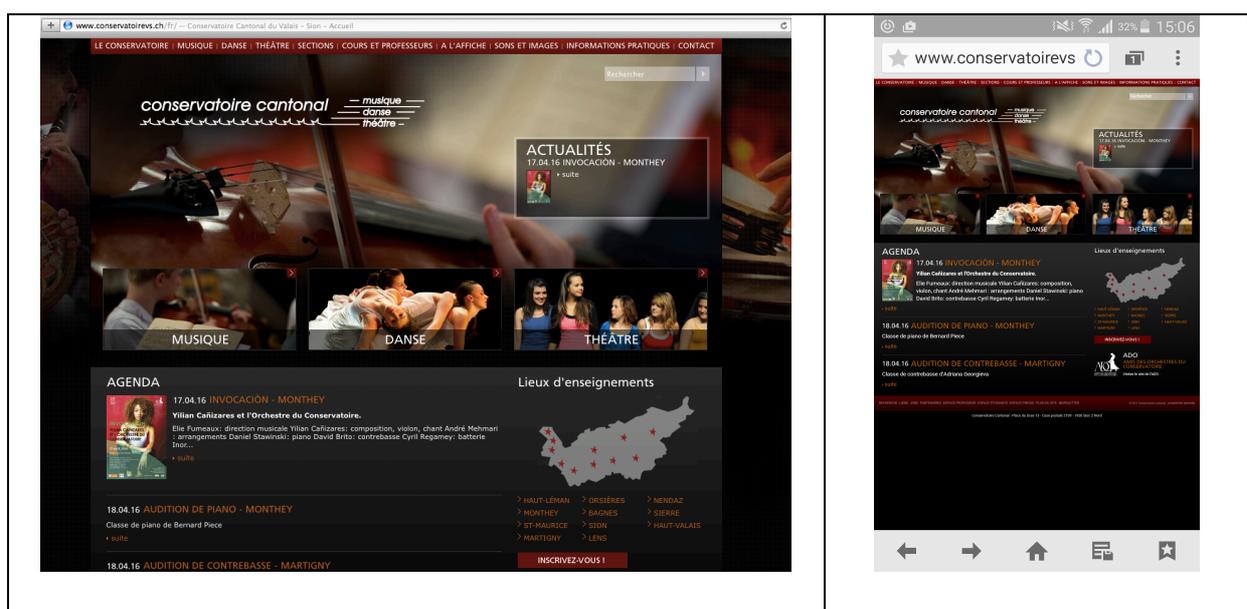


Figure 1 : Site du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Conservatoire cantonal du Valais. (<http://www.conservatoirevs.ch/fr/>)

- **l'accès au site internet et la fidélisation via les Newsletters**

Avec comme mot clé « Conservatoire » sur Google, le Conservatoire du Valais apparaît en neuvième position. Ce classement lui attribue un point.

Le Conservatoire du Valais offre la possibilité de s'abonner à sa Newsletter et voici un tableau des informations reçues depuis le 23 mars 2016 :

Conservatoire	Inscription	News	Type de News
Valais	23.03.16	07.04.16	Prochainement 17 avril au Crochetan
		12.05.16	Soutenez la formation musicale en Valais
		03.06.2016	Etude de marché

Tableau 3 : Newsletters du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Tableau de l'auteur sur la base des Newsletters du Conservatoire cantonal du Valais, communication personnelle, 2016.

Le Conservatoire de Valais envoie des Newsletters tous les mois et récolte ainsi cinq points.

- **Rapidité de navigation**

Le site du Conservatoire du Valais offre une rapidité de retour au menu fixe en cliquant sur le logo qui reste statique tout au long de la navigation. (10 points)

- **Le contenu**

Le Conservatoire du Valais publie toutes sortes d'actualités sur la vie au Conservatoire et de la musique- Il offre également un agenda que l'on peut sélectionner selon le type d'évènement, les dates à venir jusqu'en octobre et celles passées. (10 points)

- **Le design dans le choix des images, des couleurs et des écritures.**

La page d'accueil du site du Conservatoire du Valais est de manière générale très sombre avec une image très classique d'instrument en arrière plan. Les couleurs de fond sont foncées avec beaucoup de noir et l'écriture se fait en blanc ou orange ce qui ne facilite pas la lecture. L'emplacement du logo et l'image de fond de la page d'accueil reste identique quelle que soit la sélection choisie, et il y a une évolution des images au cours de la visite. (huit points)

3.1.2. Conservatoire de Genève

- L'ergonomie

Le Conservatoire de Genève offre un accès aux inscriptions au premier clic depuis la page d'accueil puis au deuxième le document d'inscription à compléter à l'écran apparaît. Le formulaire doit être imprimé, signé puis renvoyé au Conservatoire. (trois points) Le site internet ne propose pas une lisibilité différente en fonction de l'outil utilisé pour le consulter puisque depuis un téléphone portable la page d'accueil n'occupe pas tout l'écran. (deux points)

Points attribué pour l'ergonomie : cinq points sur 10

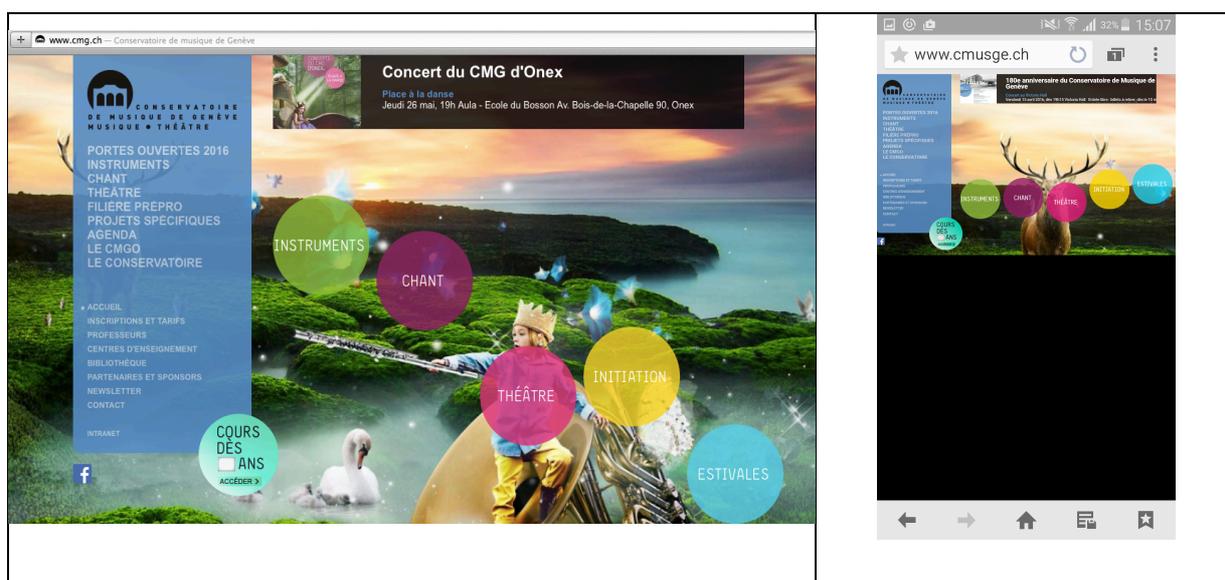


Figure 2 : Site du Conservatoire de musique de Genève
Source : Conservatoire de musique de Genève. (<http://www.cmg.ch>)

- l'accès au site internet et la fidélisation via les newsletter

Avec comme mot clé « Conservatoire » sur Google, le Conservatoire de Genève apparaît en deuxième position. Quatre points lui sont donc attribués.

Le Conservatoire de Genève offre la possibilité de s'abonner à sa Newsletter et voici un tableau des informations reçues depuis le 23 mars 2016 :

Conservatoire	Inscription	News	Type de News
Genève	23.03.16	14.04.16	Portes ouvertes
		19.05.16	Du théâtre - à ne pas manquer

Conservatoire	Inscription	News	Type de News
		10.06.16	Le Conservatoire à Carouge et à Puplinge

Tableau 4 : Newsletters du Conservatoire de musique de Genève

Source : Tableau de l'auteur sur la base des Newsletters du Conservatoire de musique de Genève, communication personnelle, 2016.

Le Conservatoire de Genève envoie des Newsletters tous les mois et récolte ainsi cinq points.

- **Rapidité de navigation**

Le site du Conservatoire de Genève offre une rapidité de retour au menu fixe en cliquant sur le logo qui reste statique tout au long de la navigation. (10 points)

- **Le contenu**

Le Conservatoire de Genève propose un agenda par mois tout en gardant les événements passés archivés et en proposant un fichier PDF de l'agenda 2015-2016 téléchargeable. Il est possible de filtrer les événements par mois mais pas en fonction de leur catégorie. (neuf points)

- **Le design dans le choix des images, des couleurs et des écritures.**

Le site du Conservatoire de Genève a en guise de page d'accueil des cercles de couleurs contenant les disciplines faisant des déplacements du haut vers le bas. L'image de fond est féérique avec un instrument intégré avec subtilité dans le décor. Une fois que l'on sélectionne une discipline, la page devient plus sobre avec un rappel de la couleur du cercle sélectionné. L'image de fond est plus contemporaine représentant la discipline consultée mais n'empêchant pas la bonne lisibilité. (10 points)

3.1.3. Conservatoire de Lausanne

- **L'ergonomie**

Depuis la page d'accueil du Conservatoire de Lausanne, un clic amène aux informations d'inscription (âge d'admission, renouvellement, renonciation, etc.) et un deuxième est nécessaire pour connaître les étapes à suivre pour une inscription. C'est au 3^{ème} clic que le document de demande d'admission apparaît et doit être complété puis retourné par courrier. (deux points) Le site internet qui n'a pas d'adaptation spécifique pour d'autres supports prend la totalité de l'écran du téléphone portable mais nécessite un agrandissement pour la lecture des informations. (trois points)

Points attribués pour l'ergonomie : cinq points sur 10

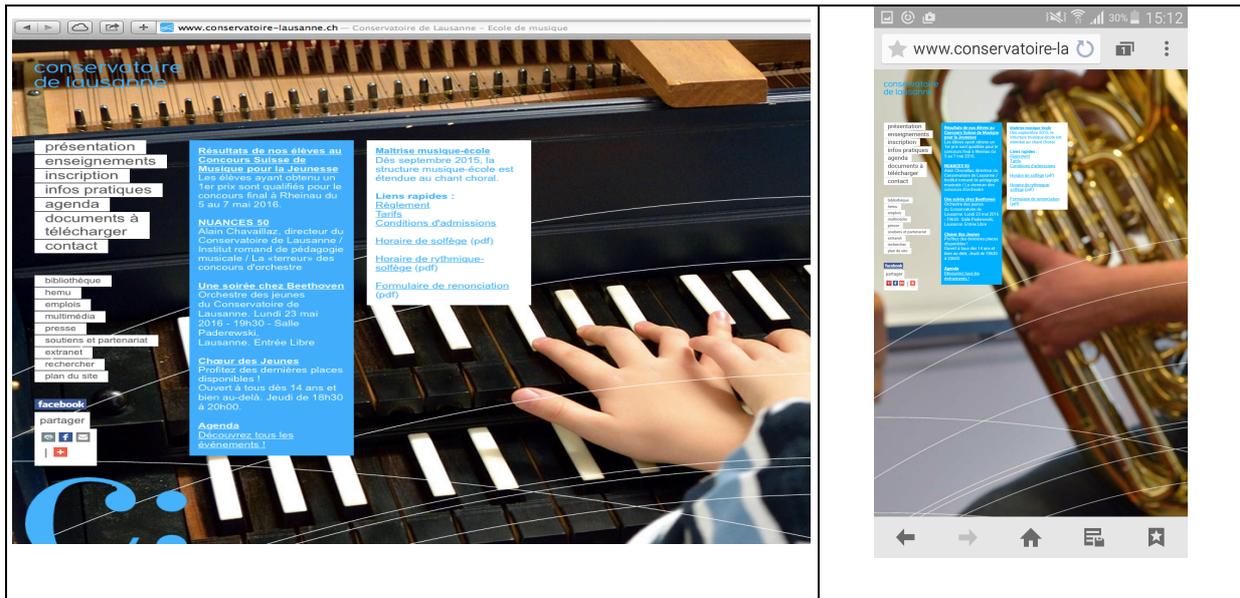


Figure 3 : Site du Conservatoire de Lausanne

Source : Conservatoire de Lausanne. (<http://www.conservatoire-lausanne.ch>)

- l'accès au site internet et la fidélisation via les Newsletters

Avec comme mot clé « Conservatoire » sur Google, le Conservatoire de Lausanne apparaît en première position et reçoit ainsi cinq points.

Le Conservatoire de Lausanne ne propose pas d'abonnement à une Newsletter, de ce fait aucun point ne lui est attribué.

- Rapidité de navigation

Le site du Conservatoire de Lausanne offre une rapidité de retour au menu fixe en cliquant sur le logo qui reste statique tout au long de la navigation. (10 points)

- Le contenu

Le Conservatoire de Lausanne offre un agenda avec trois évènements à venir et une possibilité de recherche dans l'agenda. Cette recherche peut se faire par date, mots-clés ou pour une activité précise. Il est possible d'accéder aux évènements futurs et antérieurs. (10 points)

- Le design dans le choix des images, des couleurs et des écritures.

Le site du Conservatoire de Lausanne a une page d'accueil épurée avec une image de fond différente à chaque consultation. En plus des propositions de sélection, la page d'accueil propose deux rectangles d'information. Le premier, bleu avec une écriture blanche propose des publications récentes, des évènements à venir et l'agenda de tous les évènements. Le second, blanc avec l'écriture bleu affiche des liens rapides sur les règlements, tarifs et autres informations pratiques en plus de nouveautés sur la structure du Conservatoire. Le logo du Conservatoire de Lausanne adapte sa couleur en fonction du chemin de navigation sur la page Web. (10 points)

3.1.4. Conservatoire de musique neuchâtelois

- L'ergonomie

Le site du Conservatoire de Neuchâtel ne propose pas un accès direct aux inscriptions sur la page d'accueil. Les onglets disponibles sur la page d'accueil ne donnent pas d'indications concernant la localisation des inscriptions sur le site ; sous enseignement, infos pratiques, contact ou musique et école ? Le chemin le plus rapide pour accéder au formulaire d'inscription en ligne à compléter, imprimer et renvoyer est de trois clics. (deux points) Le site internet, consulté depuis un téléphone portable, n'est pas différent de celui consulté depuis un ordinateur tout en s'adaptant à la résolution de l'écran. De ce fait, les informations sont écrites en petit. (trois points)

Points attribué pour l'ergonomie : cinq points sur 10

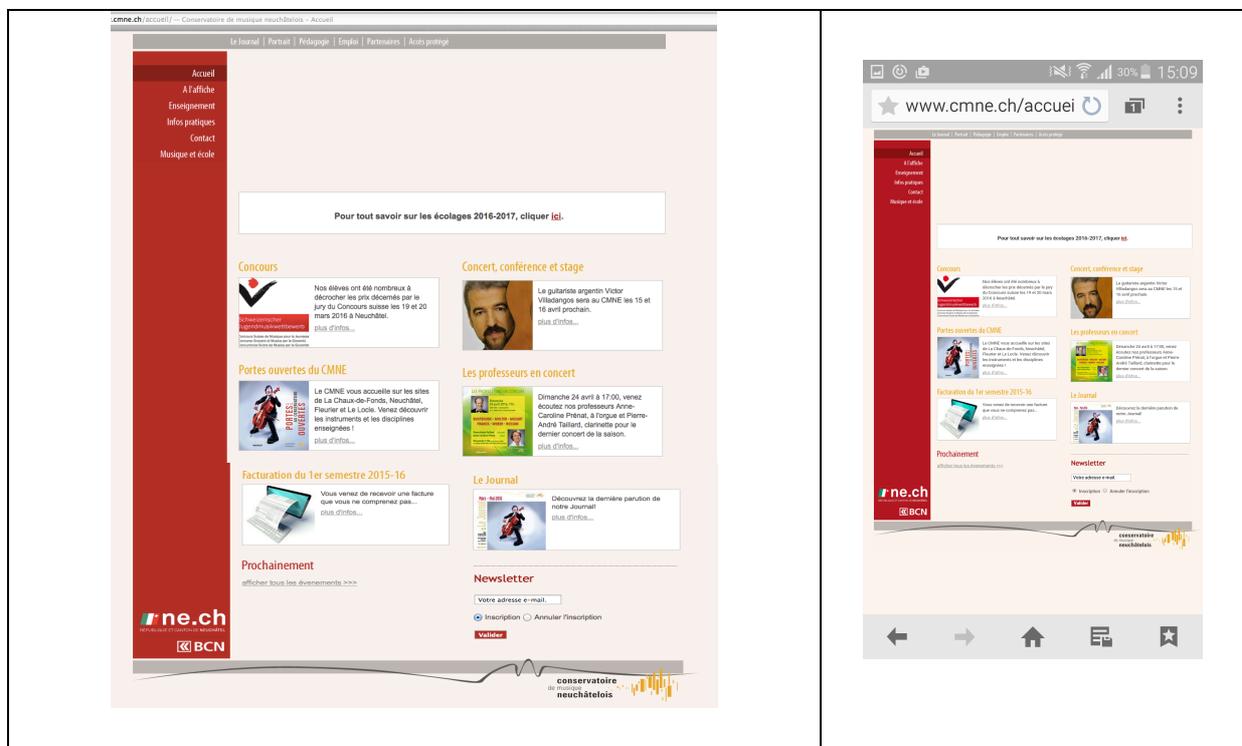


Figure 4 : Site du Conservatoire de musique neuchâtelois
Source : Conservatoire de musique neuchâtelois. (<http://www.cmne.ch/accueil/>)

- L'accès au site internet et la fidélisation via les Newsletters

Avec comme mot clé « Conservatoire » sur Google, le Conservatoire de Neuchâtel apparaît en troisième position. Il reçoit ainsi trois points.

Le Conservatoire de Neuchâtel offre la possibilité de s'abonner à sa Newsletter et voici un tableau des informations reçues depuis le 23 mars 2016 :

Conservatoire	Inscription	News	Type de News
Neuchâtel	23.03.16	31.03.16	Newsletter avril 2016
		01.05.16	Newsletter mai 2016
		05.05.16	Newsletter mai 2016 bis
		01.06.16	Newsletter Juin 2016

Tableau 5 : Newsletters du Conservatoire de musique neuchâtelois

Source : Tableau de l'auteur sur la base des Newsletters du Conservatoire de musique neuchâtelois, communication personnelle, 2016.

Le Conservatoire de Neuchâtel est assidu dans son envoi de Newsletters et récolte ainsi cinq points.

- **Rapidité de navigation**

Le Conservatoire de Neuchâtel n'ayant pas de logo nécessite d'être plus précis en cliquant sur le bouton accueil pour revenir à la page de départ. (huit points)

- **Le contenu**

Le contenu du site du Conservatoire de Neuchâtel offre la fonction de sélection par catégories, villes ou dates des événements allant jusqu'en décembre 2016. Il n'y a par contre pas d'accès aux événements passés. (neuf points)

- **Le design dans le choix des images, des couleurs et des écritures.**

Le site du Conservatoire de Neuchâtel est quant à lui pauvre en visuel. Les couleurs sont ternes et il n'y a pas d'évolution au cours de la visite du site. Le site n'a pas d'image de fond puisque c'est une couleur unique, beige clair, qui sert d'arrière plan. Le logo du Conservatoire est présent au fond de la page pour souligner le contenu du site. Le site est très strict puisque les photos en lien avec la sélection choisie apparaissent dans un rectangle à la droite du rectangle rouge des sélections possibles en plus des traits épais gris qui définissent le haut et le bas de la page. (sept points)

3.1.5. Conservatoire de Fribourg

- **L'ergonomie**

Le Conservatoire de Fribourg propose en deux clics le formulaire d'inscription qui est à imprimer, à compléter puis à renvoyer (trois points). Le site internet qui n'est pas uniquement dédié au Conservatoire de Fribourg, a une mise en page différente en fonction du support utilisé

mais a une fonctionnalité permettant d'accéder au site classique. Depuis un téléphone portable, aucun agrandissement n'est nécessaire puisqu'une barre permet la navigation de haut en bas. (cinq points)

Points attribué pour l'ergonomie : huit points sur 10

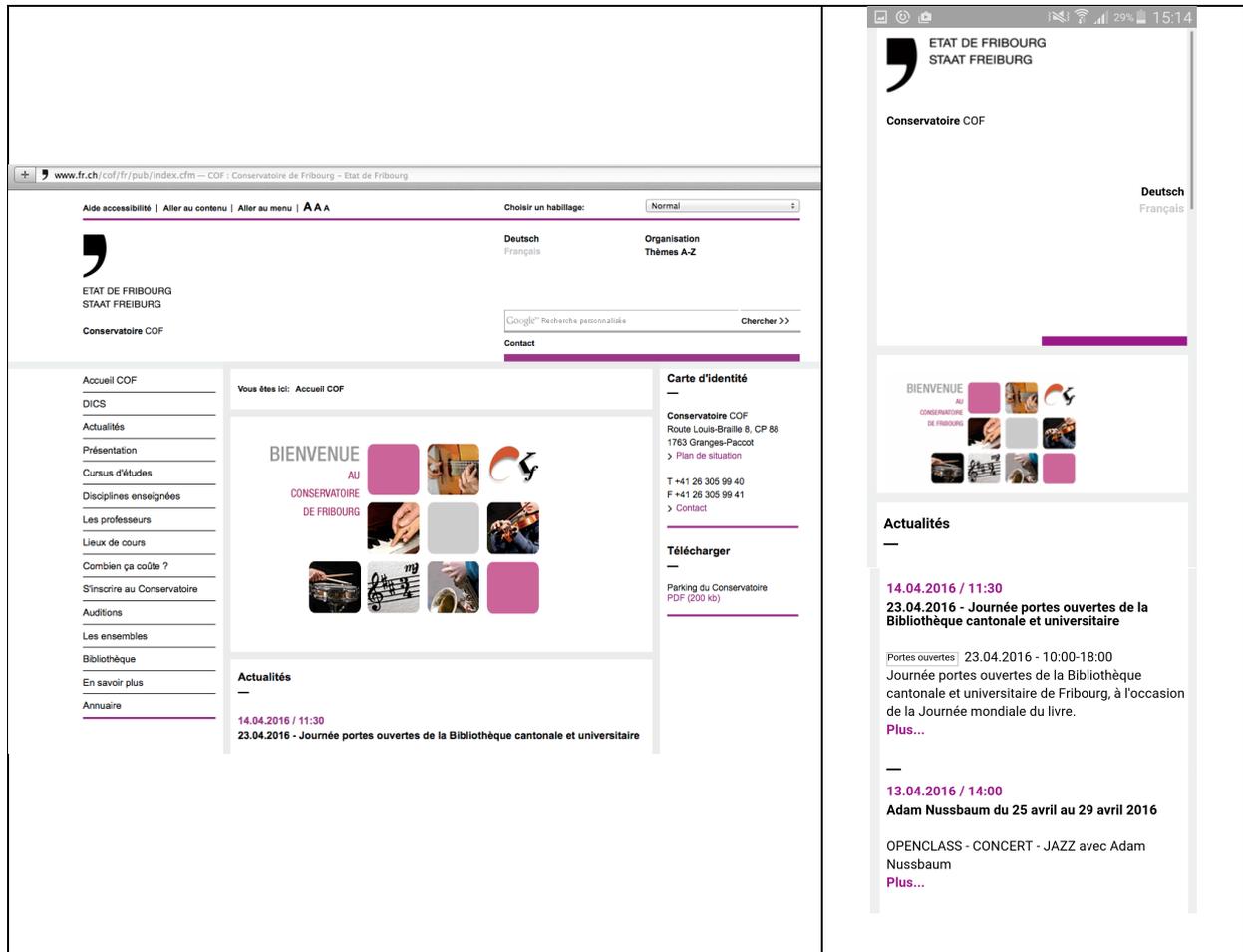


Figure 5 : Site internet du Conservatoire de Fribourg
Source : Conservatoire COF (<http://www.fr.ch/cof/fr/pub/index.cfm>)

- L'accès au site internet et la fidélisation via les Newsletters

Avec comme mot clé « Conservatoire » sur Google, le Conservatoire de Fribourg apparaît en huitième position et reçoit ainsi deux points.

Le Conservatoire de Fribourg ne propose pas d'abonnement à une Newsletter, de ce fait aucun point ne lui est attribué.

- Rapidité de navigation

Le site du Conservatoire de Fribourg peut porter à confusion puisqu'en appuyant sur le logo de l'État de Fribourg nous revenons à la page d'accueil de l'État de fribourg et non à celle du Conservatoire. (huit points)

- **Le contenu**

Le Conservatoire de Fribourg propose un onglet « actualité » avec les annonces de concerts ou de portes ouvertes à venir et les évènements passés. Il n’y a cependant pas la possibilité de trier les évènements passés et à venir dans le mois en cours. (huit points)

- **Le design dans le choix des images, des couleurs et des écritures.**

Comme le Conservatoire de Fribourg appartient à l’autorité cantonale, il ne dispose pas de son propre site mais est intégré à celui de l’Etat de Fribourg. C’est une sélection sur ce site qui nous amène à la page du Conservatoire qui est blanche avec des touches de violet. Les images varient en fonction des sélections choisies mais elles ont toutes en commun le filtre noir et blanc. (huit points)

3.1.6. Récapitulatif des sites internet des Conservatoires romands

	Ergonomie	Accessibilité & newsletter	Rapidité	Contenu	Design	Total
Valais	5	6	10	10	8	39
Genève	5	9	10	9	10	43
Lausanne	5	5	10	10	10	40
Neuchâtel	5	8	8	9	7	37
Fribourg	8	2	8	6	8	32

Tableau 6 : Evaluation des sites internet des Conservatoires romands

Source : Données de l’auteur

Le Conservatoire se place en 3^{ème} position avec comme atout majeur le contenu de son site internet. En effet, il est le seul avec le Conservatoire de Lausanne à obtenir la totalité des points attribués grâce à leur souhait de transmettre et d’actualiser régulièrement leurs évènements. L’ergonomie fait défaut à tous les sites, excepté celui de Fribourg, et démontre un manque de modernisation dans l’utilisation des outils technologiques. Les Conservatoires de Genève et de Lausanne ont respecté la totalité des critères pour le design et ont ainsi obtenu la note de 10 sur 10. Cependant, ces notes qui sont basées sur des critères objectifs et quantifiables n’assurent pas un même classement en cas d’évaluation subjective : L’appréciation visuelle varie en fonction des goûts et couleurs de chacun.

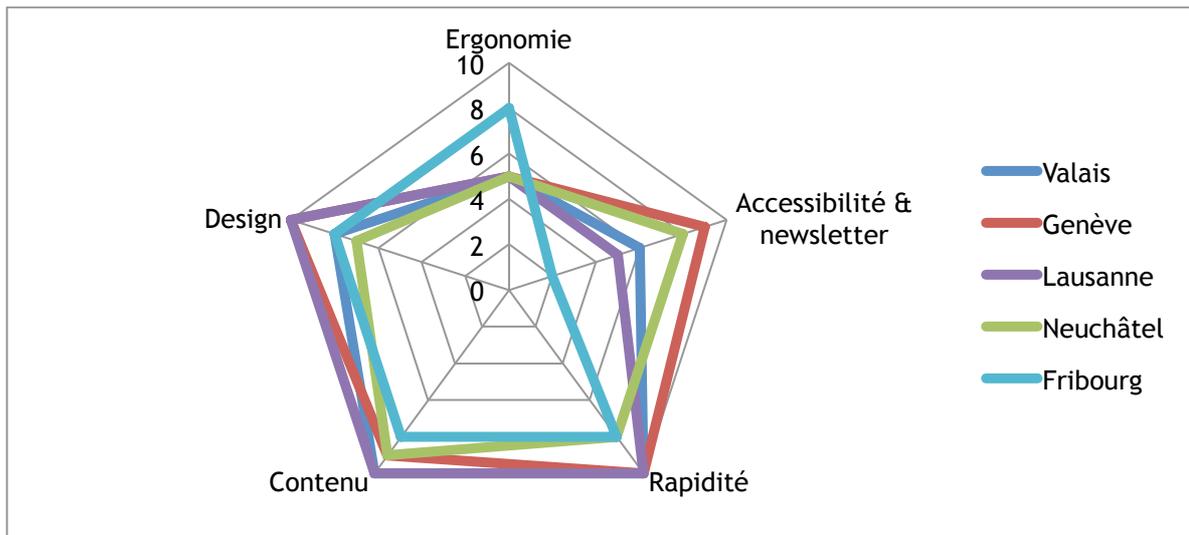


Figure 6 : Evaluation des sites internet des Conservatoires romands

Source : Données de l'auteur

3.1.7. Recommandations pour le site du Conservatoire cantonal du Valais

Suite au « Benchmark » fonctionnel des différents Conservatoires romands, l'ergonomie ressort comme essentiel point d'amélioration du Conservatoire du Valais. Voici deux recommandations pour ce faire :

1. Une simplification de l'inscription aux cours du Conservatoire du Valais amènerait une modernité supplémentaire, chose que seul le Conservatoire de Neuchâtel a entamé. En effet, un parent souhaitant inscrire son enfant doit suivre le chemin suivant : accéder au formulaire depuis le site internet, l'imprimer, le compléter par écrit (il n'est pas possible de le faire directement en ligne) et finalement le renvoyer au secrétariat du Conservatoire par courrier. Cette démarche prend du temps, n'est pas écologique et peut décourager de potentiels clients. L'option d'une inscription en ligne offrirait une simplification aux parents et une modernisation des outils à disposition.
2. Ci-dessous une statistique qui démontre que l'ordinateur reste le moyen le plus utilisé pour consulter la page internet du conservatoire du Valais. 34.95 % des personnes se connectent sur le site en utilisant un téléphone mobile et ne peuvent pas lire les informations de manière convenable. Il est donc important que le Conservatoire améliore l'ergonomie sur divers supports pour répondre aux besoins de tous les clients.

Catégorie d'appareil	Acquisition			Comportement		
	Sessions	% nouvelles sessions	Nouveaux utilisateurs	Taux de rebond	Pages/session	Durée moyenne des sessions
	3 059 % du total: 100,00 % (3 059)	56,39 % Valeur moy. pour la vue: 56,36 % (0,06 %)	1 725 % du total: 100,06 % (1 724)	45,11 % Valeur moy. pour la vue: 45,11 % (0,00 %)	3,63 Valeur moy. pour la vue: 3,63 (0,00 %)	00:02:15 Valeur moy. pour la vue: 00:02:15 (0,00 %)
1. desktop	1 661 (54,30 %)	59,54 %	989 (57,33 %)	40,58 %	4,14	00:02:32
2. mobile	1 069 (34,95 %)	51,54 %	551 (31,94 %)	52,57 %	2,77	00:01:46
3. tablet	329 (10,76 %)	56,23 %	185 (10,72 %)	43,77 %	3,84	00:02:25

Figure 7 : Nombre de sessions sur le site internet du Conservatoire cantonal du Valais
Source : Conservatoire cantonal du Valais, (2016), communication personnelle, 24 mars 2016.

3.2. Réseaux sociaux

Les informations ci-dessous font état du mois de janvier 2016 au mois d'avril 2016. Le réseau social analysé est Facebook.

Les Conservatoires de Neuchâtel et de Fribourg ne sont pas pris en compte dans l'analyse des statistiques Facebook puisque c'est un flux qui n'est pas alimenté par l'institution elle-même.

Dans l'intention de prendre un même point de départ pour l'analyse, le passage à l'an 2016 fait foi puisque deux des Conservatoires analysés y ont fait une publication relative. Dès cette date sont analysés le nombre de publications, le genre des publications et l'interaction qu'à eu le public avec celle-ci.

Avant toute création d'une page Facebook, il faut bien définir ce que sera la stratégie de communication puis de l'animer efficacement. Les critères suivants permettront d'évaluer les pages Facebook des Conservatoires du Valais, Vaud et Genève :

- Est-ce qu'une vignette « Facebook » est disponible sur le site internet pour faciliter la visite ?
- Est-ce que le profil du Conservatoire est complet ?
 - o Description
 - o E-mail
 - o Téléphone
 - o Site web
 - o Horaires et adresse
- Est-ce que la page a une image de couverture et une image de profil ?
- L'utilisation des photos est-elle favorisée ? (Celle-ci permet de maximiser l'interaction due à son impact visuel plus élevé qu'une publication ordinaire)
- Est-ce que le Conservatoire réagit aux commentaires soit en répondant ou en «j'aime» ?

- Est-ce que le Conservatoire pousse à l'action ?
 - o ** Venez découvrir ** ; ** Info à partager ** ; ** Aidez-nous à faire connaître **
- Apprendre de ces statistiques
 - o Quelle est le meilleur moment pour publier
 - o Quel contenu engage le plus

(Facebook business, 2016)

Les points sont soustraits des 10 points de départ en fonction des critères non respectés.

Ce que veulent dire les chiffres des statistiques Facebook:

- La portée représente le nombre de membres uniques qui ont vu la publication
- Les clics sur la publication représentent le nombre de membres qui ont cliqué sur la publication
- Les réactions, commentaires et partages représentent le nombre de membres qui ont réagi, commenté et partagé la publication

3.2.1. Conservatoire cantonal du Valais

Le Conservatoire du Valais est entré dans le réseau social Facebook en 2015 et a depuis obtenu 340 mentions « J'aime ». Les statistiques obtenues le 24.03.16 puis actualisées le 10.05.16 des 24 publications depuis la date du 01.01.2016 se trouvent en annexe II.

Critères d'évaluation	Evaluation	Points
Est-ce qu'une vignette « Facebook » est disponible sur le site internet pour faciliter la visite ?	Non	-1
Est-ce que le profil du Conservatoire est complet ? <ul style="list-style-type: none"> • Description • E-mail • Téléphone • Site web • Horaires et adresse 	Dans l'onglet « à propos » de la page du Conservatoire, les informations telles que le numéro de téléphone, l'horaire du Conservatoire et la fourchette de prix du Conservatoire peuvent être demandées via un bouton rapide. L'adresse et le lien internet figurent sur la page alors qu'aucune description ne donne d'indications sur ce qu'est le Conservatoire et il n'y a pas d'adresse e-mail de contact.	-1 -1
Est-ce que la page a une image de couverture et une image de profil ?	Oui	
L'utilisation des photos est-elle	D'après les statistiques de l'annexe II, l'utilisation	

Critères d'évaluation	Evaluation	Points
favorisée ?	des photos se fait à 87.5 %. Pourtant, seule une publication n'a pas de contenu visuel étant donné que les liens ou autres types de publications offrent un contenu visuel sans que le Conservatoire doive en insérer un.	
Est-ce que le Conservatoire réagit aux commentaires soit en répondant ou en «aimant » ?	Sur les deux seuls commentaires de la page : 27.02.16 le Conservatoire a « aimé » 08.04.16 le Conservatoire a « aimé » et répondu	
Est-ce que le Conservatoire pousse à l'action ? ** Venez découvrir ** ; ** Info à partager ** ; ** Aidez-nous à faire connaître ***	Sur 5 publications qui annoncent des événements, 5 poussent à l'action : **Venez nombreux et partagez l'information** ou ** A ne pas rater ! Partagez !** Par contre, sur le partage de publications annonçant des événements, seulement 2 sur 12 poussent à l'action et les autres n'ont aucun texte de la part du Conservatoire.	-1
Fréquence de publication	Un total de 24 publications en 4 mois et demi.	
Apprendre de ses statistiques	Sur la page Facebook du Conservatoire, les publications qui amènent le plus d'interactions sont celles créées par le Conservatoire lui-même. Cette page souhaite toucher le public émotionnellement en partageant des images plus intimes qu'une affiche de concert. Il y a également un soutien vis-à-vis des publications d'autres institutions ou artistes dans l'esprit de créer une communauté réunie autour de l'art.	

Tableau 7 : Analyse de la page Facebook du Conservatoire cantonal du Valais

Source : données de l'auteur sur la base de communication personnelle du Conservatoire cantonal du Valais

(2016)

Suite à l'analyse de la page Facebook du Conservatoire du Valais, six points sont attribués à la communication sur Facebook

3.2.2. Conservatoire de musique de Genève

Le Conservatoire de Genève a créé une page Facebook fin 2012 et a acquis depuis cette date 419 « J'aime ». Les statistiques obtenues le 28.04.16 des 12 publications depuis la date du 01.01.2016 se trouvent en annexe III.

Critères d'évaluation	Evaluation	Points
Est-ce qu'une vignette « Facebook » est disponible sur le site internet pour faciliter la visite ?	Oui	
Est-ce que le profil du Conservatoire est complet ? <ul style="list-style-type: none"> • Description • E-mail • Téléphone • Site web • Horaires et adresse 	Dans l'onglet « à propos » de la page du Conservatoire, il n'y a pas de description ni d'adresse e-mail mais l'adresse, le numéro de téléphone, les horaires et le lien internet sont accessibles de suite.	-1 -1
Est-ce que la page a une image de couverture et une image de profil ?	Oui	
L'utilisation des photos est-elle favorisée ?	D'après les statistiques de l'annexe III, l'utilisation des photos se fait à 75 % et toutes les publications ont un contenu visuel quel que soit le type de publication.	
Est-ce que le Conservatoire réagit aux commentaires soit en répondant ou en «aimant » ?	Sur les deux seuls commentaires de la page : 21.04.16 le Conservatoire n'a ni répondu ni aimé un commentaire 13.01.16 le Conservatoire a répondu après six jours à un commentaire contenant une question	-1 -1

Critères d'évaluation	Evaluation	Points
Est-ce que le Conservatoire pousse à l'action ? ** Venez découvrir ** ; ** Info à partager ** ; ** Aidez-nous à faire connaître **	Sur huit publications qui annoncent des évènements, 3 poussent à l'action par la phrase **Ne manquez pas** . Les autres sont dépendantes du public par des accroches telles que « le Conservatoire attend votre visite » ou « nous vous donnons rendez-vous ».	-1
Fréquence des publications	Un total de 12 publications en presque 5 mois De plus, sur cette page, il n'y a aucun partage d'évènement d'autres institutions / artistes	-1
Apprendre de ces statistiques	Le Conservatoire de Genève utilise Facebook pour publier des affiches avec un texte explicatif uniquement à titre informatif. Il n'y a pas d'interaction avec le public ni avec d'autres pages Facebook via des partages de publication.	

Tableau 8 : Analyse de la page Facebook du Conservatoire de musique de Genève

Source : données de l'auteur sur la base de communication personnelle du Conservatoire de Genève (2016)

Suite à l'analyse de la page Facebook du Conservatoire de musique de Genève, quatre points sont attribués à la communication sur Facebook

3.2.3. Conservatoire de Lausanne

Le Conservatoire de Lausanne a 3061 « J'aime » depuis la création de la page en 2011. Les statistiques obtenues le 20.04.16 des 29 publications depuis la date du 01.01.2016 se trouvent en annexe IV.

Critères d'évaluation	Evaluation	Points
Est-ce qu'une vignette « Facebook » est disponible sur le site internet pour faciliter la visite ?	Oui	

Critères d'évaluation	Evaluation	Points
<p>Est-ce que le profil du Conservatoire est complet ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Description • E-mail • Téléphone • Site web • Horaires et adresse 	<p>Dans l'onglet « à propos » de la page du Conservatoire, une description, l'adresse, le numéro de téléphone et le lien vers le site internet sont disponibles. La fourchette de prix peut être demandée via un bouton rapide. Il n'y a pas d'adresse e-mail ni d'horaires en indication.</p>	<p>-1 -1</p>
<p>Est-ce que la page a une image de couverture et une image de profil ?</p>	<p>Oui</p>	
<p>L'utilisation des photos est-elle favorisée ?</p>	<p>D'après les statistiques de l'annexe IV, l'utilisation des photos se fait à 31 %. Seul deux publications n'ont pas de contenu visuel puisque les liens ou autres types de publications / partages ont des images pré-établies.</p>	
<p>Est-ce que le Conservatoire réagit aux commentaires soit en répondant ou en «aimant » ?</p>	<p>Sur les deux seuls commentaires de la page :</p> <p>Le Conservatoire n'a ni répondu ni aimé six commentaires dont quatre venaient de la même personne pour faire de la promotion de SympAgenda l'agenda culturel gratuit.</p> <p>Le conservatoire a aimé trois commentaires</p>	<p>-1 -1</p>
<p>Est-ce que le Conservatoire pousse à l'action ?</p> <p>** Venez découvrir ** ; ** Info à partager ** ;</p> <p>** Aidez-nous à faire connaître **</p>	<p>Sur 13 publications qui annoncent des évènements, une pousse à l'action : **Découvrez**</p> <p>De plus, sur le partage de publication annonçant des évènements, aucune sur cinq pousse à l'action</p> <p>Le Conservatoire de Lausanne est le seul à faire la création d'évènements qui permettent au public d'obtenir toutes les informations sur une page à part et de choisir s'ils sont intéressés, ou s'ils vont y participer. Quatre évènements sont ainsi répertoriés dans l'onglet Evènements.</p>	<p>-1 -1</p>

Critères d'évaluation	Evaluation	Points
Fréquence de publication	Un total de 29 publications en quatre mois et demi	
Apprendre de ces statistiques	Le Conservatoire de Lausanne a un souhait dans sa communication d'être proche de son public. Un partage de vidéo ou image ayant un lien avec la musique et aucun avec le Conservatoire ou la formation rend cette page moins officielle et plus accessible à tous.	

Tableau 9 : Analyse de la page Facebook du Conservatoire de Lausanne

Source : données de l'auteur sur la base de communication personnelle du Conservatoire de Lausanne (2016)

Suite à l'analyse de la page Facebook du Conservatoire de Lausanne, quatre points sont attribués à la communication sur Facebook

3.2.4. Récapitulatif des pages Facebook des Conservatoires romands

	Nombre de « J'aime »	Nombre de publications	Force de communication
Valais	340 ^a	24 ^b	6
Genève	418 ^c	12 ^d	4
Lausanne	3016 ^e	29 ^f	4

Tableau 10 : Récapitulatif de l'analyse des pages Facebook des Conservatoires romands

Source : Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

- Conservatoire VS. (s.d.) In Facebook [Page]. Récupéré sur https://www.facebook.com/Conservatoire-VS-794179874061512/?fref=ts&locale=fr_FR
- Conservatoire cantonal du Valais, communication personnelle, 10 mai 2016
- Conservatoire de musique de Genève. (s.d.) In Facebook [Page]. Récupéré sur https://www.facebook.com/conservatoiremusiquegeneve/?fref=ts&locale=fr_FR
- Conservatoire de musique de Genève, communication personnelle, 28 avril 2016
- Conservatoire de Lausanne. (s.d.) In Facebook [Page]. Récupéré sur https://www.facebook.com/conservatoire.lausanne/?fref=ts&locale=fr_FR
- Conservatoire de Lausanne, communication personnelle, 20 avril 2016

Un Conservatoire présent sur Facebook doit définir sa stratégie de communication en amont. Deux options s'offrent à lui : la première consiste à être uniquement informatif par des publications d'annonces de concerts ou autres événements comme celui de Genève, la deuxième est de partager et de développer la sympathie avec une communauté autour de la musique et de l'art comme celui de Lausanne. Quoi qu'il en soit, une fois cette stratégie définie il faut en garder l'orientation à long terme.

Ce qu'il faut également ressortir de ces statistiques est le type de publication qui interpelle le plus les lecteurs, cela indique comment favoriser l'interaction et quel est le meilleur moment pour publier. Pour le Conservatoire de musique de Genève, la publication impliquant les enseignants pour un ensemble cuivré a attiré le plus de réactions. A Lausanne, c'est le jeune musicien vaudois qui a remporté le Junior Slow Melody Contest qui a eu le plus d'impact. C'est en effet les publications qui montrent l'interne du Conservatoire : les élèves et leur réussite, les apparitions dans la presse des directeurs ou du corps enseignant, la cohésion entre professeurs lors de concerts ou toute autre dimension humaine font réagir le plus la population facebookienne.

Quel est le meilleur moment pour poster sur Facebook ? Le moment durant lequel une entreprise décide de publier aura forcément un impact sur leur performance. Certains jours et heures fonctionnent mieux selon le public ciblé sur Facebook. L'infographie de Quicksprout permet de déceler quelques tendances de base.

- Les meilleurs jours de la semaine sont le jeudi et le vendredi
- Le mercredi à 15 heures serait le moment idéal
- Le meilleur moment pour publier se situe entre 9h et 19h
- De 13h à 16h l'audience amènerait le plus de partage et de clics
- Les publications en semaine ont des performances meilleures que le weekend

(Patel, 2015)

Ces informations de base peuvent aider à réaliser des tests sur son propre public afin d'identifier son timing idéal à long terme. Les statistiques Facebook permettent d'obtenir des informations sur le meilleur jour de la semaine ainsi que l'heure la plus favorable pour obtenir les meilleures performances. Consulter ces statistiques et appliquer les conseils permet à la page Facebook d'optimiser ses capacités en terme d'impact.

Le Conservatoire du Valais obtient à l'heure actuelle la meilleure force de communication sur Facebook puisqu'il porte une attention particulière aux commentaires et interactions de son public en plus d'un bon rythme de publication. Depuis le 11 novembre 2015, le Conservatoire du Valais est également actif sur Twitter sous le nom « conservatoirevs ». C'est le seul conservatoire analysé qui possède un compte sur ce réseau social et qui l'indique sur son prospectus de l'année 2016-2017. (Conservatoire VS, 2015)

3.2.5. Recommandations pour la page Facebook du Conservatoire cantonal du Valais

Pour améliorer la page Facebook du Conservatoire du Valais, une mise à jour des informations telles qu'un e-mail de contact et une description du Conservatoire doit être faite. Il est également important que le Conservatoire ajoute un petit texte sur les partages qu'il fait afin de montrer une implication réelle et pas seulement un partage solidaire. Cette démarche doit rester dans l'intention de pousser à l'action le lecteur ; *****A ne pas ratez***, *****Partagez***.****

3.3. Prints

Afin de comparer les supports papiers des Conservatoires romands, deux affiches par Conservatoire ont été sélectionnées. Celles-ci seront jugées d'après les critères ci-dessous :

- Les informations : Quoi, Quand, Où ?
- Court, percutant et écrit dans une police large
- Les contrastes : ce qui est en dessous ne doit pas perturber la lecture de ce qui est en dessus
- L'identité visuelle

(Gilles, 2013)

Sur les 10 points de départ par critère, une diminution d'un point est faite par condition non respectée. Pour l'identité visuelle, un élément similaire sur les deux affiches représente deux points et une augmentation de deux points est constaté par élément similaire accumulé.

3.3.1. Conservatoire cantonal du Valais



Les affiches sont en annexe V

- **Les informations : Quoi, Quand, Où ?**

Sur l'affiche du concours de musique contemporaine, l'indication du lieu est déterminée par « Sion » sans préciser au Conservatoire. Un lecteur peut s'interroger si c'est bien au Conservatoire qu'a lieu ce concours. Les autres informations sont claires tout comme celles sur la deuxième affiche. (neuf points)

- **Court, percutant et écrit dans une police large**

Sur la première affiche les informations sont courtes et percutantes, y compris le programme du concours. L'indication « Toutes les épreuves sont publiques » mériterait d'être plus lisible.

L'affiche Invocacion a quant à elle plus d'informations condensées avec beaucoup d'informations visuelles, l'utilisation du verso aurait pu être envisagée pour faciliter la lecture. Les informations ne sont donc pas écrites dans une taille idéale à la lecture et mériteraient d'être plus larges. (sept points)

- **Les contrastes : ce qui est en dessous ne doit pas perturber la lecture de ce qui est en dessus**

Sur la première affiche, la lecture ne peut pas être perturbée puisqu'un fond blanc est utilisé.

Sur l'affiche Invocacion, la photo de l'artiste mise en image de fond gêne la lecture du titre du fait d'un contraste qui n'est pas égal sur toutes les lettres. Le fond de couleur en transparence qui accueille le reste des informations mériterait d'être plus foncé afin d'apporter un contraste plus important pour les malvoyants. (sept points)

- **L'identité visuelle**

En comparant ces deux affiches, on ne remarque aucune ligne visuelle directrice. Le style est complètement différent avec sur la première un choix visuel très sobre et sur la deuxième une modernité avec des superpositions d'éléments et des lignes graphiques.

Tous ces éléments ne permettent pas de repérer, d'un premier coup d'oeil, que ces affiches proviennent toutes deux du Conservatoire cantonal du Valais.

Deux logos placés au fond à gauche sont les deux seuls points communs de ces affiches. (deux points)

3.3.2. Conservatoire de musique de Genève

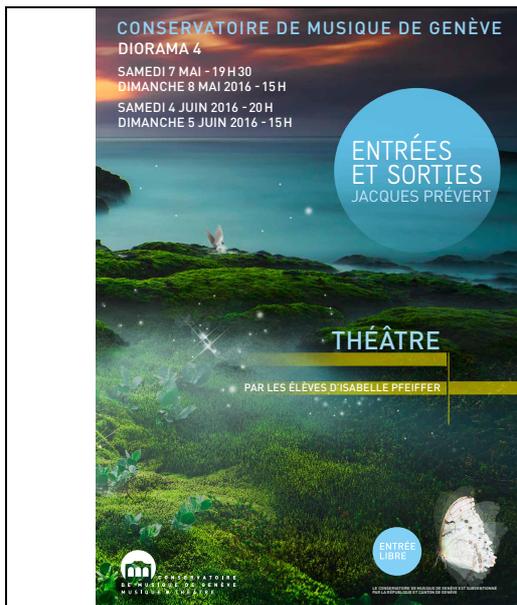


Figure 10 : Affiche « Entrées et sorties »
Source : Conservatoire de musique de Genève, 2016



Figure 11 : Affiche « MUSIMAX VIII »
Source : Conservatoire de musique de Genève, 2016

Les affiches sont en annexe VI

- **Les informations : Quoi, Quand, Où ?**

Sur la première affiche, la question « où » mérite d'être plus complète. N'habitant pas Genève, un lecteur peut avoir un doute sur le fait que « Diorama 4 » est un lieu. (neuf points)

- **Court, percutant et écrit dans une police large**

Sur les deux affiches les informations sont courtes et précises tout en étant percutantes. La police mériterait d'être plus large sur la deuxième affiche pour annoncer la date du concert. (neuf points)

- **Les contrastes : ce qui est en dessous ne doit pas perturber la lecture de ce qui est en dessus**

Sur la première affiche, en haut à gauche la lecture des mots « Conservatoire » et « Dimanche » est gênée par le contraste de couleur bleue sur orange. « Par les élèves d'Isabelle Pfeiffer » mériterait également un contraste plus élevé pour les personnes malvoyantes.

Sur l'affiche Musimax VIII, la bulle bleue « Concert de gala » n'est pas assez contrastée par rapport à l'image de fond. (six points)

- **L'identité visuelle**

Sur ces deux affiches on peut distinguer plusieurs lignes directrices :

- Le nom Conservatoire de musique de Genève écrit au sommet de l'affiche
- L'emplacement du logo et d'une mention
- Le style d'écriture
- Les bandes de couleurs contenant des informations
- Les bulles de couleurs contenant des informations

Tous ces éléments permettent d'un premier coup d'oeil de repérer que ces affiches proviennent du Conservatoire de musique de Genève. (10 points)

3.3.3. Conservatoire de Lausanne



Figure 12 : Affiche « Concert de la maîtrise musique-école »

Source : Conservatoire de Lausanne, 2016



Figure 13 : Affiche « Une soirée chez Beethoven »

Source : Conservatoire de Lausanne, 2016

Les affiches sont en annexe VII

- **Les informations : Quoi, Quand, Où ?**

Sur les deux affiches ci-dessus, les réponses aux questions Quoi, quand et où sont facilement perceptibles et lisibles dans l'ordre de lecture. (10 points)

- **Court, percutant et écrit dans une police large**

Sur les deux affiches, les informations se résument à l'essentiel. Cependant, le dernier rectangle annonçant la direction musicale et d'autres types d'informations mériterait d'être plus lisible. (huit points)

Tatiana Lathion

- Les contrastes : ce qui est en dessous ne doit pas perturber la lecture de ce qui est en dessus

Sur les deux affiches, l'image d'arrière plan ne perturbe pas la lecture puisque les éléments écrits sont surlignés en couleur et écrits en blanc. (10 points)

- L'identité visuelle

Sur ces deux affiches on peut distinguer plusieurs lignes directrices :

- Le nom Conservatoire de Lausanne écrit au sommet à gauche de l'affiche
- L'emplacement du logo du Conservatoire
- Le style d'écriture et la taille selon les informations
- Le surlignage en couleur des informations
- Les traits arrondis sur le fond de l'affiche en bas de page

Tous ces éléments permettent d'un premier coup d'oeil de repérer que ces affiches proviennent du Conservatoire de musique de Lausanne. (10 points)

3.3.4. Conservatoire de musique neuchâtelois

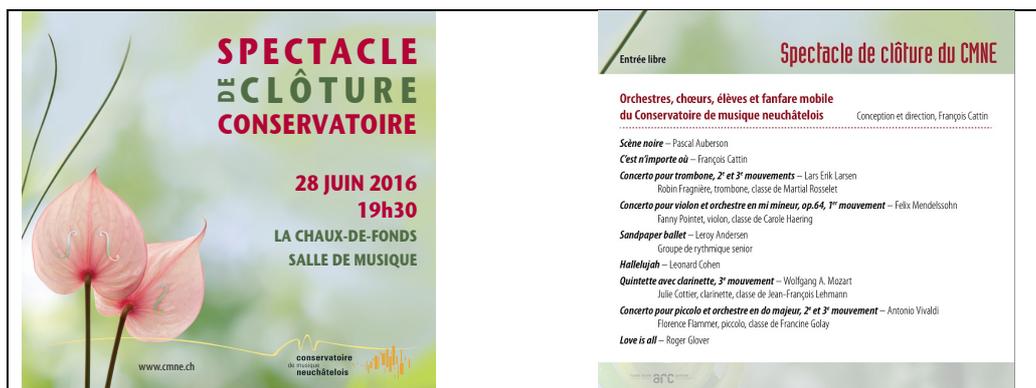


Figure 14 : Affiche « Spectacle de clôture »
Source : Conservatoire de musique neuchâtelois, 2016

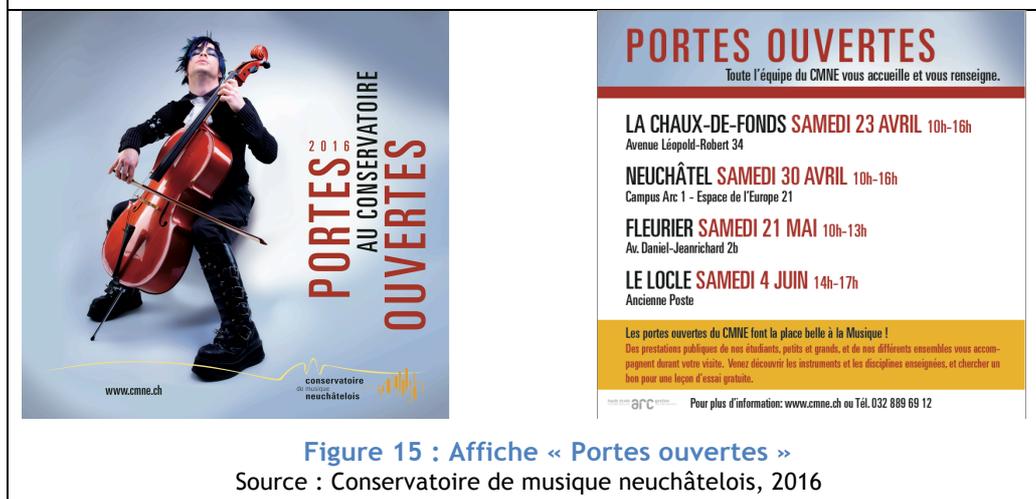


Figure 15 : Affiche « Portes ouvertes »
Source : Conservatoire de musique neuchâtelois, 2016

Les affiches sont en annexe VIII

- **Les informations : Quoi, Quand, Où ?**

On peut voir sur la première affiche le souhait d'indiquer toutes les informations importantes sur le recto. La deuxième affiche qui répertorie plusieurs portes ouvertes à différentes dates et différents endroits, indique toutes les informations au verso pour avoir un recto plus visuel avec seulement le "quoi".

Les informations sont compréhensibles et facilement repérables. (10 points)

- **Court, percutant et écrit dans une police large**

Sur les deux affiches, il y a beaucoup de texte au verso.

Est-ce vraiment nécessaire pour le spectacle de clôture d'indiquer le déroulement au verso plutôt que de distribuer des flyers d'information le jour même à ceux qui font le déplacement ? L'utilisation des deux faces est un avantage, mais un petit descriptif plus lisible aurait été plus percutant.

Pour les portes ouvertes il est nécessaire d'indiquer une bonne partie des informations, cependant, le verso reste surchargé. L'encadré jaune avec ce qu'on peut trouver aux portes ouvertes est superflu. La seule information ayant une valeur ajoutée est l'opportunité d'avoir un bon pour une leçon gratuite. Sur cette affiche, l'écriture est large ce qui facilite la lecture. (sept points)

- **Les contrastes : ce qui est en dessous ne doit pas perturber la lecture de ce qui est en dessus**

Sur la première affiche, l'image de fond du recto ne perturbe pas la lecture et au verso un fond blanc accueille le programme du spectacle pour faciliter la lecture.

Sur la deuxième affiche, le choix d'orientation de l'intitulé « Portes ouvertes au Conservatoire » ne facilite pas la lecture. Sur le recto, l'encadré jaune avec une écriture bordeaux n'est pas un contraste évident pour des personnes malvoyantes. (sept points)

- **L'identité visuelle**

Sur ces deux affiches on peut distinguer les lignes directrices suivantes :

- Emplacement du logo du Conservatoire de musique neuchâtelois et de la ARC
- Choix de l'écriture et de la couleur bordeaux
- Utilisation du recto pour une image de fond et du verso pour des informations dans un encadré blanc

Ces éléments permettent plus ou moins de repérer que ces affiches proviennent du Conservatoire de musique de Neuchâtel. (six points)

3.3.5. Conservatoire de Fribourg

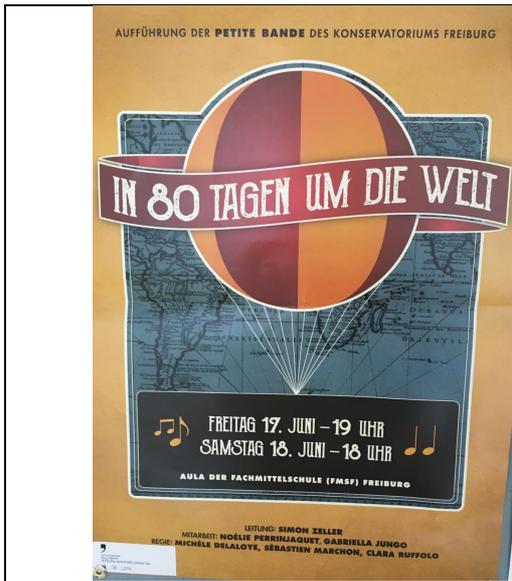


Figure 16 : Affiche « In 80 Tagen um die Welt »

Source : Photographie prise sur place par l'auteur



Figure 17 : Affiche « Casse-Noisette »

Source : Photographie prise sur place par l'auteur

Les affiches sont en annexe IX

- Les informations : Quoi, Quand, Où ?

Sur la première affiche, l'information « quoi » se trouve au sommet de l'affiche tandis que le « quand » et le « où » se trouvent dans l'encadré noir. Toutes les informations sont donc présentes sur l'affiche mais uniquement en allemand.

Sur la deuxième affiche, toutes les informations sont présentes et cette fois-ci en français.

Le Conservatoire de Fribourg, étant dans un canton bilingue, devraient donner les informations dans les deux langues et non pas avoir une en français pour les classes de danses et une en allemand pour la petite bande. (neuf points)

- Court, percutant et écrit dans une police large

Sur la première affiche il n'a y pas d'informations superflues et seule la lisibilité du lieu est difficilement perceptible par l'oeil du fait de l'écriture et de la taille.

L'affiche avec la danseuse sur le skateboard indique les filières amateurs et préprofessionnelles au même niveau que les informations prioritaires alors que l'entrée libre et la réservation obligatoire sont des éléments plus pertinents. (huit points)

- **Les contrastes : ce qui est en dessous ne doit pas perturber la lecture de ce qui est en dessus**

Les informations de la petite bande du Conservatoire ne sont pas gênées par l'image choisie étant donné qu'il y a un fond uni sous chaque information. Le mot « Tagen » est moins contrasté puisque le rouge est plus lumineux à cet endroit.

L'affiche du spectacle Casse-Noisette offre moins de contraste puisque l'image de fond est plus complexe avec le texte directement inséré dessus. La fin du mot « NUITHONIE » et « ENTRÉE » sont les deux mots avec un contraste trop faible. Le paragraphe « Chorégraphie » est écrit en blanc sur un fond clair et ne permet pas une lecture efficace. (cinq points)

- **L'identité visuelle**

Le seul point commun de ces deux affiches est la présence du logo de l'Etat de Fribourg dans un carré blanc. Il n'y a aucun moyen de distinguer au visuel que ces affiches concernent la même institution. (deux points)

3.3.6. Récapitulatif des prints des Conservatoires romands

	Information	Pertinence	Contrastes	Identité	Total
Valais	9	7	7	2	25
Genève	9	9	6	10	34
Lausanne	10	8	10	10	38
Neuchâtel	10	7	7	6	30
Fribourg	9	8	5	2	24

Tableau 11 : Récapitulatif des prints des Conservatoires romands

Source : Données de l'auteur

Le Conservatoire de Lausanne obtient les meilleurs résultats pour ses supports papier. Leurs affiches ont un contenu efficace et un graphisme propre à l'institution. La ligne visuelle est semblable pour le site internet, la page Facebook et les supports papiers ce qui permet au lecteur de se retrouver et d'identifier rapidement le Conservatoire de Lausanne.

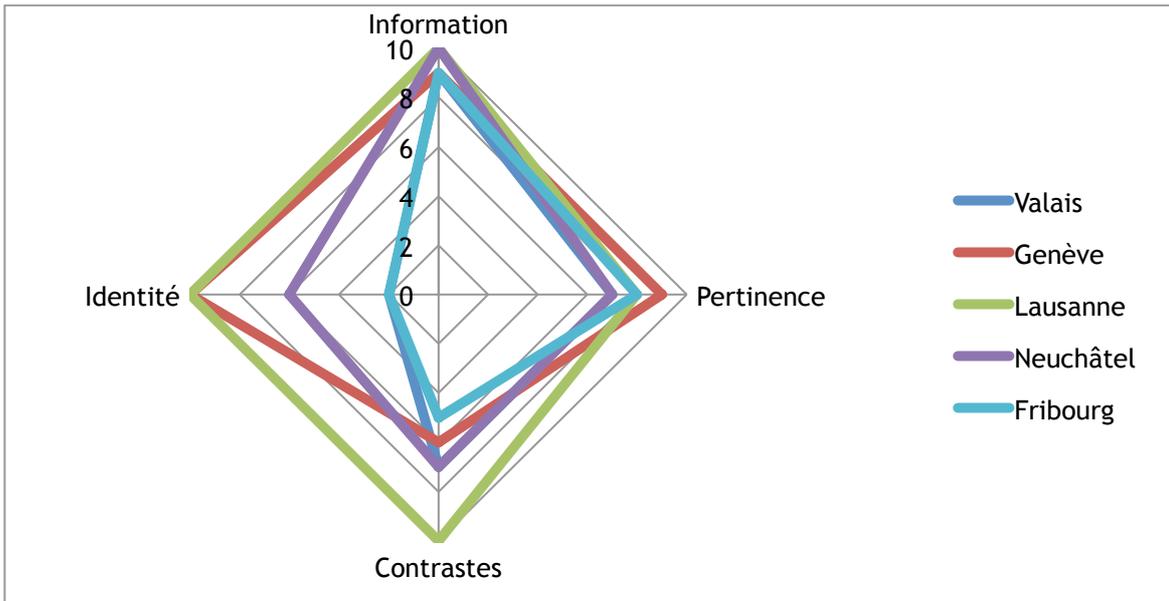


Figure 18 : Récapitulatif des prints des Conservatoires romands
Source : Données de l’auteur

3.3.7. Recommandation pour les prints du Conservatoire cantonal du Valais

Le Conservatoire du Valais démontre via ses supports papier qu’il y a une absence totale d’identité visuelle. Ci-dessous trois affiches du Conservatoire cantonal du Valais :

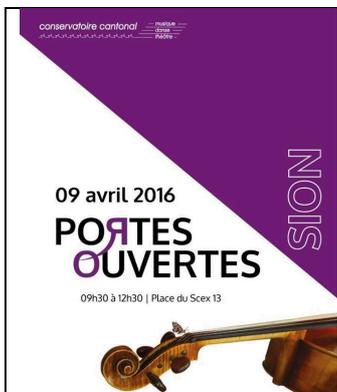


Figure 19 : Affiche « P.O Sion »
Source : Conservatoire cantonal du Valais, 2016



Figure 20 : Affiche « Le P.O.C. fait son cinéma »
Source : Conservatoire cantonal du Valais, 2016



Figure 21 : Affiche « Spectacle de danse »
Source : Conservatoire cantonal du Valais, 2016

L’affiche des portes ouvertes est parue début avril alors que les deux autres datent du 30 et 31 mai. Il y a peu d’écart temporel entre ces visuels et pourtant aucun fil rouge ne les relie. Le Conservatoire teste et cherche son visuel or, ce n’est pas de cette manière qu’il faut procéder.

La communication visuelle est importante pour permettre de diffuser la notoriété d’une entreprise. Pour utiliser les outils de manière efficace il faut en amont définir l’identité visuelle qui

permet aux clients de reconnaître l'entreprise. Définir une charte graphique qui correspond à son entité est une bonne manière d'avoir une identité visuelle claire et qui perdure.

Le Conservatoire du Valais qui est déjà en activité mais à un stade projet pour son visuel doit imaginer, créer et développer sa communication à partir des outils suivants :

- Un logo type
- Les supports imprimés (Flyers, brochure, affiches, carte de visite, etc.)
- Les supports web (site internet, application mobile, page Facebook, Twitter, etc.)
- Les supports dérivés (textile, signalétique, etc.)

Le principal avantage que va obtenir le Conservatoire est une mise en valeur qui va donner confiance à son public grâce à un aspect professionnel, identifiable et soigné.

(Westphalen, 2004, p.320-328)

3.4. Presse

Les données ci-dessous font état du mois de janvier 2016 jusqu'au 16 mai 2016.

3.4.1. Conservatoire cantonal du Valais

Dans l'espace presse du site officiel du Conservatoire du Valais, un article du Nouvelliste sur le concours de musique contemporaine du 26.02.2016 est téléchargeable. (Conservatoire cantonal de Valais, 2016)

Sur la page Facebook, un article du journal valaisan sur l'orchestre du Conservatoire cantonal a été partagé le 15.04.2016 depuis les Amis Des Orchestres Ado ainsi qu'une photo de l'article du Nouvelliste sur le FanfarCirkus partagé le 18.03.2016 également depuis les Amis Des Orchestre Ado. Un article a été partagé sur la création d'une salle de concert le 23.03.2016 depuis le Nouvelliste. Via ce journal, le Conservatoire a publié un article le 28 février sur « succès et explorations musicales lors du premier concours de musique contemporaine ». Une photo du Nouvelliste du jour 26.02.2016 sur la 1^{ère} édition du concours de musique contemporaine publiée par le Conservatoire. Le 13.05.2016 un partage de l'article sur « la formation musicale en péril » de ce même journal. (Conservatoire VS, 2016)

Sur le site internet du journal le Nouvelliste, 20 articles sont en ligne depuis 2016 avec comme mots clés de recherche « Conservatoire valais ». Le 13.05.2016 le Nouvelliste publie un article sur « La formation musicale en péril ? » qui annonce une pétition dans l'intention de forcer l'Etat à revoir son projet de loi sur la culture. (Le Nouvelliste, 2016)

En recherchant sur Canal9, « Conservatoire », deux résultats sont apparus :

- « Marignan » de Daetwyler officiellement reconnu comme hymne valaisan », reportage du 28.04.2016
- « Anna la violoniste », reportage du 19.04.2016 (Canal 9, 2016)

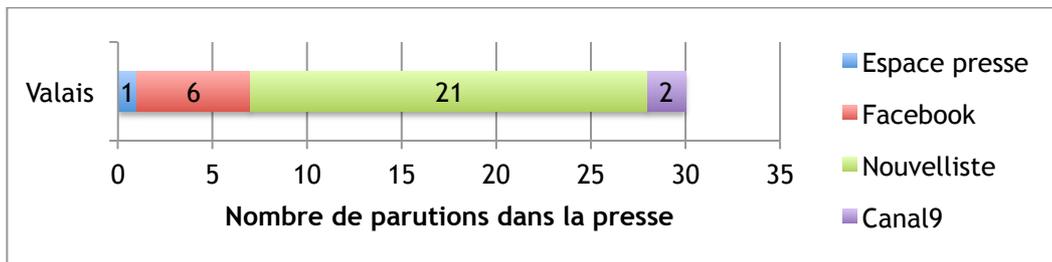


Figure 22 : Apparition dans la presse du Conservatoire cantonal du Valais
Source : Données de l'auteur

3.4.2. Conservatoire de musique de Genève

Le Conservatoire de musique de Genève n'a pas d'espace presse qui réunit tous les articles ou reportages ayant un lien avec celui-ci.

Sur la page Facebook, un lien vers l'émission « Trouver la clef de Klee à Berne » sur la RTS datant du 07.04.2016 ainsi qu'un autre lien vers l'émission « Genève à Chaud » du 07.04.2016 sur Léman Bleu Télévision sont publiés. (Conservatoire de musique de Genève, 2016)

Sur le site internet de la chaîne Léman Bleu Télévision, quatre émissions depuis le 01.01.2016 de « Genève à Chaud » reçoivent une personnalité du Conservatoire de Genève. (Léman bleu, 2016)

Sur le site internet du journal la Tribune de Genève, huit résultats apparaissent lors de la recherche « Conservatoire » depuis le 01.01.2016. (Tribune de Genève)

Sur le site internet de la RTS, une vidéo d'Eva Aroutunian jeune directrice du Conservatoire de Genève datant du 07.04.2016 sur « La Puce à l'Oreille » est disponible ainsi que 10 autres vidéos parlant du Conservatoire depuis le 01.01.2016. (RTS.ch, 2016)

Le 24Heures met à disposition deux articles référençant le Conservatoire de Genève depuis le 01.01.2016. Ces résultats sont trouvés suite à une recherche du mot clé « Conservatoire ». (24heures, 2016)

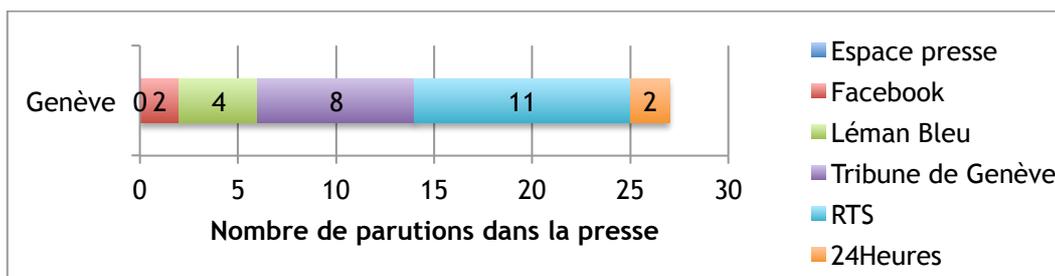


Figure 23 : Apparition dans la presse du Conservatoire de musique de Genève
Source : Données de l'auteur

3.4.3. Conservatoire de Lausanne

Sous l'espace presse du Conservatoire de Lausanne, des liens vers des articles datant de 2010 ou des pages introuvables restent en ligne. La plus récente information concerne un communiqué de presse datant du 05.11.2015 sur le renforcement du pôle de formation musicale. (Conservatoire de Lausanne, 2016)

Sur la page Facebook, le Conservatoire de Lausanne a publié l'article « La basse de Léon Francioli a perdu sa corde vitale » du journal 24Heures datant du 09.03.2016. Un article de l'illustré rencontrant la musicienne et ancienne élève du Conservatoire de Lausanne est publié le 24.02.2016. Le Conservatoire partage une nouvelle fois un article du 24Heures du 01.02.2016 « Avec Aurèle Nicolet, tous les flûtistes sont orphelins ». Le Conservatoire de Lausanne apparaît dans le Nouvelliste du 01.02.2016 avec l'article sur « Collombey-Muraz : un Vaudois champion 2016 du Junior Slow Melody Contest ». Un article de LACOTE.CH est publié le 07.01.2016 sur « La Fanfare de Nyon jouera à l'occasion d'un ciné-concert ». (Conservatoire de Lausanne, 2016)

Sur le site internet du journal d'actualité régionale de la Côte, 10 articles ressortent comme résultat de la recherche « Conservatoire Lausanne » depuis le 01.01.2016. (LaCôte, 2016)

Sur le site internet du journal 24Heures, deux articles parlent du Conservatoire de Lausanne. (24heures, 2016)

Sur le nouvelliste, un article fait référence au Conservatoire de Lausanne. (Terretaz, 2016)

Sur l'illustré, un article fait référence au Conservatoire de Lausanne. (Besençon, 2016)

Sur le site internet de la RTS, quatre émissions apparaissent en résultat de la recherche « Conservatoire de lausanne » depuis le 01.01.2016. (RTS.ch, 2016)

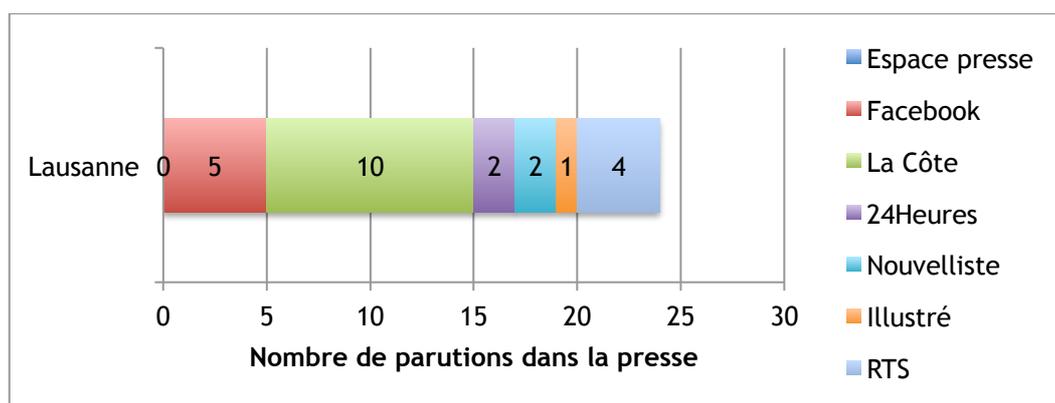


Figure 24 : Apparition dans la presse du Conservatoire de Lausanne

Source : Données de l'auteur

3.4.4. Conservatoire de musique neuchâtelois

N'ayant pas de page Facebook officielle ni d'espace presse sur leur site internet, les articles ou autres éléments médiatiques parlant du Conservatoire de Neuchâtel ne sont pas répertoriés.

Sur le site d'actualité des cantons de Neuchâtel et du Jura, Arcinfo, 14 articles résultent de la recherche « conservatoire Neuchâtel ». (ARCINFO.ch, 2016)

Sur la RTN, radio régionale, un résultat datant du 17.03.2016 parle d'élèves des classes préprofessionnelles du Conservatoire neuchâtelois. (RTN, 2016)

Le 24Heures met à disposition deux articles référençant le Conservatoire de Neuchâtel depuis le 01.01.2016. Ces résultats sont trouvés suite à une recherche du mot clé « Conservatoire ». (24heures, 2016)

Sur le site internet de la RTS, un article datant du 07.03.2016 fait référence au responsable du département piano du Conservatoire de Neuchâtel. (RTS.ch, 2016)

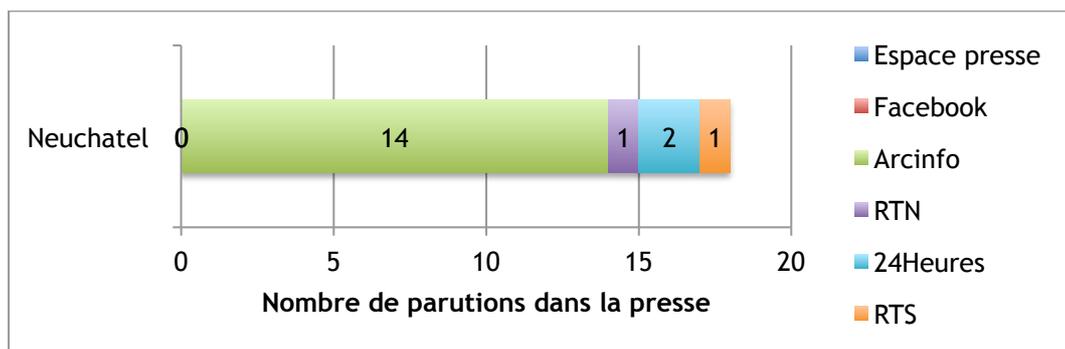


Figure 25 : Apparition dans la presse du Conservatoire de musique neuchâtelois
Source : Données de l'auteur

3.4.5. Conservatoire de Fribourg

N'ayant pas de page Facebook officielle ni d'espace presse sur leur site internet, les articles ou autres éléments médiatiques parlant du Conservatoire de Fribourg ne sont pas répertoriés.

Sur le site internet cath.ch, le portail catholique suisse, un article parle du fribourgeois Clément Weilly qui a passé une année au Conservatoire de Fribourg. (Breset, 2016) Et un deuxième parle du maître de chapelle également enseignant au Conservatoire de Fribourg. (Zbinden, 2016)

Sur letemps.ch, un article référence le Conservatoire de Fribourg durant le portrait du pianiste Florian Favre. (Robert, 2016)

Le 11 mai 2016 dans l'illustré, un article sur le gagnant de la « Nouvelle Star » indique qu'il prend encore des cours au Conservatoire de Fribourg. (Mathyer, 2016)

Dans Femina, Sylviane Tille parle de son enfance et des années où elle a fréquenté le Conservatoire de Fribourg. (Poget, 2016)

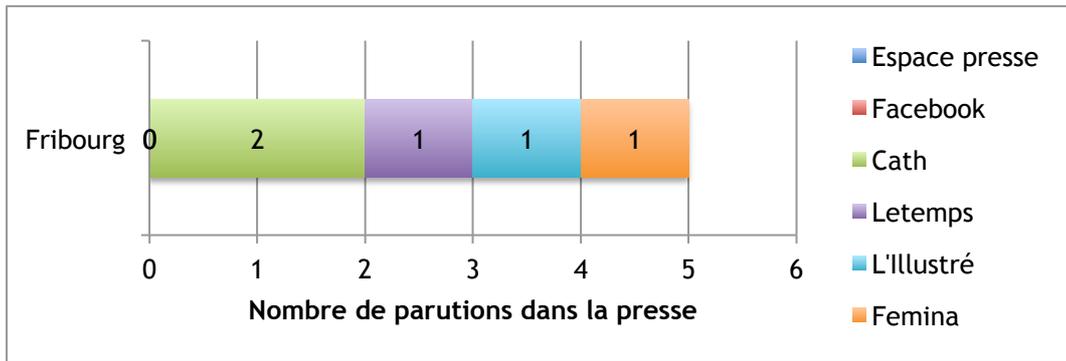


Figure 26 : Apparition dans la presse du Conservatoire de Fribourg
Source : Données de l'auteur

3.4.6. Récapitulatif de l'espace presse des Conservatoires romands

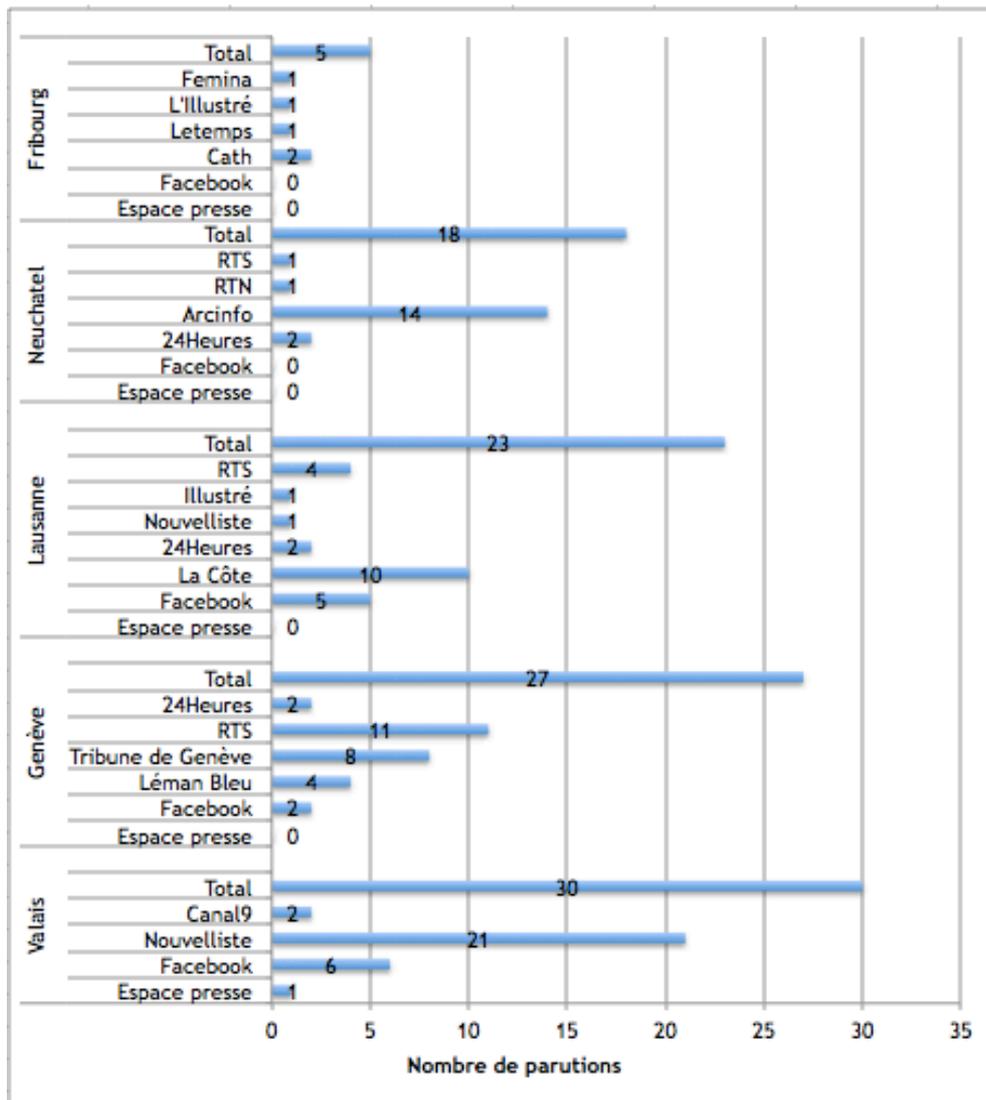


Figure 27 : Synthèse des apparitions dans la presse des Conservatoires romands
Source : Données de l'auteur

On constate à travers ces statistiques que le Conservatoire du Valais utilise peu de canaux de communication différents mais qu'il s'agit du Conservatoire apparaissant le plus dans la presse. Une contradiction de ce qui est ressorti de l'entretien avec M. Pascal Emonet, enseignant, doyen et directeur de l'ensemble instrumental Fanfaribole qui estime que le suivi du Conservatoire par la presse est catastrophique. Il n'est cependant pas surpris de ces statistiques car étant également enseignant au Conservatoire de Genève, il sait que cette institution reste très cloisonnée et qu'ayant une réputation internationale, elle n'a pas besoin de communiquer pour faire venir des élèves de partout.

« Je trouve qu'on parle trop peu de nos activités qui sont remarquables. Ce qui est réellement déplorable en Valais, c'est la proportion dont on parle sur une année des festivals régionaux, des fanfares et autres écoles de musique face au Conservatoire. » (P. Emonet, professeur, doyen et directeur de l'ensemble instrumental Fanfaribole, communication personnelle, 17 mai 2016) Le Conservatoire doit être plus visible et montrer sa différence : la structure des études avec un cheminement continuellement renouvelé par les enseignants musiciens, les matériaux nouveaux, les élèves suivis qui doivent atteindre des connaissances à chaque palier, une qualité des examens finaux et les activités internes du Conservatoire.

3.4.7. Recommandation pour la presse du Conservatoire cantonal du Valais

Le Conservatoire du Valais doit diversifier le type de médias de communication. A l'heure actuelle, le Nouvelliste est privilégié alors qu'il existe d'autres canaux en Valais.

Voici les outils possibles pour présenter une actualité tel que le spectacle de danse au théâtre des Halles à Sierre :

- Un communiqué de presse

Le Conservatoire informe des journalistes qu'il y a une nouveauté dans la vie de l'organisation pour obtenir un texte court dans un journal. (Westphalen, 2004, p.153-156)

- L'interview

Alimenter l'article du journaliste grâce à des citations. Dans le cas du spectacle, une fillette peut témoigner sur Rhône FM des heures d'entraînement qui ont été nécessaires pour attendrir et donner envie à l'auditoire d'aller la découvrir au spectacle. (Westphalen, 2004, p.172-174)

- L'invitation presse

Inviter des journalistes à participer à l'évènement pour qu'il soit au cœur des enjeux.

Ces différents outils doivent s'inscrire dans une stratégie de durée tout en définissant à l'avance quel est le but à atteindre, la cible à toucher et les moyens pour y arriver.

Chapitre 4 - Enquête de positionnement

4.1. Méthodologie

Dans un premier temps, une étude quantitative portant sur les portes ouvertes du Conservatoire du Valais a été effectuée afin de comprendre l'image que véhicule cette institution. Une seconde étude quantitative portant sur les « internes » au Conservatoire a été réalisée en envoyant un questionnaire par e-mail à toute personne référencée dans la base de données du Conservatoire.

Une deuxième approche qualitative a été réalisée dans la rue afin de comprendre comment le Conservatoire est perçu par la population valaisanne.

Par ces études, l'hypothèse de départ « Le développement d'une communication innovante contribuera à moderniser l'image du Conservatoire cantonal du Valais. » sera confirmée ou infirmée. Ces approches ont également permis d'établir l'enquête de positionnement du Conservatoire du Valais.

4.1.1. Etude quantitative

L'étude quantitative a permis de dépeindre la situation actuelle du Conservatoire du Valais et de comprendre la vision des parties prenantes.

Dans une première approche, le questionnaire quantitatif sur papier avec principalement des cases à cocher a été privilégié, celui-ci étant le plus adapté à l'occasion des portes ouvertes. Voir annexe X, le document distribué lors des portes ouvertes de Martigny. Le contenu est identique pour les portes ouvertes de Sion, Sierre et Martigny avec uniquement le flyer des portes ouvertes du Conservatoire échangé en fonction de la localisation.

Deuxièmement, le Conservatoire a envoyé le questionnaire en ligne à sa base de donnée par e-mail.

4.1.2. Etude qualitative

L'étude qualitative a permis de dépeindre la situation du Conservatoire auprès de la population valaisanne et de réaliser le positionnement de cette institution. Le type semi-directif a été privilégié, celui-ci étant le plus adapté à une étude qualitative car cela permet à l'interviewé d'avoir la liberté de s'exprimer ouvertement. Un guide d'entretien permettant une prise de note rapide a permis à l'enquêteur, si besoin, de diriger l'entretien et de conserver les informations pertinentes : Voir annexe XI. L'enquêteur se place à un point stratégique pour aborder des passants au hasard et obtenir des avis libres sur le Conservatoire.

Les entretiens se sont déroulés comme suit :

- le 17.05.2016 en ville de Monthey, dans les environs de la gare, créneau 11h-12h

- Le 17.05.2016 en ville de Martigny, dans les environs de la place centrale, créneau 17h-18h
- le 19.05.15 en ville de Sierre, dans les environs du cinéma, créneau 16h-17h
- le 23.05.2016 en ville de Sion, dans les environs de la place du midi, créneau 11h-12h

4.2. Résultat des études quantitatives

4.2.1. Etude quantitative des portes ouvertes

L'étude quantitative a été réalisée lors des portes ouvertes des Conservatoire de Sion, Sierre, Martigny et Monthey. Voici les principaux résultats qui en sont ressortis : (Données récoltées par l'auteur - sondage du 9, 23 et 30 avril 2016)

Un total de 44 personnes ont répondu au questionnaire dont 30 femmes. Ci-dessous une carte des lieux de domicile des répondants de ce questionnaire :

- 📍 répertorie les 31 personnes venues aux portes ouvertes de Sion le 9 avril 2016
- 📍 répertorie les cinq personnes venues aux portes ouvertes de Sierre le 23 avril 2016
- 📍 répertorie les huit personnes venues aux portes ouvertes de Martigny le 30 avril 2016

Aucun répondant ne se trouve aux portes ouvertes de Monthey puisque les questionnaires étaient mis à disposition sur un présentoir contrairement aux autres portes ouvertes où une personne les distribuait. Cette méthode n'a amené aucun résultat.

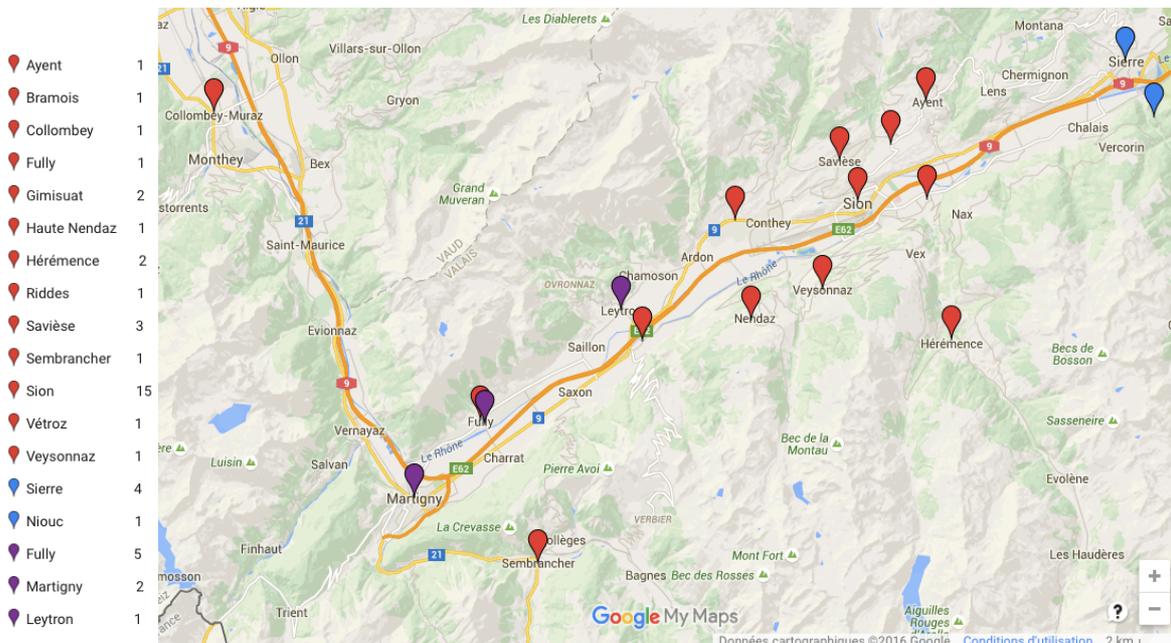


Figure 28 : Cartographie des visiteurs aux portes ouvertes du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Données de l'auteur sur la base de Google my Maps, 2016

L'âge des répondants se situe entre 26 et 40 ans pour 30 d'entre eux et les 14 restants ont entre 41 et 55 ans. Les métiers qui sont le plus souvent ressortis sont : enseignant, mère au foyer et médecin, qui représentent 14 des interrogés. Ceci peut nous donner une indication sur le revenu potentiel de la famille qui s'intéresse au Conservatoire. 11 des interrogés ont pratiqué une discipline au Conservatoire, ce qui les pousse certainement à inscrire leur enfant dans cette institution.

Les moyens de communication par lesquels les interrogés entendent parler du Conservatoire sont les suivants :

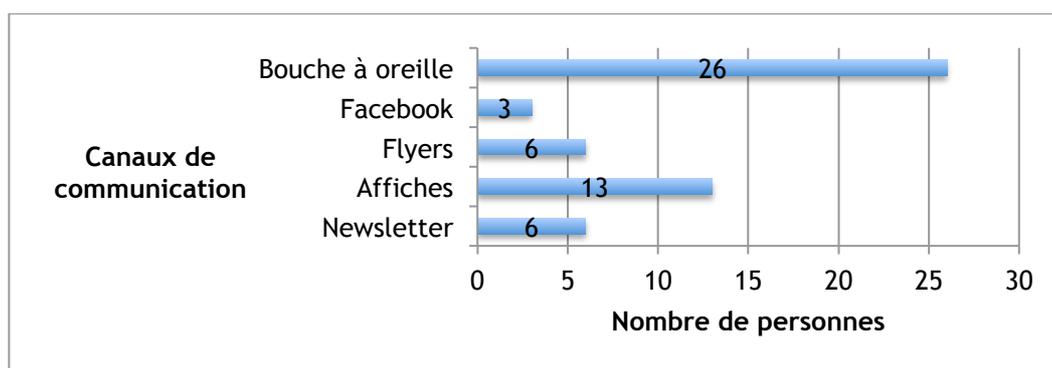


Figure 29 : Sondage sur les canaux de communication du Conservatoire cantonal du Valais
Sources : Données de l'auteur

A la question, quel courant artistique est enseigné au Conservatoire, 15 personnes ont répondu classique et 13 de tous les styles.

D'une manière générale (73% des interrogés), la méthode des évaluations encourage les parents à inscrire leur enfant.

Près de 70% des interrogés estiment que le Conservatoire n'est pas réservé à une certaine tranche de la population mais sur les 44 personnes, neuf qualifient la population fréquentant le Conservatoire d'aisée.

Les interrogés sont 16 à penser que le Conservatoire est sous le pouvoir de l'Etat, 18 à penser que non et 10 n'ont pas d'avis.

Voici quelques réponses données à la question « Pourquoi inscrire votre enfant au Conservatoire ? »

- « Pour la qualité et la diversité des enseignements dispensés »
- « Assurance de qualité dans la formation »
- « Pour une formation de base sérieuse »
- « Assurer le sérieux et la qualité de l'enseignement »
- « Image d'une bonne réputation »

- « Valeur sûre, choix multiple, possibilité d'évolution si souhait vers filière professionnelle, orchestres... »

Sur 25 réponses ouvertes, 10 d'entre elles citent la qualité ou le sérieux de la formation au Conservatoire et 10 autres l'éveil ou la découverte de la musique.

Des questions plus spécifiques aux portes ouvertes organisées par le Conservatoire ont également été posées afin d'évaluer les méthodes de communication pour la promotion d'un évènement.

Les moyens de communication par lesquels les interrogés ont entendu parler des portes ouvertes sont les suivants :

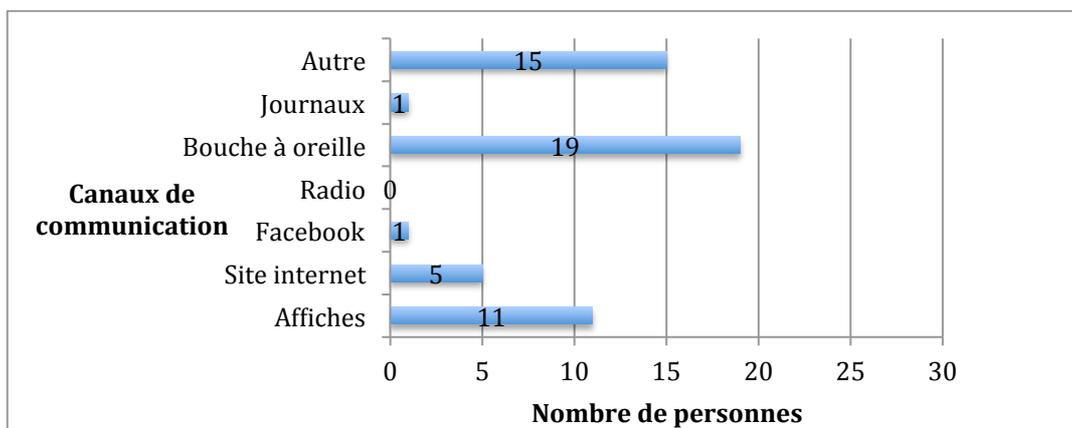


Figure 30 : Sondage sur les canaux de communication des portes ouvertes du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Données de l'auteur

La catégorie « autre » représente l'école, les flyers, les enfants, les professeurs et les organisateurs. C'est tout de même le bouche à oreille qui reste en tête.

24 personnes estiment qu'il n'y a pas eu suffisamment de publicité pour cet évènement, « J'aurais aimé recevoir un courrier ou un mail d'information, je l'ai appris par hasard » confie un interrogé.

4.2.2. Etude quantitative par e-mail aux abonnés du Conservatoire

L'étude quantitative envoyée par email le trois juin 2016 aux 1'229 abonnés du Conservatoire a obtenu 264 réponses jusqu'au 13 juin 2016. (Données récoltées par l'auteur - sondage du trois au 13 juin 2016)

La majorité, soit 69.7% des répondants sont des femmes. Les 264 personnes sont réparties comme suit selon leur tranche d'âge :

Age (264 réponses)

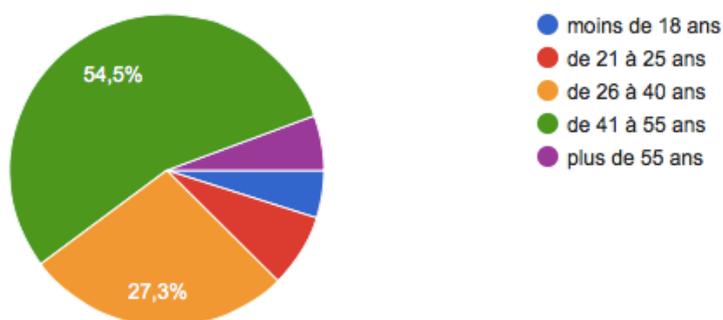


Figure 31 : Sondage sur l'âge des répondants du questionnaire quantitatif
 Source : données de l'auteur sur la base de Google Forms, 2016

Concernant la situation familiale, le 61.4 % est marié (e) et le 16.3 % est en couple. La tranche qui reste est répartie entre les célibataires (15,9%), les divorcés (5.7%) et les veufs (0.8%).

Le rapport au conservatoire des interrogés est réparti comme suit :

Votre rapport au Conservatoire (264 réponses)

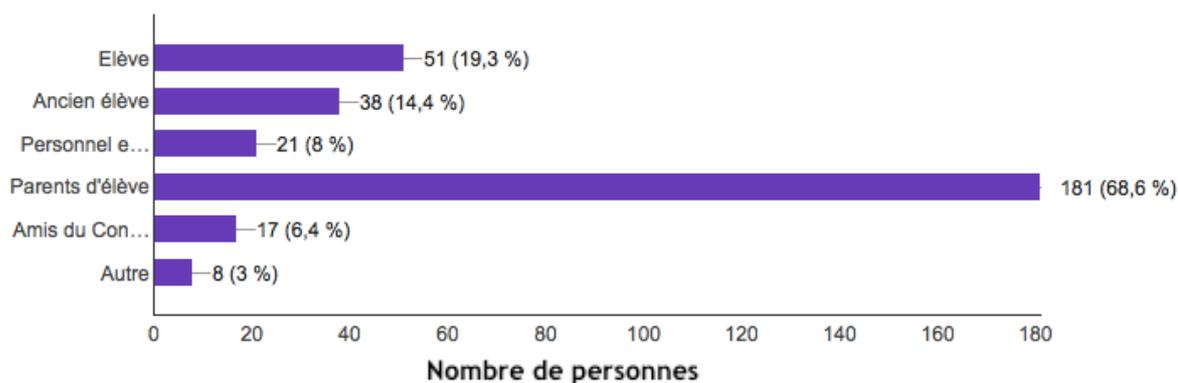


Figure 32 : Sondage sur le rapport au Conservatoire des répondants du questionnaire quantitatif
 Source : Données de l'auteur sur la base de Google Forms, 2016

21 personnes du « personnel enseignant » ont répondu à l'enquête sur les 85 présents au Conservatoire. La majorité des enseignants pensent que la communication peut être améliorée notamment par : une identité visuelle plus dynamique, plus de communication dans la presse écrite, la publication d'un petit journal mensuel tout ménage et une présence accrue dans les communes valaisannes par des événements bien visibles.

La section la plus fréquentée est celle de Sion avec 58.7 %.

Quelle section du Conservatoire du Valais fréquentez-vous principalement

(264 réponses)

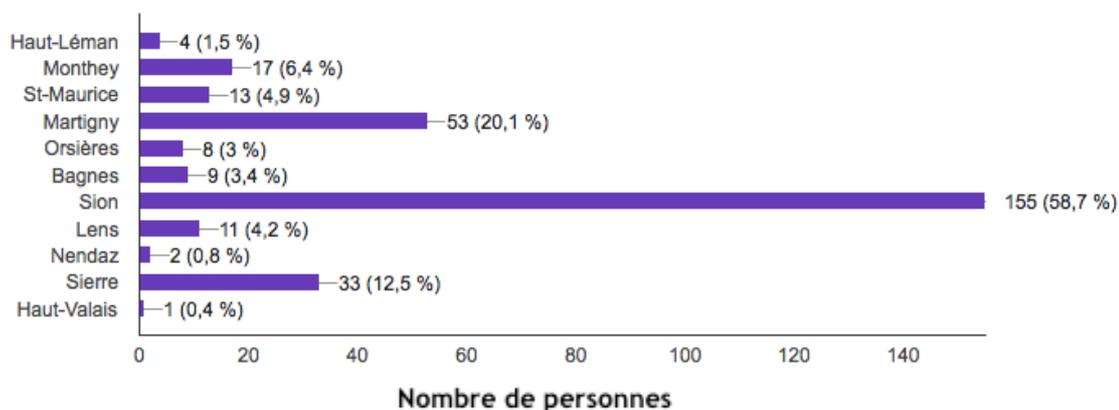


Figure 33 : Sondage sur la section de fréquentation du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif

Source : Données de l’auteur sur la base de Google Forms, 2016

Sur les 264 répondants, qui connaissent le Conservatoire, seuls 19.3 % d’entre eux savent que c’est une fondation. Dans les propositions « autres » sont ressorti : « Haute école de musique », « Ecole privée », « Une école de musique élitiste » et « Une institution cantonale et une fondation ».

Les critères suivants ont été classés en fonction de leur importance aux yeux des répondants.

Classez les critères suivants du Conservatoire en fonction de leur importance à vos yeux

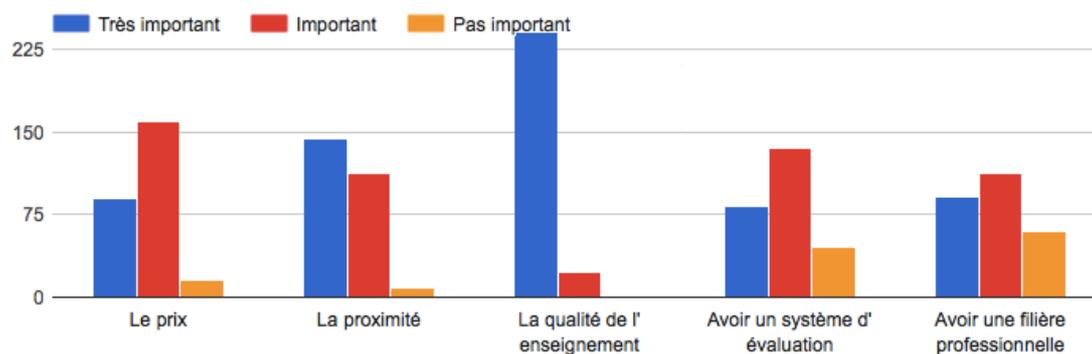


Figure 34 : Sondage sur les critères d’importance du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif

Source : Données de l’auteur sur la base de Google Forms, 2016

Dans le cas du Conservatoire, la qualité de l’enseignement est le critère prépondérant. La mission du Conservatoire d’offrir à chacun les moyens artistiques et techniques de réaliser son projet personnel répond à une demande du public qui est d’obtenir un enseignement de qualité. La

politique de décentralisation et de proximité du Conservatoire est un bon choix stratégique puisque la population valaisanne classe la proximité en seconde position des critères très importants.

Concernant l'identité visuelle du Conservatoire, les répondants sont très partagés :

Est-ce que vous trouvez l'identité visuelle du Conservatoire claire ?

(264 réponses)

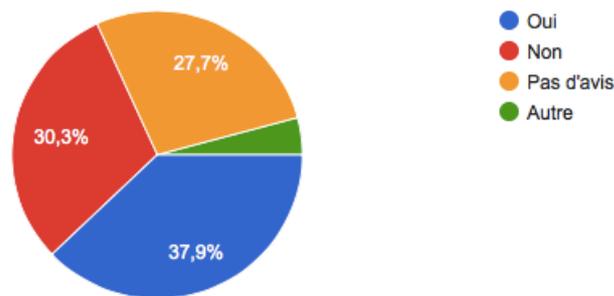


Figure 35 : Sondage sur l'identité visuelle du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif

Source : Données de l'auteur sur la base de Google Forms, 2016

Bien que ce point dépende des goûts et avis de chacun, des résultats si éparpillés amène à l'interrogation suivante : Qu'est-ce qui est compris par « identité visuelle » auprès des interrogés ?

Le design du site internet est de manière générale appréciée, 35,6% donnent une note de quatre sur cinq et 23,1 % de cinq sur cinq. Si une chose pouvait être changée sur ce site, après « Rien » de 36,7 % des répondants, ce sont les couleurs qui ont été choisies par 33.3 % des répondants.

Les répondants ont été amenés à sélectionner le ou les canaux par lesquels ils entendent parler du Conservatoire :

Par quel(s) canal /canaux de communication entendez-vous parler du Conservatoire?

(256 réponses)

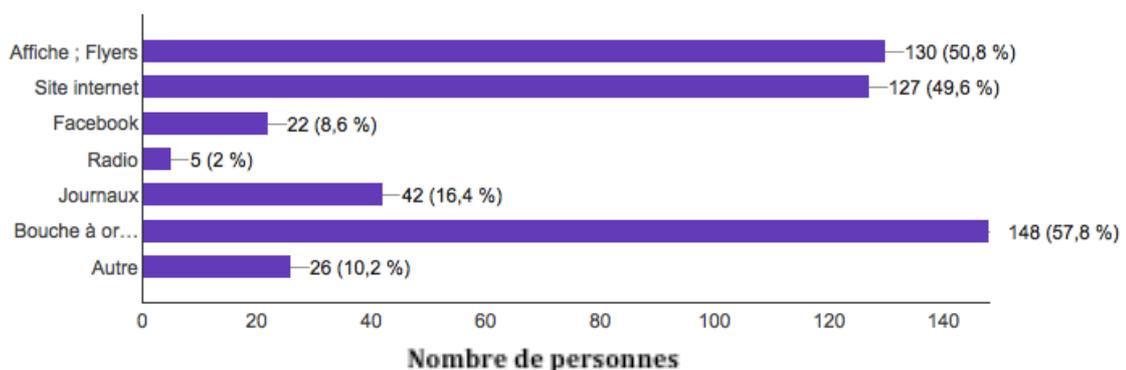


Figure 36 : Sondage sur les canaux de communication du Conservatoire cantonal du Valais des répondants du questionnaire quantitatif

Source : Données de l'auteur sur la base de Google Forms, 2016

Sur les 264 répondants, hormis les 38.6 % qui n'ont pas Facebook, 47.3 % ne sont pas connectés à la page Facebook du Conservatoire.

40.9 % n'ont pas d'avis sur l'amélioration de la communication du Conservatoire, 24.3 % disent non à une amélioration alors que 34.8 % pensent que c'est nécessaire.

La question ouverte « par quel moyen le Conservatoire pourrait améliorer sa communication » a obtenu 69 réponses. Parmi ces réponses les plus pertinentes sont ci-dessous :

« En rendant attractif les événements (auditions, concerts, etc.), mais cela ne sera possible que lorsqu'on aura des salles de concerts (et un bâtiment) convenables. L'attractivité / crédibilité d'un lieu dépend aussi de son « enveloppe » extérieure, tout en sachant que le contenu (qualité de l'enseignement) reste bien évidemment le plus important » Femme, 26 à 40 ans, ingénieur et élève au Conservatoire

« Faire comme un intranet sur le site pour les élèves avec les informations importantes. En tant que parent cela serait top. Cours ou pas cours. Audition à quelle date, à quelle heure. » Femme, 41 à 55 ans, travaille dans le marketing et parent d'élève

« La communication « interne ». Que les professeurs communiquent mieux entre eux pour collaborer ensemble à des projets. Les élèves sont parfois les « victimes » d'un manque de collaboration entre les professeurs d'instruments différents. Si ce n'était pas le cas on verrait peut-être plus de formation se faire, musique de chambre, mélange d'instruments... » Femme, 41 à 55 ans, juriste et parent d'élève

« En adaptant sa politique et ses règlements. Les attentes vis-à-vis de cette institution évoluent. Ils ne donnent pas l'impression de le saisir et demeurent très élitistes. » Femme, 41 à 55 ans, responsable RH et parent d'élève.

(Données récoltées par l'auteur - sondage du trois au 13 juin 2016)

Les autres points qui sont ressortis parlent d'une meilleure présence dans les médias, d'une ouverture par des événements extérieurs au Conservatoire (plein air, marché), d'une meilleure visibilité dans les écoles publiques et d'une présence accrue dans les communes valaisannes.

4.3. Résultats de l'étude qualitative

Les différents lieux et jours d'enquête ont permis d'obtenir 11 résultats. (Données récoltées par l'auteur - sondage du 17, 19 et 23 mai 2016).

- 3 personnes en ville de Sierre
- 3 personnes en ville de Sion
- 2 personnes en ville de Martigny
- 3 personnes en ville de Monthey

Six femmes et cinq hommes ont été interrogés et ont, d'après une estimation ou leur affirmation, entre 20 et 45 ans.

Notoriété du Conservatoire cantonal du Valais

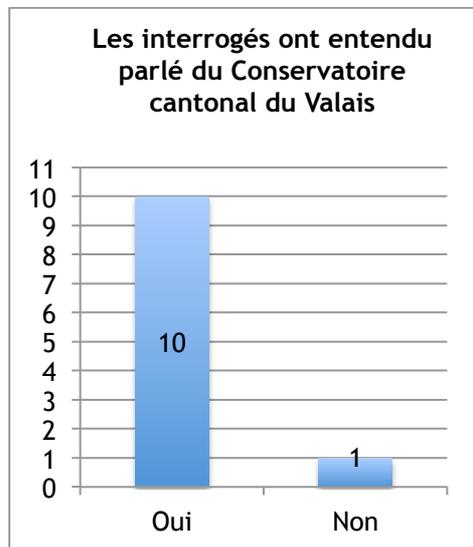


Figure 37 : Evaluation de la notoriété du Conservatoire cantonal du Valais
Source : Données de l'auteur

L'homme qui n'avait jamais entendu parlé du Conservatoire cantonal du Valais croit qu'il existe une seule institution en Suisse romande et qu'elle est réservée pour des personnes très douées qui vont devenir professionnelles. Pour lui, le Conservatoire représente l'élite et est très prestigieux.

Les autres interrogés ont déjà entendu parlé du Conservatoire cantonal du Valais et voici ce qu'ils en savent :

Quatre personnes font de la danse ou ont pratiqué de la danse :

- Une personne pense qu'il existe un conservatoire par discipline mais sans trop savoir ce qu'on y fait ni où ça se trouve
- Une autre imagine que le Conservatoire c'est la même chose que la Haute École de Musique (HEMU)
- Une croit que c'est que pour la musique et n'a jamais entendu parler du Conservatoire pour la danse
- La dernière a fréquenté le Conservatoire pour la danse classique et il en est de même pour sa fille

Un homme pratiquant de la musique dans la fanfare de son village sait que le Conservatoire offre une formation pour les jeunes musiciens et qu'il y a des examens pour l'obtention d'un certificat. Il n'est jamais allé au Conservatoire étant donné que sa fanfare dispense des cours directement dans son village mais deux de ses collègues y étudient. Il sait que c'est assez cher de prendre des cours là-bas et imagine que certaines fanfares participent à une partie des frais d'écolage.

Une des interrogée vient d'Espagne où elle a fait les beaux arts, elle ne connaît pas beaucoup la situation de la musique en Valais par contre elle sait qu'on étudie cette discipline au Conservatoire. Elle ne sait pas où ça se trouve et croit qu'il y a notamment l'étude des langues comme cours secondaires.

Une femme connaît le Conservatoire parce qu'elle passe parfois devant le bâtiment et a eu vu des événements de musique sur la place. Elle ne s'est jamais intéressée mais pense que c'est pour tout le monde.

Un homme connaît le Conservatoire comme lieu où on fait de la musique classique, réservé aux gens aisés et aux enfants de bonne famille. Un deuxième connaît le Conservatoire pour les personnes qui font de la musique mais sans savoir où le bâtiment se trouve.

Sur le panel des interrogés, seuls deux d'entre eux ont dans leur famille quelqu'un qui a pratiqué un instrument ou de la danse au Conservatoire.

La brochure du Conservatoire cantonal du Valais

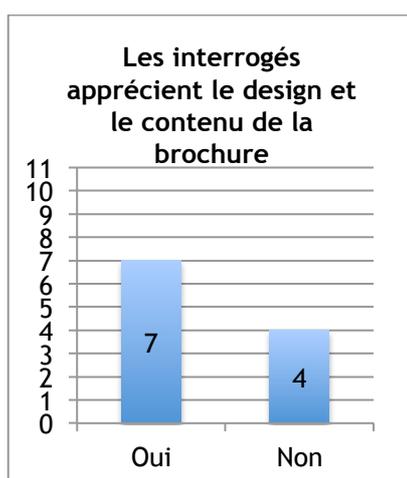


Figure 38 : Appréciation de la brochure du Conservatoire cantonal du Valais
Source : Données de l'auteur

Les éléments qui sont ressorti sur la brochure 2016-1017 sont les suivants : Pour certains, la brochure contient trop d'informations et donne envie de feuilleter plus que de la lire. D'autres apprécient son contenu le considérant d'intéressant, structuré et bien expliqué.

Un point qui fait l'unanimité auprès des quatre interrogés qui se sont intéressés aux tarifs est le manque d'explications pour ce point. Il serait judicieux de préciser combien de fois par semaine et combien de cours justifient ce prix.

Le logo du Conservatoire cantonal du Valais



Figure 39 : Logo du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Conservatoire cantonal du Valais, communication personnelle, 24 février 2016

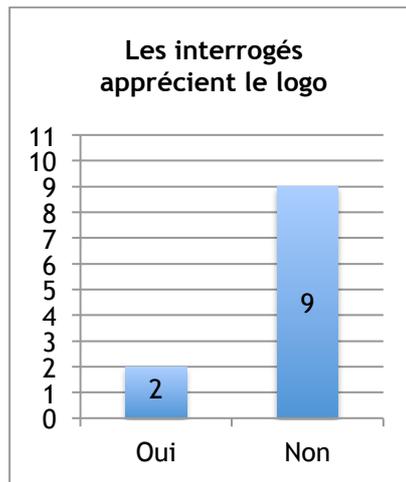


Figure 40 : Appréciation du logo du Conservatoire cantonal du Valais
Source : Données de l'auteur

Parmi les deux personnes appréciant le logo du Conservatoire, une le trouve bien puisqu'il « a un caractère austère qui colle bien au milieu ».

Pour la plupart des interrogés, le logo n'est pas considéré comme tel. Il n'est pas très voyant, simple et passe pour un titre plutôt que pour un logo. La création d'un logo plus jeune par le Conservatoire est une idée qui a été soumise tout en démontrant un lien avec les domaines de l'art.

Le nom « Conservatoire »

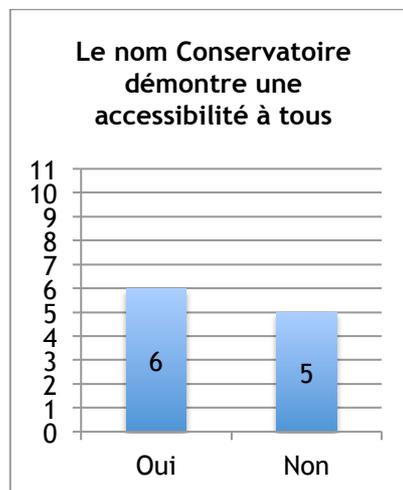


Figure 41 : Désignation d'un accessibilité à tous par le nom « Conservatoire »
Source : Données de l'auteur

Dans cette étude, cinq personnes expliquaient que le nom faisait sérieux, classe, inaccessible, imposant, prestigieux et évoque qu'il faut avoir une ligne de conduite pour fréquenter cette institution.

Pour les six autres, le nom « Conservatoire » n'évoque rien de très péjoratif si ce n'est qu'il faut « conserver » quelque chose et que ça ne parle pas de l'art si on ne connaît pas le Conservatoire.

Le coût du Conservatoire cantonal du Valais

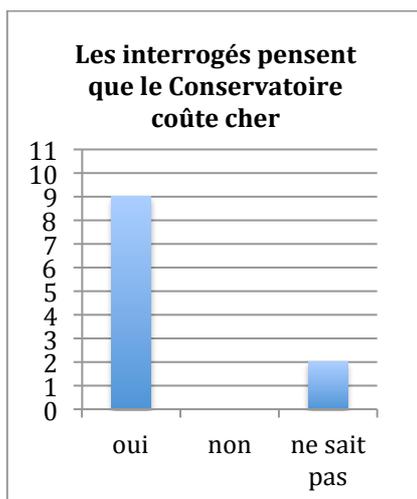


Figure 42 : Evaluation du coût du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Données de l'auteur

Pour la majorité, le Conservatoire nécessite un certain investissement financier tout en restant ouvert à tous. Les tarifs de la brochure amènent des réactions tel que « trop excessif ! Démesuré ! » sachant que les cours valent certainement la peine et sont dispensés par du personnel compétent. Pour ceux pratiquant un hobby à l'année dans une école privée ou un club sportif, la différence en terme de coût est conséquente.

Les examens du Conservatoire cantonal du Valais



Figure 43: Appréciation du système des examens du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Données de l'auteur

Les évaluations pour l'avancement d'un élève dans le cursus est considéré comme normal pour tous les interrogés. Certains considèrent que ça fait la renommée de l'école et démontre un gage de qualité et d'autres pensent que c'est nécessaire pour la progression et voir s'il y a des possibilités professionnelles.

4.4. Synthèse des résultats et vérification de l'hypothèse

Les enquêtes ont permis de ressortir des éléments tendance auprès des interrogés. Les deux enquêtes sont tout de même distinctes puisqu'une touche le public concerné par le Conservatoire et l'autre des gens pris au hasard qui n'ont pas forcément de lien avec l'entité.

L'enquête quantitative réalisée lors des portes ouvertes a majoritairement touché des personnes entre 26 et 44 ans. Ces personnes entendent parler du Conservatoire du Valais par le bouche à oreille et sont même attristées du manque de communication de l'institution en Valais. Le Conservatoire reste synonyme de formation classique mais offre une qualité et un sérieux très appréciable.

Le questionnaire envoyé par e-mail a reçu le plus de réponses par les 41 à 55 ans. Ces derniers fréquentent principalement le Conservatoire de Sion et estiment qu'après la qualité de l'enseignement, c'est la proximité qui est le critère « Très important » tout en ayant le prix qui est « Important ». Le bouche à oreille reste également pour cette tranche de la population le moyen dont ils entendent le plus parler de l'institution. Malgré les indécis qui priment, la seconde majorité pensent qu'il faut améliorer la communication par des moyens tant internes qu'externes. En effet, l'étude quantitative et l'entretien avec un enseignant a soulevé une tout autre problématique qui se déroule en interne et impactant certainement l'image externe. La communication avec les parents d'élèves, les élèves mais aussi entre enseignants doit être améliorée tout autant que la communication externe. L'enseignant stipule même qu'une image pas très solidaire entre enseignants est véhiculée et qu'il y a une nécessité de dynamiser l'interne et de montrer une réelle participation des enseignants. Ces éléments sont visiblement ressentis en externe puisqu'une répondante souligne le manque de communication entre professeurs qui, parfois rend les élèves « victimes » d'un manque de collaboration.

L'enquête qualitative effectuée sur 11 personnes prises au hasard a mené au constat que le Conservatoire est reconnu en Valais par son nom et sa longévité, cependant on ne sait pas trop ce qu'il s'y passe ni où ça se trouve. Les avis mènent à des aprioris sur le Conservatoire, décrit comme un lieu élitiste pour des gens doués et de bonne famille. Les examens sont bien perçus par la population, apparaissant même aux yeux de certains comme nécessaires à la bonne progression des élèves. La communication des prix n'est quant à elle pas efficace est soulève plusieurs interrogations auprès des interrogés ; combien de cours ; combien de fois par semaine.

Pour terminer avec l'identité visuelle, elle est pour certains très claire alors que pour d'autres pas du tout. Les avis sont très partagés mais soulignent que c'est la qualité de l'enseignement qui est réellement important. Malgré tout, l'enveloppe externe peut être améliorée et ce en commençant par le logo.

L'hypothèse de travail semble être confirmée suite à la synthèse des résultats :

« Le développement d'une communication innovante contribuera à moderniser l'image du Conservatoire cantonal du Valais. »

Ces résultats confirment qu'une modernisation est nécessaire pour ancrer le Conservatoire dans un contexte actuel et être reconnu par la population valaisanne.

4.5. Conclusion de l'enquête et pistes d'actions

Les résultats et la synthèse présentés ci-dessus reflètent de réelles opinions relevées à un moment donné. Toutefois, l'étude réalisée dans le cadre de ce travail a recueilli des avis d'une infime tranche de la population valaisanne et il aurait été intéressant d'interroger encore d'avantage de personnes afin d'affiner ces résultats. L'hypothèse mériterait d'être vérifiée par une étude supplémentaire sur plusieurs années afin de pouvoir être confirmée ou infirmée. Par exemple, il s'agirait d'étudier l'image de l'institution après une période déterminée pour constater ou non une modification de l'image suite à la mise en place d'une communication innovante.

L'enquête de caractère informatif mène à la conclusion que la population valaisanne perçoit le Conservatoire comme une pratique « bourgeoise » et inaccessible en comparaison à d'autres loisirs. A l'inverse, des fanfares villageoises, du théâtre amateur ou du chant choral ont participé à l'éclosion de pratiques culturelles populaires non élitaires par essence. (Bender & Moroni, 2011, p.180 - 183) « Le reproche d'élitisme s'associe d'abord à l'idée d'inaccessibilité : contrairement à l'art populaire, seul un public savant et averti peut comprendre les codes esthétiques proposés. » (Bender & Moroni, 2011, p.181). Produire une culture accessible au grand public et offrir aux artistes valaisans des ressources régionales est l'objectif de la modernisation du Conservatoire.

« Moderniser » dans le Larousse offre deux définitions : (Moderniser, s.d.)

- Rajeunir quelque chose, lui donner une tournure moderne
- Organiser quelque chose d'une manière conforme aux besoins d'aujourd'hui

Modernisation qui doit se faire par une communication innovante s'appuyant sur la valeur ajoutée du Conservatoire. Les principaux points qui ressortent en facteur clés de succès sont : la proximité, la qualité et le sérieux de l'enseignement. Concernant la proximité, le Conservatoire répond à une demande existante, surtout dans le domaine des « loisirs », en dispensant des cours sur 11 sites d'enseignement. Ce point est très positif pour le Conservatoire car il permet d'atteindre plus de potentiels élèves mais encore faut-il que ce soit communiqué. En effet, lors des questionnaires qualitatifs, personne n'a cité les lieux d'enseignement et la majorité pensait que tout était à un seul et même endroit. Pour ce qui concerne la qualité et le sérieux de l'enseignement, le Conservatoire a gagné en réputation mais c'est également une des raisons de son image élitiste et inaccessible. Le challenge réside dans une modernisation de l'image tout en gardant une réputation de qualité et de sérieux dans l'enseignement car bien que l'enveloppe extérieure soit importante, c'est le contenu qui doit être privilégié.

Chapitre 5 - Plan de communication

5.1. Méthodologie

Avant de proposer un scénario envisageable et adéquat pour moderniser l'image du Conservatoire, il faut dans un premier temps examiner le positionnement de cette institution qui a mandaté ce travail. Le Conservatoire a une certaine image et réputation qui a été étudiée auprès de la population valaisanne et le scénario retenu devra orienter ce positionnement au plus près des souhaits du directeur M. Thierry Debons.

5.2. Positionnement du Conservatoire cantonal du Valais

Toute démarche de communication vise à modifier l'image de l'entreprise. Pour ce faire le Conservatoire doit confronter trois images afin de se positionner et d'établir les actions qui doivent être entreprises :

- L'image réelle

Dans l'intention de décrire une image objective du Conservatoire, une partie de la description de leur site internet est repris ici : « Le Conservatoire se propose de donner à chacun les moyens artistiques et techniques de réaliser au mieux son projet personnel, qu'il s'agisse d'une pratique amateur de qualité ou de se préparer à une orientation professionnelle. Grâce à une politique de décentralisation et de proximité développée de longue date, il s'ouvre à un grand nombre d'enfants de toute la région francophone valaisanne. » (Conservatoire cantonal du Valais, 2016)

- L'image acquise

Suite aux études de terrain menées auprès de la population valaisanne, l'image de cette entité est perçue comme faisant partie du décor valaisan mais réservée à une certaine élite. Peu savent ce qu'il se passe derrière ces portes et imagine l'élève type comme introverti, enfant de bonne famille et avec une éducation irréprochable. Ceux fréquentant le Conservatoire savent qu'ils y viennent pour la qualité et le sérieux de l'enseignement indépendamment des coûts que cela implique.

- L'image désirée

L'actuel directeur M. Thierry Debons a l'intention d'ancrer les formations classiques dans la modernité. Le challenge consiste à intégrer les acquis dans un contexte attractif en utilisant les médias actuels et les nouvelles pédagogies. Un Conservatoire moderne est l'image souhaitée par l'entreprise.

Ces images sont éminemment temporelles et ont été définies par des opinions réelles à un moment donné. (Westphalen, 2004, p.9)

5.3. Synthèse des recommandations après le « benchmark »

Le « Benchmark » fonctionnel des différents Conservatoires romands a permis de ressortir les pistes d'amélioration de celui du Valais.

Dans l'intention d'améliorer l'ergonomie du site internet, une simplification des inscriptions en ligne et une adaptation du site sur téléphone mobile sont les deux recommandations présentées au point 3.1.7.

La page Facebook du Conservatoire peut être améliorée via une mise à jour des informations de la page ; email de contact et description de l'institution. Le deuxième point relevé est l'ajout de texte sur les partages dans l'intention de pousser le lecteur à l'action. Ces recommandations sont expliquées au point 3.2.5

Le Conservatoire doit définir son identité visuelle afin de permettre à ses clients de reconnaître l'entreprise. Développer une charte graphique est un moyen d'obtenir une identité claire sur quelconque outil de communication. Voir point 3.3.7 pour plus de détails.

La manière dont la relation presse est construite influence l'image de l'entreprise. Les médias font une bonne partie de l'opinion, il faut donc que le Conservatoire crée et entretienne des relations durables avec eux. Au point 3.4.7 quelques pistes de diversification pour que le Conservatoire apparaisse dans d'autres médias que le Nouvelliste.

5.4. Propositions de communication

Premièrement, le Conservatoire peut mettre en place des méthodes de communications dites classiques en suivant les recommandations ci-dessus. Construire une bonne relation presse en s'inscrivant dans une stratégie globale plutôt qu'un « coup par coup ». Cette politique est mieux reçue, mieux comprise et plus écoutée ce qui assure un gage de qualité qui est déjà une des forces du Conservatoire. La communication directe par des messages transmis grâce aux e-mails, au site internet et aux réseaux sociaux en suivant les recommandations des points 3.1.7 et 3.2.5. La publicité dans les bâtiments du Conservatoire par des présentoirs, affiches et autres supports fait tout autant partie de la communication et doit avoir une identité visuelle systématique. L'identité visuelle est une technique véhicule de communication qui se fait par le logo, les cartes de visites, les documentations, les affiches et autres supports visuels. Ces éléments doivent avoir une ligne directrice permettant au public de reconnaître le Conservatoire. Dans l'intention de créer son identité visuelle, le Conservatoire peut commencer par changer son logo qui est obsolète.

Le bouche à oreille fait également partie des techniques de communication et c'est la plus difficile à contrôler. Le Conservatoire a jusqu'à présent été « victime » de cette technique puisqu'elle appuie sur le caractère élitiste laissant de côté les personnes éloignées de ce milieu.

Il existe d'autres techniques de communication dites « innovantes » pour développer une entreprise. Le Conservatoire peut mettre en pratique le « Inbound Marketing » qui est une technique visant à faire venir le client sur son support de communication plutôt que d'aller le chercher. (Clément, 2014) Dans l'objectif d'attirer l'attention des prospects et de le pousser à la décision d'entrer en relation, le Conservatoire peut produire du contenu de qualité tel que des études, reportages, tutoriels. Prenons l'exemple de la création de tutoriels vidéos basiques qui donnera des indications sur ce qu'il est possible de faire au Conservatoire. Ces tutoriels peuvent être de type musical : apprendre à accorder une guitare; théâtral : incarner un animal ou apprendre à faire le maquillage d'une personne âgée ; de danse : apprendre à faire une pirouette ou à attacher ses cheveux en chignon moderne. Ces tutoriels postés sur Youtube ou Facebook peuvent dynamiser l'image du Conservatoire et créer un lien sympathique avec la communauté. Il est possible pour le Conservatoire d'aller plus loin que la création de tutoriels en créant une chaîne vidéo thématique sur Youtube. Cette technologie ne nécessite pas forcément d'avoir un matériel et un montage professionnel ni d'avoir un budget exorbitant. Il suffit d'avoir une bonne idée et la vidéo peut atteindre des millions de personnes. Tant que ce travail est fait régulièrement, il peut s'agir d'une mise en scène de collaborateurs, de vidéos d'un spectacle, ou tout autre type de contenu.



Figure 44 : Page Instagram du Conservatoire de Paris

Source : Donnée de l'auteur

Une autre technique consiste à mettre en scène les services de l'entreprise. Montrer ses services en situation dans un lieu et dans un contexte peut être un bon moyen de développer sa visibilité et également de pousser sa communauté à en faire de même. Cette mise en scène peut se faire sous forme de vidéo mais également en photo avec des supports comme Instagram ou Pinterest. Ci-contre, le Conservatoire de Paris qui utilise l'application Instagram pour publier des situations et inviter les abonnés à en faire de même avec un hashtag. (Clément, 2014)

Le « storytelling » désigne une méthode de communication qui raconte une histoire fictive ou réelle. Créer des émotions est le maître mot de cette technique pour véhiculer ses valeurs qui doivent être en accord avec celles des consommateurs (Storytelling, 2016). L'offre culturelle du Conservatoire doit être au centre de l'histoire mais c'est un « héros » qui doit la valoriser. Le transmédia storytelling consiste à utiliser le contenu narratif sur plusieurs médias de diffusion. (Transmédia, 2015) Pour cela, le Conservatoire doit utiliser les outils adaptés à chacun des médias par exemple faire des jeux ou quizz sur Facebook, des vidéos ou interviews sur Youtube, des photos sur Instagram.

La communication par l'évènement est très demandée par le public valaisan. Rendre les évènements du Conservatoire attractifs sera d'autant plus simple lorsque des salles de concert et un bâtiment convenable sera à disposition. A l'heure actuelle, le Conservatoire doit s'investir sur d'avantage de prestations extérieures et aller à la rencontre de son public dans les villages. Il ne faut pas se limiter à un concert dans une salle mais sortir dans la rue et prendre les gens sur le fait, attirer leur attention et les faire rester. Une parade avec les élèves de toutes les sections, un concert de rue par un groupe de musiciens, une mise en scène théâtral dans un bistrot, un petit spectacle de danse contemporaine dans un parc sont quelques exemples. Les possibilités sont vastes mais un certain nombre de risques existent pour ces évènements « surprise ». Le déroulement peut être fortement perturbé ou annulé, il est possible de manquer la présence du public ou d'avoir un impact contraire à celui souhaité. Des évènements plus standard peuvent avoir un impact tout autant important : collaborer avec des entreprises pour animer leur souper, avoir des chanteurs ou musiciens qui participent à l'apéritif d'un mariage sont des évènements avec une cible plus restreinte mais qui permettent de faire connaître le Conservatoire et de montrer une ouverture à l'extérieur.

Comme il a été soulevé par un parent d'élève, la mise en place d'un extranet peut faciliter et simplifier la communication avec les parents et enfants. Il permet d'éliminer les intermédiaires et d'avoir une réactivité en temps réel. L'extranet peut transmettre des informations de logistique tels que : les horaires des cours, les salles de classe, les dates d'auditions ainsi que les salles et les résultats. Il est également possible de mettre du contenu plus contemporain tels que : des partitions, des exercices, des récits, etc. Cette méthode permet d'unifier les informations diffusées et de s'assurer que tous les concernés les reçoivent.

La communication interne ne doit pas être négligée. L'externe est le reflet de l'interne et à l'heure actuelle, un manque de communication se fait ressentir. « Je n'ai pas de référence interne pour en parler mais dès qu'on est dans le professorat, avec des gens de très haut niveau et de grande qualité, qui sont de plus des artistes indépendants de caractère, je ne pense pas qu'il y ait une grande ambiance de travail. » (A.-M. Sauthier, Députée au Grand Conseil valaisan, communication personnelle, 28 juin 2016). Dans l'intention d'améliorer la création de projet intra-entreprise, la communication entre enseignants est primordiale. Une première option est le « team building » stratégique mis sur pied par des personnes formées pour une amélioration de la dynamique d'équipe. D'une fois que l'esprit de collaboration est présent, les supports permettant la communication sont essentiels, ils peuvent se décliner de divers moyens : tableau d'affichage, séances ou intranet. Sans oublier que le Conservatoire a la particularité d'avoir son personnel réparti sur plusieurs sites d'enseignement, l'intranet est la méthode la plus fédératrice.

5.5. Synthèse des scénari

Les propositions de communication détaillées ci-dessus peuvent être représentées sur une ligne temporelle et être utilisées en fonction des activités du Conservatoire. Le Tableau ci-dessous reprend les principales activités du Conservatoire pour l'année 2017 et les moyens de communication qui peuvent être utilisés pour les mettre en avant. Evidemment, l'extranet et la communication interne ne s'utilisent pas pour une action précise et n'ont pas d'impact directe sur l'image externe mais doivent être instaurés tout on long de l'année. Les moyens de communication déjà utilisés par le Conservatoire sont à maintenir et à améliorer avec les recommandations détaillées dans ce travail. Ce tableau représente des actions potentielles à un moment donné, mais il est important d'en effectuer tout au long de l'année pour créer un lien avec le public.

L'outil storytelling transmedia n'est pas repris dans ce tableau en tant que tel puisque cette méthode va s'appuyer sur les différents médias de communication présentés. La différence avec les actions proposées ci-dessous est qu'avec le storytelling transmédia, un histoire doit être racontée tout au long de la stratégie de communication.

Année 2017						
Mois	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Calendrier du Conservatoire	Fin des cours					
	Concerts didactiques scolaires			Portes ouvertes	Fin des délais d'inscription	Cérémonie des lauréats de l'année
Scénario de communication						
Inbound marketing				Tutoriel "apprendre à faire une pirouette" comme invitation aux portes ouvertes		Tutoriel humoristique "comment recevoir son certificat"
Réseau sociaux			Quizz de connaissance du langage musical sur facebook			Photos des lauréats à poster sur Instagram
Evènement					Evènements surprises simultanés à différents lieu avant la fin des inscriptions	

Figure 45 : Plan de communication de janvier à juin

Source : Données de l'auteur

Année 2017						
Mois	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Calendrier du Conservatoire		Début des cours				
		Sion festival				
Scénario de communication						
Inbound marketing						
Réseau sociaux		Concours sur facebook pour gagner l'entrée à un concert du Sion festival	Créer un hasatag pour le festival de Sion sur Insatgram			
Evènement						Petits extrait dans la rue des concerts didactiques pour inviter les gens au spectacle

Figure 46 : Plan de communication de juillet à décembre

Source : Données de l'auteur

Les outils sont repris et analysés en fonction de leur forces et faiblesses concernant une mise en application et pour en ressortir le meilleur scénario possible.

Technique de communication	Forces	Faiblesses
Inbound Marketing Les tutoriels	Coût faible Dynamise l'interne du Conservatoire Créer un lien émotionnel	Temps Investissement d'un « cobaye »
Mise en scène sur Instagram	Simplicité à mettre en place Coût et temps faible	Peu d'originalité
Storytelling Transmédia	Fort lien émotionnel Stratégie à long terme	Beaucoup de préparation et d'investissement Nécessite une réflexion importante pour trouver un fil conducteur et s'y tenir

Technique de communication	Forces	Faiblesses
Événementiel	Interaction avec la population Démontre une proximité	Grande organisation en amont Coût et temps
Extranet	Simplification pour la transmission d'information	Coût pour la mise en place Peu d'impact sur l'image externe
Communication interne	Rassemble les enseignants Débouche sur une meilleure collaboration	Nécessite la bonne volonté Coût et temps Impact sur l'image externe pas perceptible à court terme

Tableau 12 : Forces et faiblesses des scénarios de communication

Source : Données de l'auteur

5.6. Scénario retenu

Suite à la synthèse des scénarios, l'image du Conservatoire du Valais peut être modernisée par la création d'un Inbound Marketing. Cette stratégie réunit l'aspect innovant ainsi qu'une optimisation des ressources.

Pour la conception de tutoriels, le plan de communication doit répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi

La situation actuelle étudiée dans ce travail démontre que moderniser l'image du Conservatoire est l'objectif stratégique qui permettra de modifier la perception du public valaisan et de rendre l'offre culturelle attractive. La communication doit être améliorée tant à l'interne qu'à l'externe afin d'encren le Conservatoire dans un contexte actuel et de refléter une image réelle de l'institution. Les tutoriels peuvent permettre cette modernisation par l'utilisation d'outils innovants et en créant un lien émotionnel.

- Dire quoi

Dans le cadre de cette modernisation, l'objectif de la stratégie de communication est d'ordre affectif. Dans la volonté de faire aimer l'entreprise, le Conservatoire doit toucher le domaine de la sympathie et de l'adhésion par de la relation.

- A qui

Le Conservatoire doit avoir à son cœur de cible la population valaisanne de 18 à 45 ans qui est active sur les réseaux sociaux et est apte à consulter ses vidéos régulièrement.

Le personnel doit également être pris en compte par la communication, ces tutoriels peuvent les intéresser voir même les prendre comme acteur.

- Comment

La création de tutoriels vidéo va permettre cette modernisation en touchant l'aspect émotionnel et l'innovation. Ils peuvent se décliner sous divers types, que ce soit par la musique : apprendre à accorder une guitare; le théâtre: incarner un animal ou apprendre à faire le maquillage d'une personne âgée ; ou la danse : apprendre à faire une pirouette ou à attacher ses cheveux en chignon moderne.

- Quand

Des délais de préparation sont nécessaires pour chaque action de communication. Un calendrier permettant d'identifier les différentes tâches et actions de communication avec leur date butoir est un outil permettant le bon déroulement de la stratégie de communication. Pour la création de cet outil, il faut compter dans le temps de préparation : l'idée générale du tutoriel, la ou les personnes qui vont y participer, la ou les personnes qui vont collaborer pour la réalisation de la vidéo, le temps d'entraînement et d'ajustement, le tournage, le montage si nécessaire et la publication. A savoir qu'il est important de créer régulièrement ce type de contenu afin de fidéliser son client et de maintenir l'image désirée.

Dans l'intention de publier le tutoriel fin mars 2017 pour promouvoir les portes ouvertes de Sion, Sierre, Martigny et Monthey voici les étapes à suivre au courant du mois de mars :

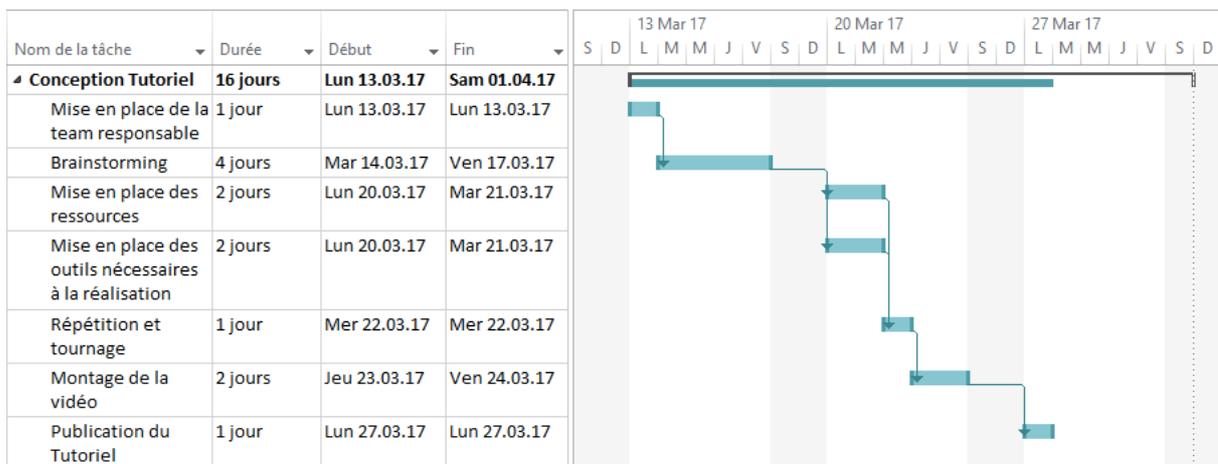


Tableau 13 : Planification d'une conception de tutoriel

Source : Données de l'auteur

- A quel coût

Pour le Conservatoire, la budgétisation calcule les moyens humains et budgétaires nécessaires à la réalisation de chaque action de communication. Il faut en amont définir le nombre de personnes nécessaires pour les différentes actions de la création du tutoriel ainsi qu'estimer le temps qui devra y être consacré. Il est possible de faire appel à des personnes extérieures, mais pour ce type de création, des amateurs peuvent réaliser un travail déjà appréciable. De plus, le Conservatoire bénéficie d'une employée en formation design graphique qui peut apporter les bases solides à l'identité visuelle et une ligne directrice graphique pour les tutoriels, avec l'avantage d'être en interne et de minimiser les coûts.

Une enveloppe globale accordée à la communication doit être définie par le Conservatoire afin d'allouer les ressources en fonction des différents objectifs et moyens. Evaluer le ratio coût/efficacité ainsi que faire un suivi de budget est nécessaire pour toute action de communication.

- Contrôle de l'efficacité

Fixer des indicateurs d'efficacité et de résultat dans l'intention d'évaluer et de mesurer la communication. Cela permet de s'assurer que les actions correspondent bien aux objectifs fixés, de tirer des enseignements pour les prochaines actions de communication et d'optimiser le coût/efficacité.

Analyser à partir d'indicateurs quantitatifs permet de mesurer les résultats obtenus par rapport aux objectifs définis. Des indicateurs peuvent être dégagés de la communication :

- Evolution des inscriptions aux différents cours.
- Nombre de consultations du tutoriel ou de la page internet et des réseaux sociaux après la publication de celui-ci.
- Nombre d'articles dans la presse et apparitions à la télévision.

On peut également mesurer la compréhension du message et sa crédibilité en plus de son attractivité. Ces tests permettent de s'assurer que la stratégie fonctionne comme souhaité et de mesurer sa pertinence.

Un sondage interne pour connaître l'opinion du personnel sur le tutoriel réalisé est utilisable pour mesurer la perception des salariés.

(Malaval & Décaudin, 2009, p.93-103)

5.7. Analyse de la faisabilité du scénario

La matrice SWOT permet d'analyser les forces et faiblesses du scénario ainsi que les risques et opportunités d'une telle action. Cette analyse permet au Conservatoire de détenir une quantité suffisante d'informations afin de décider s'il faut ou non mettre en œuvre cette action.

La stratégie de communication du Conservatoire nécessite l'acquisition de nouvelles compétences en communication et de transformer la perception établie sur le marché valaisan. Cette matrice permet de déterminer si le Conservatoire possède la capacité d'établir des tutoriels comme moyen de communication. (Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, & Regnér, 2014, p.110 - 114)

SWOT d'une conception de tutoriel :

<p>Forces</p> <p>Coût faible</p> <p>Dynamiser l'interne</p> <p>Créer un lien émotionnel</p>	<p>Faiblesses</p> <p>Temps nécessaire à la réalisation</p> <p>Participation de personnes (élèves / enseignants)</p>
<p>Risques</p> <p>Tutoriel amateuriste</p> <p>Manquer l'objectif de modernisation</p>	<p>Opportunité</p> <p>Tutoriels en vogue</p>

Tableau 14 : Analyse SWOT du scénario retenu

Source : Données personnelles

La technique du « Inbound marketing » par la création de tutoriels a comme principale risque d'être trop amateuriste et de manquer l'objectif qu'est la modernisation. En effet, une vidéo ringarde ou incomprise n'atteindra pas son objectif et va péjorer l'image du Conservatoire. Ces risques sont atténués par l'avantage d'un faible coût et de l'effet positif d'une collaboration à l'interne. En plus de créer un lien émotionnel avec son public, le Conservatoire utilise un moyen moderne qui est très apprécié et regardé sur la chaîne Youtube. Le coût que doit supporter le Conservatoire pour cette réalisation se définit principalement en terme de temps et de ressources humaines. Il faut, en effet trouver des personnes motivées et disponibles à travailler derrière la caméra mais aussi devant.

Ce scénario représente pour le Conservatoire une première approche innovante avec un potentiel élevé et peu de risques. La modernisation de l'image du Conservatoire doit être traitée en utilisant plusieurs approches et ce sont toutes les méthodes précédemment citées qui d'une fois combinées vont permettre d'atteindre l'objectif fixé.

Conclusion et recommandations

La modernisation de l'image du Conservatoire est une problématique qui entre dans un contexte ambigu. Alors que le projet de réunir l'Algemeine Musikschule (AMO), l'école de jazz et de musique actuelle (EJMA) et le Conservatoire cantonal (CC) est en discussion depuis 4 années sous la demande de l'Etat, le désengagement de l'Etat du Valais concernant le soutien aux écoles de musique survient le 23 mars 2016. Cette nouvelle coupe court aux espoirs d'obtenir reconnaissance de la qualité des enseignants en améliorant leur statut, à qui on exige une formation de niveau master et qui n'obtiennent pas un salaire en fonction. Et également à une révision des subventions des écoles concernées par élève et non plus forfaitairement. (Association des Ecoles de Musique du Valais AEM-VS, 2016)

Le Conservatoire devrait répartir les subventions forfaitaires si une augmentation d'élèves était à constater alors qu'il n'est actuellement pas en déficit. A long terme, cette situation impliquerait une augmentation des tarifs et impacterait l'image du Conservatoire d'autant plus si le Conseil d'Etat diminue les subventions allouées de 37% pour les trois écoles.

Un arbitrage doit donc être fait entre la modernisation du Conservatoire ou la situation actuelle. Situation actuelle qui a pu être démontrée grâce aux différentes enquêtes et au « benchmark » des Conservatoires romands. Ces éléments ont permis de confirmer l'hypothèse de recherche selon laquelle l'image du Conservatoire peut être modernisée par une communication innovante et qui a permis l'élaboration d'un plan de communication avec la description d'un scénario.

Situation actuelle qui est peu réjouissante pour le Conservatoire et qui annonce un travail conséquent en terme de communication. En effet, la majorité de la population valaisanne connaît le Conservatoire cantonal du Valais mais ne s'y intéresse pas, pensant que ce n'est pas pour eux. Le constat n'étonne gère Thierry Debons, qui se rend compte que l'institution véhicule une image austère et réservée à des membres de l'élite valaisanne. Ce qu'il faut soulever est la proximité, la qualité et le sérieux de l'enseignement très apprécié par la population et qui représentent la valeur ajoutée du Conservatoire devant se transformer en force de communication.

Les recommandations établies tout au long de ce travail permettent d'amener de petites modifications qui, une fois mises les unes à côté des autres, vont moderniser l'image du Conservatoire. En commençant par le site internet, il doit être adapté à tout type d'écran et offrir la possibilité d'une inscription directement en ligne. La page facebook qui est déjà bien manipulée doit uniquement être mise à jour pour les informations de contact et pousser les lecteurs à l'action également quand ce n'est pas une publication faite par le Conservatoire. La relation presse ne dépend pas uniquement du Conservatoire mais dans un premier temps, c'est à lui d'inciter les médias à parler de leurs actions et d'aller vers eux pour installer une relation presse. Pour finir, le Conservatoire doit faire un gros travail sur son identité visuelle et l'adapter à tout ses supports de communication. Une fois une ligne directrice choisie, le logo, le site internet, les affiches, les brochures et autres supports doivent être modifiés ou adaptés en fonction. Cette étape va sans

doutes nécessiter l'intervention d'un externe mais une employée à l'interne va pouvoir perdurer les actions dans le temps grâce à sa formation en design.

Au delà de ces recommandations faites sur l'existant, le Conservatoire doit innover et communiquer avec de nouvelles méthodes. Tout d'abord à l'interne qui, comme l'a démontré cette étude, nécessite une amélioration de la communication pour une meilleure collaboration entre enseignants. Ce changement doit dans un premier temps être traduit par du « team building » pour ensuite permettre la mise en place d'un système de communication utilisé et respecté. L'interne comprend également les clients du Conservatoire représentés par les élèves et parents d'élèves qui ont soulevé un manque de communication tant sur les événements que sur le déroulement du cursus. La mise en place d'un extranet, soit d'un réseau qui s'étend à un public restreint (parents d'élèves, élèves, enseignants, personnel administratif) permet la transmission d'informations uniformisées et centralisées.

La mise en place de tutoriel est le scénario retenu suite à l'analyse des forces et faiblesses des différentes méthodes de communication. En effet, ce moyen permet au Conservatoire de dynamiser l'interne grâce à une collaboration sur un même projet et de moderniser son image à l'externe grâce à un outil très en vogue et innovant. Il est important de faire des actions régulières pour créer une relation avec son public et de les faire au « bon-timing », par exemple pour promouvoir la cérémonie des lauréats. Bien que la mise en place de tutoriel à l'heure actuelle représente l'action avec la meilleure plus-value, les autres méthodes de communication telles que la mise en scène sur instagram, le storytelling transmédia et l'évènementiel ne doivent pas pour autant être mis de côté. C'est une combinaison de différents outils sur différents canaux qui vont permettre de moderniser l'image et de créer un lien émotionnel. Le Conservatoire doit mettre en place un plan de communication sur une année pour définir quelles actions doivent être menées, dans quels délais et dans quel but. Cette vision globale permet d'utiliser le storytelling en racontant une histoire au fil des actions de communication et de choisir le canal le plus adapté. Enfin, « La communication consiste à comprendre celui qui écoute. » (Jean, 2016), et c'est là que réside la réussite de la modernisation de l'image du Conservatoire par une communication innovante.

Ce travail connaît toutefois certaines limites, notamment en termes de statistiques. L'enquête qualitative reflète un avis à un moment donné et mériterait d'obtenir plus de résultats sur le territoire valaisan. L'environnement qui ne cesse d'évoluer et que le Conservatoire doit prendre en compte représente également une limite à ce travail. Les questions suivantes pourraient être abordées pour faire suite à ce qui a été suggéré : Le Conservatoire doit-il moderniser son image avec le contexte actuel qui est incertain ? Est-ce que la modernisation de l'image contribuera à modifier la perception de cette institution auprès du public valaisan ? Pour y répondre Thierry Debons devra faire le pas et tenter l'expérience en mesurant ses risques.

Références

24 Heures. (2016). « conservatoire » chercher. Récupéré sur <http://www.24heures.ch/services/recherche/?order=date&q=conservatoire&submitSearch=Chercher&date=alle>

Abraham, J. (n.d.). "La communication consiste à comprendre celui qui écoute" Récupéré sur <http://evene.lefigaro.fr/citation/communication-consiste-comprendre-ecoute-67852.php>

Anzévi, J. (2014, 21 juin). La musique, une nécessité vitale. Le directeur du Conservatoire cantonal François-Xavier Delactoste prend sa retraite fin 2014. Il transmet sa "baguette" au percussionniste contemporain Thierry Debons. *Le Nouvelliste*. [PDF]. Récupéré sur http://www.conservatoirevs.ch/multimedia/docs/2014/06/NF_Samedi_21_juin.pdf

ARCINFO.ch. (2016). Rechercher « conservatoire neuchâtel ». Récupéré sur le site Web Arcinfo.ch <http://www.arcinfo.ch/recherche?q=conservatoire+neuchâtel>

Association des Ecoles de Musique du Valais AEM-VS. (2016). Non au désengagement de l'Etat du Valais concernant le soutien aux écoles de musique. Récupéré sur https://www.change.org/p/aem-vs-pour-maintenir-une-formation-musicale-de-qualite-et-accessible-en-valais?recruiter=539551694&utm_source=share_petition&utm_medium=facebook&utm_campaign=share_page&utm_term=mob-xs-share_petition-custom_msg&fb_ref=Default

Bathelot, B. (2015, 17 septembre). Définition : Transmédia. Récupéré sur <http://www.definitions-marketing.com/definition/transmedia/>

Bathelot, B. (2016, 11 décembre). Définitions : Storytelling. Récupéré sur le site <http://www.definitions-marketing.com/definition/storytelling/>

Bathelot, B. (2016, 16 mai). Définitions: Tutoriel vidéo. Récupéré sur <http://www.definitions-marketing.com/definition/tutoriel-video/>

Bender, G., & Moroni, I. (2011). Politiques culturelles en Valais. (en collaboration avec Matos-Wasem, R., & Jurisch Praz, S.) Lausanne: [réalités sociales]

Besençon, J.-B. (2016, 24 février). Jocelyne Rudasigwa: "Qu'importe le style, j'aime les musiques avec du groove..." *L'illustré*. Récupéré sur <http://devillustre.iomedia.ch/people/National/la-semaine-de/jocelyne-rudasigwa-quimporte-le-style-jaime-les-musiques-avec-du>

Breset, J. (2016, 25 janvier). Clément Wieilly: Le Fribourgeois veut faire bouger les choses en faveur de "l'enfance volée". *Cath.ch* Portail catholique suisse. Récupéré sur <https://www.cath.ch/newsf/clement-wieilly-fribourgeois-veut-faire-bouger-choses-faveur-de-lenfance-volee/>

Canal9. (2016). Search Results for « conservatoire ». Récupéré sur <http://canal9.ch/?s=conservatoire>

Chih, M. & Harzalaoui, S. (2009) [PDF]. L'apport du benchmarking dans l'élaboration d'une stratégie de communication commerciale (Licence en Sciences Commerciales et Financières, Ecole supérieure nationale de sciences commerciales et financières d'Alger.). Récupéré sur <http://www.etudier.com/dissertations/Benchmarking-Strategie-Communication/79817179.html>

Clément. (2014, 16 octobre). 8 idées de marketing innovantes pour développer votre entreprise en ligne. [Billet de blogue]. Récupéré sur <https://e-strategie.com/8-idees-marketing-innovantes-developper-entreprise-en-ligne/>

Conseil de Fondation du Conservatoire cantonal du Valais. (2014). [PDF]. Nomination d'un nouveau directeur. Communiqué à la presse. Récupéré sur http://www.conservatoirevs.ch/multimedia/docs/2014/06/comm_presse.pdf

Conservatoire cantonal du Valais (2015). [PDF]. Liste et prix des cours de musique. Récupéré sur http://www.conservatoirevs.ch/multimedia/docs/2015/02/Musique_Liste_et_prix_des_cours__01.15.pdf

Conservatoire cantonal du Valais (2016). Concours musique contemporaine. Récupéré sur <https://www.facebook.com/Conservatoire-VS-794179874061512/?fref=ts>

Conservatoire cantonal du Valais. (2016). Espace presse. Récupéré sur <http://www.conservatoirevs.ch/fr/espace-presse/>

Conservatoire cantonal du Valais (2016). Invocation. Récupéré sur Facebook <https://www.facebook.com/Conservatoire-VS-794179874061512/?fref=ts>

Conservatoire cantonal du Valais. (2016). Le P.O.C fait son cinéma. Récupéré sur <http://www.conservatoirevs.ch/fr/a-l-affiche/archives/detail/concert-du-poc-sion-0-2462>

Conservatoire cantonal du Valais. (2016). Portes ouvertes. Récupéré sur <http://www.conservatoirevs.ch/fr/a-l-affiche/archives/detail/portes-ouvertes-sion-0-1232>

Conservatoire cantonal du Valais. (2016). Présentation. Récupéré sur <http://www.conservatoirevs.ch/fr/le-conservatoire/presentation-0-86>

Conservatoire cantonal du Valais. (2016). Spectacle de danse. Récupéré sur <http://www.conservatoirevs.ch/fr/a-l-affiche/archives/detail/spectacle-de-danse-sierre-0-2493>

Conservatoire de Lausanne (2016). Concert de la maîtrise musique-école. Récupéré sur Facebook <https://www.facebook.com/conservatoire.lausanne/?fref=ts>

Conservatoire de Lausanne. (2016). Espace presse. Récupéré sur <http://www.conservatoire-lausanne.ch/services/presse/>

Conservatoire de Lausanne (2016). Une soirée chez Beethoven. Récupéré sur Facebook <https://www.facebook.com/conservatoire.lausanne/?fref=ts>

Conservatoire de Lausanne. (s.d.) In Facebook [Page]. Récupéré sur https://www.facebook.com/conservatoire.lausanne/?fref=ts&locale=fr_FR

Conservatoire de musique de Genève (2016). MUSIMAX VIII. Récupéré sur Facebook <https://www.facebook.com/conservatoiremusiquegeneve/?fref=ts>

Conservatoire de musique de Genève (2016). Théâtre. Récupéré sur Facebook <https://www.facebook.com/conservatoiremusiquegeneve/?fref=ts>

Conservatoire de musique de Genève. (s.d.) In Facebook [Page]. Récupéré sur https://www.facebook.com/conservatoiremusiquegeneve/?fref=ts&locale=fr_FR

Conservatoire de musique neuchâtelois (2016). Portes ouvertes au Conservatoire. Récupéré sur le site Web du Conservatoire de musique neuchâtelois <http://www.cmne.ch/a-laffiche/lagenda/>

Conservatoire de musique neuchâtelois (2016). Spectacle de clôture. Récupéré sur le site Web du Conservatoire de musique neuchâtelois http://www.cmne.ch/fileadmin/documents/Agenda/PDF/CMNE_cloture_2016_flyer_E.pdf

Conservatoire VS. (2015) In Twittter [Page]. Récupéré sur <https://twitter.com/ConservatoireVS>

Conservatoire VS. (s.d.) In Facebook [Page]. Récupéré sur https://www.facebook.com/Conservatoire-VS-794179874061512/?fref=ts&locale=fr_FR

Facebook business. (2016) Notions de base : Facebook peut vous aider à atteindre toutes les personnes qui comptent le plus pour votre entreprise. Récupéré sur <https://www.facebook.com/business/overview>

Gilles, A. (2013, 15 novembre). Quels sont les critères pour réussir une affiche événementielle? [Billet de blogue]. Récupéré sur <http://www.gilles-aubin.net/quels-sont-les-criteres-pour-reussir-une-affiche-evenementielle/>

Harmonie Municipale de Sion. (s.d.). Cours de solfège et d'instrument de musique à Sion. Récupéré sur <http://www.harmoniedesion.ch/ecole-de-musique/cours-musique/>

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regné, P. (2014). Stratégique. (10e éd., traduction adaptée de EXPLORING STRATEGY Text and Cases 10e Edition). Montreuil: Pearson France

Lacote.ch. (2016). Rechercher « conservatoire lausanne ». Récupéré sur <http://www.lacote.ch/recherche?q=conservatoire+lausanne>

Le Nouvelliste. (2016). Rechercher « conservatoire valais ». Récupéré sur <http://www.lenouvelliste.ch/recherche?q=conservatoire+valais>

Léman Bleu. (2016). Rechercher « conservatoire ». Récupéré sur <http://www.lemanbleu.ch/replay/video.html?EmissionID=1&EmissionDate=&EmissionKeyword=conservatoire>

Malaval, P., & Décaudin, J.-M. (2009). Pentacom (2 éd., avec la collaboration de Bénaroya, C.). Paris: Pearson Education.

Mathyer, M. (2016, 11 mai). Patrick Rouiller: "Je me suis acharné". L'illustré . Repéré à: Mathyer. M. (2016, 11 mai). Patrick Rouille : « Je me suis acharné ». L'illustré. Récupéré sur <http://www.illustre.ch/magazine/patrick-rouiller-je-me-suis-acharne>

Moderniser. (s.d). In Larousse. Récupéré sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/moderniser/51950?q=moderniser#51826>

Patel, N. (2015, 2 janvier). What are the best times to post on social media. Récupéré sur <https://www.quickprout.com/2015/01/02/what-are-the-best-times-to-post-on-social-media/>

Poget, J. (2016, 29 février). Sylviane Tille, jamais sans sa famille. Femina. Récupéré sur <http://www.femina.ch/people/news-people/sylviane-tille-jamais-sans-famille-comedienne>

Positionnement. (s.d). In Larousse. Récupéré sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/positionnement/62846/locution?q=positionnement#331147>

Professeure diplômée de piano. (2016, 16 mars). Récupéré sur http://www.trouver-un-cours.ch/cours-de-musique/instruments-a-clavier/cours-de-piano/professeure-diplomee-piano_AUCSib6w/

Robert, A. (2016, 07 avril). Le pianiste fribourgeois Florian Favre au Cully Jazz Festival. Le Temps . Récupéré sur <https://www.letemps.ch/culture/2016/04/07/pianiste-fribourgeois-florian-favre-cully-jazz-festival>

RTN.ch. (2016). Résultat de la recherche « conservatoire neuchâtel ». Récupéré sur <http://www.rtn.ch/Scripts/Modules/Search/List.aspx?idn=9606&z=33&if=0&dts=20160101&dte=&as=1&s=conservatoire+neuchâtel&op=1&so=Date>

RTS.ch. (2016). Rechercher sur RTS.ch "conservatoire de Genève". Récupéré sur <http://www.rts.ch/services/recherche/?q=conservatoire%20de%20Genève>

RTS.ch. (2016). Rechercher sur RTS.ch « conservatoire de lausanne». Récupéré sur <http://www.rts.ch/services/recherche/?q=conservatoire+de+Lausanne&sort=created>

RTS.ch. (2016). Rechercher sur RTS.ch « conservatoire». Récupéré sur <http://www.rts.ch/services/recherche/?q=conservatoire&sort=created>

Terretaz, L.-M. (2016, 01 février). Collombey-Muraz: un Vaudois champion 2016 du Junior Slow Melody Contest. *Le Nouvelliste*. Récupéré sur <http://www.lenouvelliste.ch/articles/valais/chablais/collombey-muraz-un-vaudois-champion-2016-du-junior-slow-melody-contest-496957>

Thibault. (2008, 20 février). 50 questions pour évaluer la qualité de votre site. [Billet de blogue]. Récupéré sur <http://blog-web-marketing.fr/2008/02/20/evaluation-qualite-site/>

Tribune de Genève. (2016). « Conservatoire » chercher. Récupéré sur <http://www.tdg.ch/services/recherche/?order=date&q=conservatoire&submitSearch=Chercher&date=alle>

Westphalen, M.-H. (2004). *Communicator* (4 ed.). Paris: Dunod.

Zbinden. R. (2016, 5 avril). Fribourg : Un nouveau maître de chapelle pour la cathédrale. Récupéré sur <https://www.cath.ch/newsf/fribourg-nouveau-maitre-de-chapelle-cathedrale/>

Annexes

Annexe I : Liste et prix des cours du Conservatoire cantonal

Source : Conservatoire cantonal du Valais (2015). [PDF]. Liste et prix des cours de musique.
Repéré sur http://www.conservatoirevs.ch/multimedia/docs/2015/02/Musique_Liste_et_prix_des_cours__01.15.pdf

conservatoire cantonal

 — musique —
 — danse —
 — théâtre —

 Place du Socx 13, Case postale
 1950 Sion 2 Nord
 Tel 027 322 25 82, Fax 027 322 20 70
 secretariat@conservatoirevs.ch
 www.conservatoirevs.ch

Liste et prix des cours

 Musique instrument / chant - Direction instrumentale et chorale

Immatriculation Fr. 50.-

Taxe unique perçue lors de la 1^{ère} inscription au Conservatoire cantonal
Frais administratifs pour annulation Fr. 50.-

Selon règlement
Réduction des écolages

à partir de	3 enfants*	- 10 %
	4 enfants*	- 20 %

** Rabais accordé sur l'ensemble de la facture*
Bourse d'études
A certaines conditions une bourse d'études peut être accordée, veuillez télécharger le document spécifique
Orchestres et autres ensembles
Afin de favoriser la pratique instrumentale collective (chœur, orchestres, autres ensembles), ces cours ne sont pas facturés
Section non professionnelle

Discipline	Degré	Leçon hebdomadaire	Tarif annuel
Instrument/chant	Préparatoire	30 minutes	Fr. 1'080.-
	Élémentaire	30 minutes	Fr. 1'080.-
	Moyen	40 minutes	Fr. 1'470.-
	Secondaire	50 minutes	Fr. 1'840.-
	Certificat	50 minutes	Fr. 1'840.-

Pour tous les degrés, l'inscription au cours d'instrument ou de chant entraîne obligatoirement l'inscription au cours de langage musical

Initiation musicale	Tous degrés	50 minutes	Fr. 420.-
Langage musical	Tous degrés	50 minutes	Fr. 420.-

Tarif pour les cours de langage musical et d'initiation musicale suivis sans instrument

Initiation musicale	Tous degrés	50 minutes	Fr. 480.-
Langage musical	Tous degrés	50 minutes	Fr. 480.-

Formation spécifique de direction chorale (cursus de 3 ans)

Par année	100 minutes	Fr. 1'480.-
-----------	-------------	-------------

Les examens sont facturés lors de l'obtention du certificat de fin d'études Fr. 320.-

Formation spécifique de direction instrumentale (cursus de 3 ans)

Par année	200 minutes	Fr. 2'210.-
<i>Avec subvention de l'ACMV</i>		Fr. 2'010.-

Les examens sont facturés lors de l'obtention du certificat de fin d'études Fr. 320.-

→ (suite)

Formation spécifique, enseignement de l'orgue, filière liturgique

	Par année	50 minutes	Fr. 1'840.-
--	-----------	------------	-------------

Section post certificat

Instrument/chant	Post certificat	50 minutes	Fr. 1'840.-
	Étudiant	50 minutes	Fr. 1'840.-

Section pré professionnelle

Instrument/chant	Pré professionnel	60 minutes	Fr. 1'990.-
	Solfège	Pré professionnel	50 minutes

Tarif pour les cours de solfège suivis sans instrument

Solfège	Pré professionnel	50 minutes	Fr. 480.-
----------------	-------------------	------------	-----------

Section libre

Instrument/chant	Section libre	30 minutes	Fr. 1'930.-
		45 minutes	Fr. 2'840.-

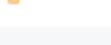
Tarif des examens

Les examens sont facturés à la fin du degré moyen et en fin d'études des sections non professionnelle et pré professionnelle lors de l'obtention de l'attestation de fin d'études

Langage musical / solfège	(2 x Fr. 90.-)	Fr. 180.-
Instrument/chant	(2 x Fr. 160.-)	Fr. 320.-

Annexe II : Statistiques facebook du Conservatoire cantonal du Valais

Source : Conservatoire cantonal du Valais, communication personnelle, 10 mai 2016

Toutes les publications						
■ Portée : Organique/Payée ▾ ■ Clics sur la publication ■ Réactions, commentaires et partages ▾						
Publié	Publier	Genre	Ciblage	Portée	Interactions	Promouvoir
2016-04-16 18:02	 Demain à 17h00 au Crochetan à Mo			77 	8 1	Mettre la publication en avant
2016-04-16 10:05	 Conservatoire VS a partagé la public			0 	0 0	Mettre la publication en avant
2016-04-15 10:14	 Conservatoire VS a partagé la photo			136 	8 0	Mettre la publication en avant
2016-04-15 08:56	 Photo de couverture de Conservatoire			0 	19 12	Mettre la publication en avant
2016-04-14 13:01	 Conservatoire VS a partagé la photo			156 	7 3	Mettre la publication en avant
2016-04-08 11:24	 Rien de prévu de main matin ?? Le			1,9K 	69 35	Mettre la publication en avant
2016-04-05 22:04	 Conservatoire VS a partagé la photo			110 	13 2	Mettre la publication en avant
2016-03-23 13:40	 Conservatoire VS a partagé la public			87 	3 2	Mettre la publication en avant
2016-03-21 12:25	 Conservatoire VS a partagé la photo			206 	32 4	Mettre la publication en avant
2016-03-20 21:10	 Conservatoire VS a partagé la public			208 	17 9	Mettre la publication en avant
2016-03-19 18:52	 Conservatoire VS a partagé la photo			148 	5 3	Mettre la publication en avant
2016-03-18 17:42	 Conservatoire VS a partagé la photo			113 	10 0	Mettre la publication en avant
2016-03-15 15:55	 Conservatoire VS a partagé la public			112 	16 1	Mettre la publication en avant
2016-03-07 14:44	 Conservatoire VS a partagé la photo			205 	26 3	Mettre la publication en avant
2016-03-04 11:31	 A ne pas rater! Partagez!			185 	17 3	Mettre la publication en avant
2016-02-28 15:15	 Succès et explorations musicales lors			1,6K 	112 10	Mettre la publication en avant
2016-02-27 21:06	 Un grand Bravo à tous les participant			1K 	107 39	Mettre la publication en avant
2016-02-27 12:38	 Tout est prêt! Début du concours à 1			459 	17 13	Mettre la publication en avant

Tatiana Lathion

2016-02-26 09:08	 Le Nouvelliste du Jour...			385 	50 8 	Mettre la publication en avant
2016-02-26 08:37	 Rien de prévu ce soir ?? Venez assis			1.3K 	79 23 	Mettre la publication en avant
2016-02-15 14:37	 Tous à vos agendas et réservez votr			721 	41 11 	Mettre la publication en avant
2016-01-29 14:20	 Conservatoire VS a partagé la public			174 	31 2 	Mettre la publication en avant
2016-01-27 17:03	 Conservatoire VS a partagé la public			183 	66 2 	Mettre la publication en avant
2016-01-04 17:06	 Le Conservatoire cantonal vous adr			743 	17 26 	Mettre la publication en avant

Annexe III : Statistiques facebook du Conservatoire de musique de Genève

Source : Conservatoire de musique de Genève, communication personnelle, 28 avril 2016

		Portée : Organique/Payée	Clés sur la publication	Réactions, commentaires et partages		
Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Portée	Engagement	
21/04/2016 12:23	 Invitée de l'émission La puce à l'oreille, Eva Aroutunian a répondu aux questions de la journaliste Iris Jimenez. htt			151		15 1
21/04/2016 11:57	 Notre directrice Eva Aroutunian était présente sur le plateau de l'émission Genève à Chaud du 7 Avril pour parler			961		103 15
14/04/2016 13:50	 180e anniversaire du Conservatoire - Vendredi 15 avril, dès 19h15, au Victoria Hall			947		73 36
14/04/2016 13:48	 PORTES OUVERTES ET ANNIVERSAIRE AU CONSERVATOIRE DE MUSIQUE DE GENEVE Le CMG souffle			473		30 14
24/03/2016 13:26	 Photo de couverture de Conservatoire de Musique de Genève			0		11 9
17/03/2016 09:09	 Vendredi 18 Mars, nous vous donnons rendez-vous à 19h à la Place Neuve, pour le concert du projet MusicEnse			511		50 17
15/03/2016 09:08	 Ce dimanche 20 mars à 11h à la Place Neuve, ne manquez pas le dernier concert de notre série Profs en scène			313		18 10
10/03/2016 10:06	 Nous vous attendons ce dimanche 13 mars, pour le concert de notre série Profs en scène "Bien cuivré s'il vous pl			1,4K		79 49
03/03/2016 12:09	 Ne manquez pas ce dimanche 6 mars, le concert de notre série Profs en scène "Les tempêtes de la vie" (Mozart,			391		17 17
26/01/2016 08:23	 Ne manquez pas, ce soir mardi 26 janvier, le concert Centrechamps et Orchestre CMGo, à 20h, au Studio Ernest			217		20 1
12/01/2016 12:14	 Vernissage du Concours d'architecture, mardi 12 janvier, 18h - Entrée libre			301		32 17
10/12/2015 10:39	 CHANTS DE NOËL			140		10 0

Annexe IV : Statistiques facebook du Conservatoire de Lausanne

Source : Conservatoire cantonal de Lausanne, communication personnelle, 20 avril 2016

All Posts Published						
■ Reach: Organic / Paid ▼ ■ Post Clicks ■ Reactions, Comments & Shares ▼						
Published ▼	Post	Type	Targeting	Reach	Engagement	Promote
04/19/2016 12:40 pm	 Conservatoire de Lausanne shared EJMA - Ecole de Jazz et d	🔗	🌐	213 	7 1	Boost Post
03/11/2016 12:44 pm	 Demain c'est le grand jour ! [Portes ouvertes de 10h à 17h] So	📺	🌐	2.4K ■	193 55	Boost Post
03/10/2016 8:19 am	 Depuis hier, la terrasse de la Pierre Besson est définitivement or	🔗	🌐	1.1K ■	118 14	Boost Post
03/09/2016 1:41 pm	 Conservatoire de Lausanne shared HEMU - Musique entre les	📺	🌐	352 	51 2	Boost Post
03/09/2016 1:38 pm	 [Preuves d'amour] Œuvres de Mozart et Whitacre avec le chœ	📺	🌐	963 ■	42 11	Boost Post
03/07/2016 2:22 pm	 [Nous sommes repus mais pas repentis (Déjeuner chez Wittge	🔗	🌐	484 ■	19 1	Boost Post
02/24/2016 5:43 pm	 Chaque semaine, L'illustré rencontre une personnalité au cœur	🔗	🌐	1.4K ■	100 16	Boost Post
02/23/2016 3:38 pm	 Preuves d'amour	💬	🌐	281 	14 7	Boost Post
02/22/2016 9:39 am	 Une soirée chez Beethoven	💬	🌐	480 ■	23 10	Boost Post
02/16/2016 3:20 pm	 Soyez les bienvenus lors de nos portes ouvertes le samedi 12	📺	🌐	1.4K ■	35 21	Boost Post
02/15/2016 11:12 am	 Découvrez en vidéo le travail avec Mila Gafer et Diago Blanco	🔗	🌐	772 ■	26 7	Boost Post
02/10/2016 9:53 am	 :D	🔗	🌐	1.1K ■	64 8	Boost Post
02/09/2016 12:14 pm	 > LE ROI ARTHUR Avec les Vocalistes du Conservatoire de La	📺	🌐	440 ■	45 5	Boost Post
02/08/2016 11:50 am	 LE PETIT TAILLEUR - MUSIQUE ENTRE LES LIGNES	🔗	🌐	281 	9 4	Boost Post
02/03/2016 11:38 am	 Portes ouvertes !	💬	🌐	293 	22 8	View Results
02/03/2016 4:18 am	 Pierre Wavre, ancien directeur du Conservatoire de Lausanne,	🔗	🌐	1.5K ■	72 17	Boost Post
02/02/2016 9:34 am	 Graine de batteuse ! ;)	📺	🌐	876 ■	120 7	Boost Post
02/02/2016 9:04 am	 Pour la première fois en treize éditions, un jeune musicien vaud	🔗	🌐	6.3K ■	627 124	Boost Post
01/27/2016 5:40 pm	 Conservatoire de Lausanne's cover photo	📺	🌐	3 	12 14	Boost Post
01/27/2016 11:57 am	 [LE PETIT TAILLEUR] MUSIQUE, THÉÂTRE & DESSIN LIVE	🔗	🌐	460 ■	17 8	Boost Post

Tatiana Lathion

01/25/2016 8:21 pm	 Découvrez la page Facebook d édiée au nouveau cursus de l'	 	704 	104 7 	Boost Post
01/25/2016 9:47 am	 Non mais j'hallucine	 	169 	11 8 	Boost Post
01/22/2016 7:00 pm	 Conservatoire de Lausanne	 	747 	45 5 	Chat (Off)  
01/20/2016 10:52 am	 Conservatoire de Lausanne sh ared EJMA - Ecole de Jazz et d	 	244 	7 2 	Boost Post
01/15/2016 10:15 am	 [LE ROI ARTHUR] Henry Purc ell - Semi-opéra Espace Culture	 	1.4K 	92 17 	Boost Post
01/14/2016 8:35 pm	 Conservatoire de Lausanne sh ared HEMU - Haute Ecole de M	 	490 	9 0 	Boost Post
01/12/2016 8:43 am	Pour commencer votre semaine en douceur... :)	 	832 	53 12 	Boost Post
01/07/2016 11:10 am	 La Fanfare de Nyon jouera en d irect la musique du film Le Très	 	550 	12 3 	Boost Post
01/01/2016 4:15 pm	 Bonne année 2016 ! :D	 	707 	21 15 	Boost Post

Annexe V : Affiches du Conservatoire cantonal du Valais

Conservatoire cantonal du Valais (2016). Concours musique contemporaine. Récupéré sur <https://www.facebook.com/Conservatoire-VS-794179874061512/?fref=ts>



conservatoire cantonal

musique
chambre
théâtre

SION
Samedi 27 février 2016

- 1^{re} ÉDITION -

CONCOURS MUSIQUE CONTEMPORAINE

PROGRAMME

Dès 13h00 | Auditions des candidats
Dès 17h00 | Proclamation des résultats
Dès 18h30 | Grande finale, toutes catégories confondues

Toutes les épreuves sont publiques

LOTERIE ROMANDE

Le Canton du Valais
Département de la Culture
et du Patrimoine

VILLE DE SION

Place du Scex 13, Case postale
1950 Sion 2 Nord
☎ 027 322 25 82
secretariat@conservatoirevs.ch
www.conservatoirevs.ch



SAISON 15/16

AMIS DES ORCHESTRÉS DU CONSERVATOIRE

INVOCACIÓN

YILIAN CAÑIZARES ET L'ORCHESTRE DU CONSERVATOIRE

17 avril 2016
17h00 - Le Crochetan, Monthey

Elie Fumeaux : Direction musicale
Yilian Cañizares : Composition, violon et chant
André Mehmar : Arrangements
Daniel Stawinski : Piano
David Brito : Contrebasse
Cyril Regamey : Batterie
Inor Sotolongo : Percussions

Adulte : fr. 20.-
Etudiants, apprentis : fr. 10.-
Enfant (-12 ans) : gratuit
Réservation au 027 322 25 82 ou
www.amidesorchestres.ch

LOTÉRIE ROMANDE

Monthey

FIDESPERT VALAIS

HugMusique

RAIFFEISEN

Annexe VI : Affiches du Conservatoire de musique de Genève

Conservatoire de musique de Genève (2016). Théâtre. Récupéré sur <https://www.facebook.com/conservatoiremusiquegeneve/?fref=ts>

CONSERVATOIRE DE MUSIQUE DE GENÈVE
DIORAMA 4
SAMEDI 7 MAI - 19 H 30
DIMANCHE 8 MAI 2016 - 15 H
SAMEDI 4 JUIN 2016 - 20 H
DIMANCHE 5 JUIN 2016 - 15 H

**ENTRÉES
ET SORTIES**
JACQUES PRÉVERT

THÉÂTRE
PAR LES ÉLÈVES D'ISABELLE PFEIFFER

ENTRÉE LIBRE

CONSERVATOIRE
DE MUSIQUE DE GENÈVE
MUSIQUE • THÉÂTRE

LE CONSERVATOIRE DE MUSIQUE DE GENÈVE EST SUBVENTIONNÉ
PAR LA RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE

CONSERVATOIRE DE MUSIQUE DE GENÈVE
PLACE NEUVE

MUSIMAX VIII®

ENTRÉE LIBRE

CONCERT DE GALA

VENDREDI 27 MAI 2016 - 19H

 **CONSERVATOIRE
DE MUSIQUE DE GENÈVE**
MUSIQUE • THÉÂTRE

CLASSIQUE AVEC AUDACE

LE CONSERVATOIRE DE MUSIQUE DE GENÈVE EST SUBVENTIONNÉ
PAR LA RÉPUBLIQUE ET CANTON DE GENÈVE

Annexe VII : Affiches du Conservatoire de Lausanne

Conservatoire de Lausanne (2016). Concert de la maîtrise musique-école. Récupéré sur <https://www.facebook.com/conservatoire.lausanne/?fref=ts>

conservatoire
de lausanne

**concert
de la maîtrise
musique-école**

Mardi 31 mai 2016
19h00
Église du Sacré-Cœur
Lausanne

Direction artistique
Stéphanie Burkhard
Pierre-Louis Nanchen
Christophe Balissat

Entrée libre
www.conservatoire-lausanne.ch

conservatoire
de lausanne

Une soirée chez Beethoven

Orchestre
des jeunes du
Conservatoire de Lausanne

Lundi 23 mai 2016
19h30
Casino de Montbenon
Salle Paderewski, Lausanne

Direction musicale
Maxime Pitois

Ludwig van Beethoven
Ouverture Coriolan, op 62

Symphonie n°1, op 21

Représentation
supplémentaire lors
de la Fête de la musique
le 21 juin 2016

Entrée libre
www.conservatoire-lausanne.ch

lausanne

Annexe VIII : Affiches du Conservatoire de musique neuchâtelois

Conservatoire de musique neuchâtelois (2016). Spectacle de clôture. Récupéré sur http://www.cmne.ch/fileadmin/documents/Agenda/PDF/CMNE_cloture_2016_flyer_E.pdf



Entrée libre

Spectacle de clôture du CMNE

Orchestres, chœurs, élèves et fanfare mobile du Conservatoire de musique neuchâtelois Conception et direction, François Cattin

Scène noire – Pascal Auberson
C'est n'importe où – François Cattin
Concerto pour trombone, 2^e et 3^e mouvements – Lars Erik Larsen
Robin Fragnière, trombone, classe de Martial Rosselet
Concerto pour violon et orchestre en mi mineur, op.64, 1^{er} mouvement – Felix Mendelssohn
Fanny Pointet, violon, classe de Carole Haering
Sandpaper ballet – Leroy Andersen
Groupe de rythmique senior
Hallelujah – Leonard Cohen
Quintette avec clarinette, 3^e mouvement – Wolfgang A. Mozart
Julie Cottier, clarinette, classe de Jean-François Lehmann
Concerto pour piccolo et orchestre en do majeur, 2^e et 3^e mouvement – Antonio Vivaldi
Florence Flammer, piccolo, classe de Francine Golay
Love is all – Roger Glover

haute école **arc** gestion

Conservatoire de musique neuchâtelois (2016). Portes ouvertes au Conservatoire. Récupéré sur <http://www.cmne.ch/a-laffiche/lagenda/>



PORTES OUVERTES

Toute l'équipe du CMNE vous accueille et vous renseigne.

LA CHAUX-DE-FONDS SAMEDI 23 AVRIL 10h-16h
Avenue Léopold-Robert 34

NEUCHÂTEL SAMEDI 30 AVRIL 10h-16h
Campus Arc 1 - Espace de l'Europe 21

FLEURIER SAMEDI 21 MAI 10h-13h
Av. Daniel-Jeanrichard 2b

LE LOCLE SAMEDI 4 JUIN 14h-17h
Ancienne Poste

Les portes ouvertes du CMNE font la place belle à la Musique !
Des prestations publiques de nos étudiants, petits et grands, et de nos différents ensembles vous accompagnent durant votre visite. Venez découvrir les instruments et les disciplines enseignées, et chercher un bon pour une leçon d'essai gratuite.

Annexe IX : Affiches du Conservatoire de Fribourg

Conservatoire de Fribourg (2016). In 80 Tagen um die Welt. Photographie prise sur place par l'auteur.



Conservatoire de Fribourg (2016). Nuithonie. Photographie prise sur place par l'auteur.



NUITHONIE salle Mummenschanz

Samedi 25 juin 2016 à 20h00
Dimanche 26 juin 2016 à 17h00

ENTREE LIBRE - RESERVATION OBLIGATOIRE auprès de Fribourg Tourisme 026 / 350 11 00 - COLLECTE

Logo of the Conservatoire de Fribourg: 

Spectacle des classes
de danse du
Conservatoire de Fribourg

« Casse-Noisette » et
autres interprétations
chorégraphiques

Filières amateur et
professionnelle

Chorégraphies :
Hans Meister, Jovita Weibel, Jenni Arne,
Emilie Juppin, Nadejda Loujine,
Marion Francey, Nicole Morel

Annexe X : Questionnaire quantitatif

Source : Données de l'auteur

Enquête de terrain

Ce questionnaire est réalisé dans le cadre de mon travail de bachelor portant sur l'image du Conservatoire. Je vous remercie d'avance pour votre collaboration.

Tatiana Lathion – Etudiante économie d'entreprise

Travail de Bachelor 2015-2016

Données personnelles

Lieu de domicile:

Age:

Profession:

Quelle discipline pratiquez-vous?

- Musique
- Danse
- Théâtre
- Aucune

Si vous pratiquez une discipline, l'avez-vous faite au Conservatoire ?

- Oui
- Non

conservatoire cantonal

musique
scène
moderne

23 avril 2016

PORTES
OUVERTES

14h00 à 16h30 | Maison de Courten

SIERRE



Place du Socx 13, Case postale
1900 Sion 2 Nord
☎ 027 322 25 82
secretariat@conservatoire.ch
www.conservatoire.ch

Données sur le Conservatoire

Entendez-vous souvent parler du Conservatoire ?

- Oui
- Non

Si oui, par quel(s) moyen(s) de communication ?

- Newsletter
- Affiches
- Flyers
- Facebook
- Bouche à oreilles
- Autre:

A votre avis, quel courant artistique est enseigné au Conservatoire?

- Classique
- Contemporain
- Moderne
- Jazz
- Autre:

Les étudiants du Conservatoire passent des évaluations pour progresser dans leur cursus. Est-ce que cette méthode vous encourage ou vous freine à inscrire votre enfant ?

- Encourage
- Freine

Suite au verso

Données sur les portes ouvertes

Pensez-vous que le Conservatoire est "réservé" à une certaine tranche de population ?

- Oui
- Non
- Pas d'avis

Si oui, comment qualifieriez-vous cette tranche de population ?

- Aisée
- De la classe moyenne

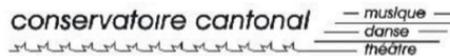
Pensez-vous que le Conservatoire est destiné aux personnes souhaitant être dans un cursus professionnel ou est ouvert à tous ?

- Cursus professionnel
- Tous
- Pas d'avis

Trouvez-vous que le Conservatoire du Valais a une identité visuelle lisible ?

- Oui
- Non
- Pas d'avis

Trouvez-vous celle-ci actuelle ?



Pensez-vous que le Conservatoire est sous le pouvoir de l'Etat?

- Oui
- Non
- Pas d'avis

Pourquoi inscrire votre enfant au Conservatoire ?

.....

.....

.....

Données sur les portes ouvertes

Comment avez-vous entendu parler des portes ouvertes ?

- Affiche
- Site internet
- Facebook
- Radio
- Bouche à oreilles
- Journaux
- Autre:

Pensez-vous qu'il y a eu suffisamment de publicité pour cet évènement ?

- Oui
- Non
- Pas d'avis

Si vous avez des remarques ou suggestions c'est avec plaisir que j'en prends note.

.....

.....

.....

.....

Que recherchez vous en venant à cet évènement ?

- Un premier contact
- Des informations
 - Sur les cours
 - Sur les disciplines
 - Sur les enseignants
 - Sur les inscriptions
- Autre:

Annexe XI : Guide d'entretien qualitatif pour la prise de note

Source : Données de l'auteur

Questionnaire qualitatif

Prise de note

Tatiana Lathion

Date de l'entretien :

Heure :

Lieu :

Enquêteur/s :

Âge :

si communiqué : __ans

si non communiqué : estimation: __ans

Sexe :

Féminin

Masculin

L'interrogé pratique :

Danse

Musique

Théâtre

Ou :

Au Conservatoire

Lieu de domicile : _____

L'interrogé à :

Déjà entendu parlé du Conservatoire

Jamais entendu parlé du Conservatoire

Il pense/sait :

Que le Conservatoire a son siège a Sion

A plusieurs sites en Valais

Enseigne la musique, le chant, la danse et le théâtre

Que c'est une fondation

Que le conservatoire appartient à l'état

Il trouve :

Que le Conservatoire est ouvert à tous

Que le Conservatoire est réservé à une certaine élite

Que le bâtiment ne fait pas sérieux



Commentaires sur la brochure 16-17:

Logo :

Une fondation

Sous le pouvoir de l'Etat

Examen

Nom « Conservatoire »

Crédibilise

Péjore

Budget

Aisé

Classe moyenne

Tous

Annexe XII : Mandat

Source : Données de l'auteur

HES-SO Valais

Sujet et Mandat du travail de bachelor

FO.2.2.02.27.EF
mob/11/08/2014

EE	IG	TO
X		

Filière: Economie d'entreprise, plein temps**Année** 2014/2015**Confidentiel** **Non confidentiel**

La directive sur les travaux de bachelor DI2.2.02.01 décrit précisément l'engagement de la HES-SO Valais et celle du mandant selon que le sujet est confidentiel ou non

Etudiant-e NOM Prénom LATHION Tatiana Tél. 079 398 18 49	Professeur NOM Prénom SALAMIN Anne-Dominique
Mandant-e NOM (raison sociale) Conservatoire Cantonal Adresse complète Place du Scex 13 Case postale 2109 - 1959 Sion 2 Nord Tél. 027 322 25 82	Personne de contact : NOM Prénom DEBONS Thierry Fonction Directeur Tél. 079 337 68 01
Titre du travail de bachelor Moderniser l'image du Conservatoire par une communication innovante	
Echéancier des travaux de bachelor	
<ul style="list-style-type: none"> > Formation à plein temps <input checked="" type="checkbox"/> Variante 1 février – juillet <li style="padding-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Variante 2 septembre – novembre > Formation en emploi <input type="checkbox"/> Variante 1 février – août <li style="padding-left: 100px;"><input type="checkbox"/> Variante 2 septembre – janvier 	

D'autre part le-la mandant-e confirme avoir pris bonne note :

- de la directive du système qualité relatives au travail de bachelor
- que le travail sera réalisé selon la variante choisie ci-dessus
- que la recherche d'un sujet de travail de bachelor incombe à l'étudiant-e; ses contacts avec les entreprises susceptibles de fournir un mandat n'engagent pas la responsabilité de l'école.
- que le travail reste propriété de la HES-SO Valais et que l'exemplaire qui est remis à l'entreprise par l'étudiant-e est destiné exclusivement à ses propres besoins
- que la HES-SO Valais se réserve le droit de publier sur le site Internet de l'école, le nom de l'entreprise, de l'étudiant-e, le titre du travail de bachelor ainsi qu'un résumé (sauf travaux confidentiels)
- que les travaux confidentiels ne sont pas publiés. Le nom de l'étudiant, accompagné de l'information "Confidentiel" est publié avec un résumé du travail de bachelor, ne contenant ni les chiffres, ni les données sensibles. Le nom de l'entreprise n'est pas publié.
- que la défense orale n'est pas publique (assistent à la défense, le professeur, l'expert et un représentant de la filière)
- que l'étudiant et le professeur planifient avec le représentant du mandant / de la mandante, une présentation du travail de bachelor à l'entreprise

EE	IG	TO
X		

Attestation d'originalité (à l'attention de l'entreprise mandante)

- Le/la mandant-e atteste qu'aucune étude similaire n'a déjà été effectuée.
- Lorsque des éléments relatifs au travail préexistent, ils doivent être mentionnés d'une manière explicite ci-après.

A la suite de ce formulaire, chaque étudiant-e doit fournir un rapport de 3 pages, comprenant les éléments suivants :

1. Titre du travail	Indiquez - un titre pertinent qui fait référence au contexte, à l'objectif principal et éventuellement au nom de l'organisation / du projet.
2. Domaine	Indiquez le lien entre votre travail et les cours que : - d'une part vous avez suivi dans votre bachelor jusqu'ici (par exp. ressources humaines, comptabilité/finances, communication, marketing, ...) - d'autre part l'option principale et les options secondaires que vous allez suivre.
3. Le contexte (max. 10 lignes)	Indiquez : 3.1. Votre problématique, en indiquant au moins trois mots-clés / tags associées à votre thématique 3.2. La question de recherche associée à votre problématique (point Erreur ! Source du renvoi introuvable.), à laquelle vous allez répondre à la fin de votre travail 3.3. La délimitation de votre travail c.à.d. ce que vous n'allez pas faire après discussion avec votre mandant.
4. Les objectifs du travail (max. 3 - 5 objectifs)	Indiquez sous la forme d'objectifs spécifiques, mesurables et réalistes : 4.1. Les objectifs principaux du travail ainsi que les résultats/délivrables que vous allez présenter à votre mandant à la fin de votre travail ? 4.2. Quel sera la plus-value et l'impact de votre travail sur l'évolution et /ou la performance de l'organisation pour laquelle vous réalisez le travail ?
5. L'état de l'art (15 - 20 lignes)	Indiquez 5.1. Les travaux scientifiques existants sur cette thématique et comment chaque article/livre va vous aider dans votre travail. 5.2. Si le travail est une suite d'un autre effectué pendant les études, un autre travail de bachelor ou un travail déjà effectué dans une entreprise / organisation
6. La structure du travail	Indiquez quels sont les principaux chapitres que vous envisagez dans votre rapport final.
7. La méthodologie (max. 10 lignes)	Indiquez 7.1. Quelle méthode de recherche va être appliquée (quantitative, qualitative) ? 7.2. Comment vous allez collecter les données nécessaires à votre travail et comment vous aller les analyser ? 7.3. Comment vous allez développer votre solution à la problématique indiquée au point 3.2 ? 7.4. Comment vous allez valider les résultats de votre travail ?
8. La planification	Indiquez : 8.1. Comment vous allez répartir les 360 heures de votre travail en tenant compte de l'effort nécessaire pour implémenter la méthodologie (7.) et atteindre les objectifs (4.) ? 8.2. Quelles sont les principales dates / milestones dans le déroulement de votre travail ?
9. La bibliographie	La référence complète des sources que seront en priorité utilisés dans votre travail.

ATTENTION

**avant restitution, le descriptif du mandat doit être daté et signé,
par: l'entreprise mandante, le professeur et l'étudiant-e**

EE	IG	TO
X		

1. Titre :

Moderniser l'image du Conservatoire par une communication innovante

2. Domaine:

Ce travail de Bachelor concerne l'image du Conservatoire du Valais qui œuvre dans le domaine artistique.

Plusieurs cours suivis dans le cadre de la HES-SO Valais contribueront à l'élaboration de ce travail de Bachelor :

1. Des cours de communication au 3^e et 4^e semestre qui lors de la création d'une agence de communication ont permis de définir la communication d'une entreprise à travers la réalisation d'un mandat fictif.
2. Des cours d'étude de marché au 4^e semestre qui apportent les outils pour la réalisation de questionnaire et d'échantillonnage d'une population.
3. Des cours de statistique d'enquête au 4^e semestre qui permet d'analyser des données récoltées lors d'un questionnaire quantitatif.

3. Contexte:

Problématique : Avec une diversité de l'offre, 1'600 élèves profitent aujourd'hui de l'enseignement vocal, instrumental, chorégraphique et théâtral du Conservatoire sur 11 sites valaisans. L'actuel directeur Thierry Debons a pris ses fonctions en janvier 2015 et a soulevé une problématique d'image auprès du public valaisan qui doit également être traité durant son mandat avec le bureau du Conseil de Fondation. Depuis la création du Conservatoire Cantonal en 1949, son image a peu évoluée. Selon son directeur, le système très scolaire à travers des auditions et son nom relativement peu attractif pour notre époque ont figé l'institution comme un lieu conservateur réservé à une certaine élite. Dans une intention de démocratiser la musique classique, le Conservatoire souhaite se moderniser et démontrer une accessibilité à tous.

Ce travail est une première étape dans ce sens. Il vise à évaluer l'image du Conservatoire et à proposer des solutions de communications pour entamer la modernisation souhaitée.

Mots-clés : Communication ; Image; Conservatoire ; Etudes artistiques ; Art

- 3.1 **Question de recherche :** Développer une communication innovante et attractive contribue à moderniser l'image du Conservatoire Cantonal.
- 3.2 **Hypothèse :** Le développement d'une communication innovante contribuera à moderniser l'image du Conservatoire du Valais.
- 3.3 **Délimitation :** En accord avec le mandant, ce travail vise à réaliser des enquêtes de terrain afin de confirmer ou d'infirmer la problématique soulevée par le directeur du Conservatoire puis d'établir une comparaison des moyens de communication utilisés par les autres Conservatoires suisse romands. Enfin, nous proposerons un scénario de communication intégrant une approche innovante afin de contribuer à moderniser l'image du Conservatoire.

4. Objectifs:

4.1 Objectifs principaux :

Les éléments suivants seront réalisés au terme de ce travail :

- Etablir un diagnostic de l'image actuelle du Conservatoire via des enquêtes qualitatives et quantitatives auprès du public valaisan.

EE	IG	TO
X		

- Relever les stratégies de communication les plus efficaces via un benchmark des outils utilisés par les Conservatoires suisse romands.
- Concevoir un scénario de communication innovant contribuant à moderniser l'image du Conservatoire.

4.2 Impact/plus-value du travail pour l'organisation : En atteignant ces objectifs, le Conservatoire du Valais disposera de données fiables pour estimer si leur image est bien telle qu'ils l'imaginent. Ils pourront ensuite démarrer une nouvelle politique de communication et améliorer leur visibilité sur le marché valaisan.

5. L'état de l'art

Aucune autre étude concernant l'image du Conservatoire du Valais n'a encore été réalisée. Ce travail de Bachelor est le premier de ce type accordé par le mandant.

5.1 Travaux scientifique : Afin de disposer d'une revue de la littérature relativement complète, les recherches en lien avec la thématique ont été réalisées dans Google Scholar : «communication culturelle», « innovation », « Conservatoire cantonal ».

Résultats

- ✓ « Le Plan d'études cadre harmonisé des écoles de musique reconnues par l'Etat du Valais » est le fruit de travaux conduits de 2009 à 2011 sous l'égide du Service de la Culture du Canton du Valais. Le PECH sert de cadre de référence pour l'élaboration par chaque école de son propre plan d'étude cadre. Cette étude permet d'apprendre le contexte actuel du Conservatoire cantonal.
- ✓ Le Bulletin Officiel du canton du Valais a publié : Le lancement du projet « Un violon dans mon école » en 2015. Développé en partenariat avec le Conservatoire, ce projet novateur sert d'évaluation sociologique et scolaire mais également d'ouverture pour les jeunes à la culture musicale et chorale. Suivre l'évolution de ce projet peut servir d'approche concernant la perception du Conservatoire auprès de jeunes étudiants.
- ✓ « Le temps de la médiation » qui a fait l'objet d'un accompagnement scientifique par l'Institute for Art Education est une source riche d'information pour comprendre la communication culturelle. C'est du programme « Médiation culturelle » conduit par Pro Helvetia que cette publication est née et visait à renforcer la médiation culturelle en Suisse. Médiation culturelle est une association qui met en réseau et soutient tout organisme actif dans la médiation culturelle en et hors milieu scolaire. Le service de la culture du Canton du Valais en fait partie.
- ✓ Différents ouvrages traitent de la convergence entre communication et culture, tel que « Culture et communication », de Jean Caune et « L'art comme communication : Pour une re-définition de l'art », de Jean-Paul Doguet ou encore sur la communication au sens plus générale comme « Pentacom » édité par la maison Pearson Education.
- ✓ Différentes recherches sur la communication culturelle seront également prises en compte.

6. Structure/Chapitre du travail

6.1 Principaux chapitres du rapport final

- Introduction/Contexte
- Problématique

Les moyens mis en oeuvre pour la communication du Conservatoire ne sont pas moderne ce qui porte préjudice à l'image de l'institution en plus de son nom difficile à porter.

- Question de recherche

Des recherches sur le Conservatoire et des méthodes de communication innovantes pourront résoudre la problématique de l'image du Conservatoire du Valais.

- Hypothèse

EE	IG	TO
X		

Le développement d'une communication innovante contribuera à moderniser l'image du Conservatoire du Valais.

o **Méthodologie**

o **Benchmarking**

Comparaison au niveau communication médiatique des différents Conservatoire suisse romands.

- ✓ Analyse des médias utilisés
- ✓ Critères de mesure à définir
- ✓ Tableau comparatif
- ✓ Conclusion et améliorations/différenciations retenues

o **Enquête quantitative**

Cette étude permettra de recueillir les avis des membres du Conservatoire tout en faisant une distinction entre les membres actifs et ceux inactifs qui n'ont pas la même relation avec le Conservatoire et ainsi une perception de l'image probablement différente. La base de donnée d'environ 3'000 adresses sera transmise par le Conservatoire.

- ✓ Avis sur l'image du Conservatoire
- ✓ Avis sur la communication
- ✓ Améliorations souhaitées et propositions

o **Enquête qualitative**

Cette étude permettra de recueillir les avis de la population valaisanne prise au hasard dans la rue via un entretien semi-directif.

- ✓ Avis sur la communication
- ✓ Améliorations souhaitées et propositions

o **Collecte, traitement, analyse et synthèse des données récoltées**

o **Elaboration du scénario avec une communication innovante**

- ✓ Plan de communication (mise en œuvre)

o **Analyse SWOT**

Matrice permettant de récapituler les forces, faiblesses, menaces et opportunités du scénario.

o **Conclusions diverses et recommandations**

7. La méthodologie

L'hypothèse, posée dans le but de résoudre la problématique de départ, sera développée et vérifiée à l'aide de la décomposition des différents outils d'analyse.

Le Benchmarking, qui est une méthode de comparaison entre institutions dans un but d'en ressortir les meilleures méthodes, analysera la communication médiatique des différents Conservatoires suisse romands. La perception du Conservatoire auprès du public valaisan sera clairement défini à travers une étude quantitative et qualitative. L'outil quantitatif sera réalisé à partir de la base de donnée du Conservatoire et la recherche qualitative sera effectuée auprès de personnes prises random dans la rue afin d'obtenir des avis plus ouverts et détaillés. L'hypothèse de départ sera confirmée ou infirmée en fonction des résultats des données collectées.

La collecte de données des 3 méthodes considérées également comme sous-objectif se déroulera comme suit :

- o La collecte des résultats du Benchmarking se fera sous forme de tableau comparatif en fonction des critères d'analyse à définir.
- o Le questionnaire quantitatif sera envoyé par e-mail aux personnes se trouvant dans la base de donnée du Conservatoire. Le questionnaire qualitatif sera employé par le biais d'interview semi-directif auprès de personnes choisies au hasard dans la rue.

La solution sera développée d'une fois que l'image actuelle du Conservatoire sera définie et que les options stratégiques de communication seront établies. Il s'agira ensuite de mettre en place une communication innovante qui modifiera l'image du Conservatoire selon ses besoins et moyens.

EE	IG	TO
X		

8. Planning

8.1 Répartition des 360 heures de travail selon les points méthodologiques:

Phase 1 : Février à Mars (60h)

- Lecture des livres sélectionnés : 25h
- Réalisation du questionnaire adressé aux membres du Conservatoire: 15h
- Contact et interview de la population valaisanne : 20h

Phase 2 : Mars (30h)

- Etablissement d'un benchmarking : 20h
- Collecte des données du questionnaire quantitatif : délai d'un 1 ½ mois
- Début d'écriture du travail de Bachelor (de l'introduction aux hypothèses) : 10h

Phase 3 : Avril – Mai (120h)

- Analyse des données récoltées des études qualitative et quantitative : 40h
- Ecriture du travail de Bachelor (Solutions d'hypothèse et traitement des données analysées) : 80h

Phase 4 : Juin – Juillet – Août (150h)

- Conception de la stratégie de communication : 50h
- Réalisation de la matrice SWOT : 30h
- Etablissement d'un plan de communication : 50h
- Finalisation du travail de Bachelor : 20h

8.2 Principales dates du déroulement du travail:

Les rendez-vous avec l'enseignante qui collabore lors de ce travail de Bachelor est une étape planifiée comme suit :

Rendez-vous avec Anne-Dominique Salamin professeur de communication

Mi-février: valider la marche à suivre après les recherches documentaires et la lecture

Début juin: obtenir un feedback sur le plan de communication réalisé

Début juillet : finaliser le rapport TB

9. Bibliographie

Bourgeon-Renault, D., Debenedetti, S., Gombault, A., Petr, C. (2014). Marketing de l'art et de la culture. Marketing sectoriel, Dunod.

Caune, J. (2006). Culture et communication. Presses Universitaires de Grenoble (PUG).

Doguet, J.P.. (2007) L'art comme communication : Pour une re-définition de l'art. Armand Colin.

Ehrensperger, M., Lingenberg, J., Reichler, P. (2014) Plan d'études cadre harmonisé des écoles de musique reconnues par l'Etat du Valais. Amo, CC, EJMA-Valais, Valais.

Gautron, J. (2003). Le guide du benchmarking. Editions d'Organisation.

Institute for Art Education de la Haute école des arts de Zurich. (2009-2012). Le temps de la médiation. Repéré à <http://www.kultur-vermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/>

Johnsion, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., Regnér, P., Fréry, F. (2014). Stratégique, dixième édition. Montreuil : Edition Pearson France.

EE	IG	TO
X		

Leruste. S. (2008-2009) Publicité, Marketing et Communication : et la culture d'aujourd'hui ? (Mémoire spécialité du Master Lettres et Art) Université Stendhal. Repéré à : <http://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00450289/document>

Malaval, P. , Décaudin, J.M.. (2012), Pentacom. Pearson.

Médiation culturelle Suisse (<http://www.mediation-culturelle.ch>) est un site Web Suisse qui contient, entre autre, un réseau fort dans le but de soutenir ses différents acteurs dans leur activité culturelle.

Commentaires du professeur responsable du suivi - thèmes à développer ou à exclure, exigences de l'école, outils à utiliser, remarques et recommandations, etc

Commentaires du jury, modifications à apporter :

Le thème est accepté mais la demande doit être modifiée/adaptée en fonction des remarques suivantes :

1. Le sujet n'est pas assez étoffé
2. Le sujet n'est pas cohérent avec la question de recherche.
3. Il serait judicieux de démarrer par un ancrage stratégique qui permettrait de valider que les propositions que vous souhaitez développer sont bien adéquates; par exemple :
 - *Comment pouvez-vous dire que le transmédia est la solution ? Cela semble prématuré.*
 - *Comment peut-on dire que le problème du conservatoire c'est son image, voire son nom. Est-ce un fait déjà validé par une étude ?*

Date : 10.01.16

Signature de l'étudiante-e :

Date : 10.01.16

Signature du professeur/de la professeure :

Date :

Signature du mandant/de la mandante :

Date :

Validation du Responsable de filière :

Annexe XIII : Planification

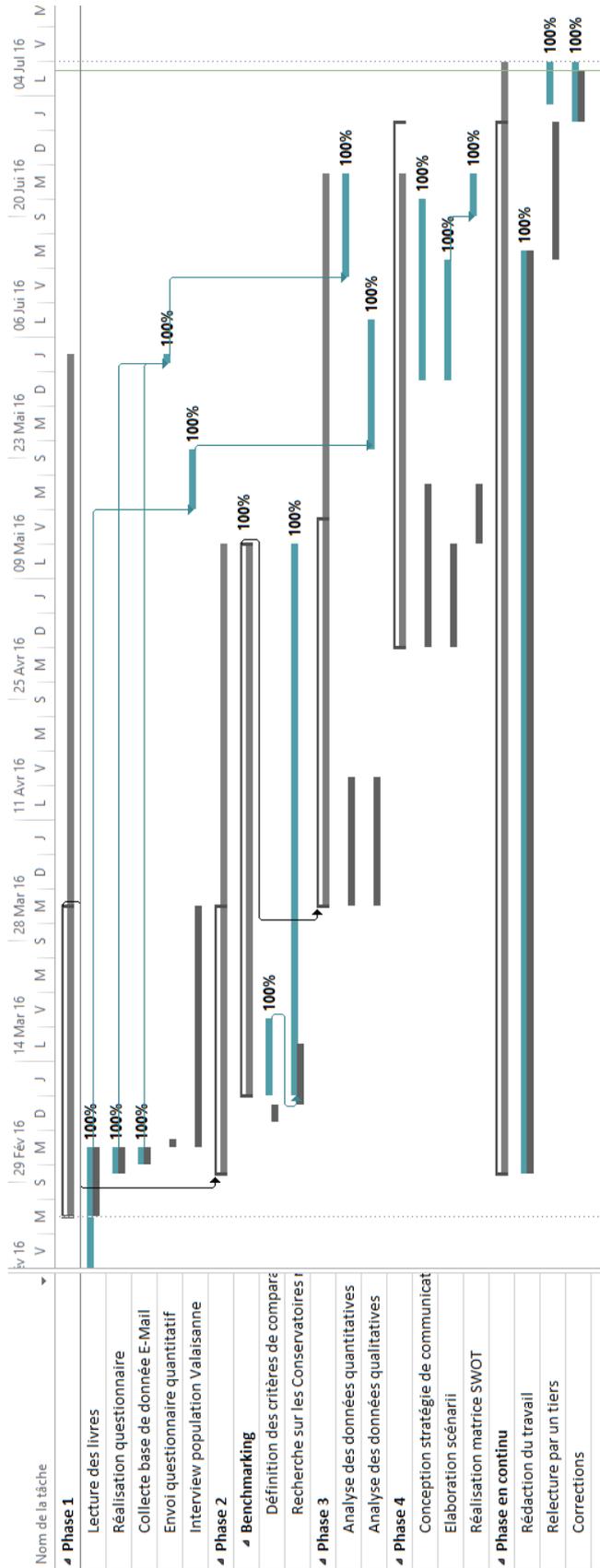
Source : Données de l'auteur

Nom de la tâche	Durée	Planification initiale		Planification Réalisée	
		Début	Fin	Début réel	Fin réelle
Phase 1	26 jours	Jeu 25.02.16	Jeu 31.03.16	Mar 01.03.16	Ven 03.06.16
Lecture des livres	6 jours	Jeu 25.02.16	Jeu 03.03.16	Jeu 03.03.16	Jeu 31.03.16
Réalisation questionnaire	3 jours	Mar 01.03.16	Jeu 03.03.16	Mar 01.03.16	Jeu 03.03.16
Collecte base de donnée E-Mail	2 jours	Mer 02.03.16	Jeu 03.03.16	Mer 02.03.16	Jeu 03.03.16
Envoi questionnaire quantitatif	1 jour	Ven 04.03.16	Ven 04.03.16	Ven 03.06.16	Ven 03.06.16
Interview population Valaisanne	20 jours	Ven 04.03.16	Jeu 31.03.16	Mar 17.05.16	Lun 23.05.16
Phase 2	23 jours	Mar 01.03.16	Jeu 31.03.16	Jeu 10.03.16	Jeu 12.05.16
Benchmarking	7 jours	Lun 07.03.16	Mar 15.03.16	Jeu 10.03.16	Jeu 12.05.16
Définition des critères de comp	2 jours	Lun 07.03.16	Mar 08.03.16	Jeu 10.03.16	Ven 18.03.16
Recherche sur les Conservatoir	5 jours	Mer 09.03.16	Mar 15.03.16	Jeu 10.03.16	Jeu 12.05.16
Phase 3	32 jours	Ven 01.04.16	Dim 15.05.16	Mar 24.05.16	Ven 24.06.16
Analyse des données quantitative	11 jours	Ven 01.04.16	Ven 15.04.16	Lun 13.06.16	Ven 24.06.16
Analyse des données qualitatives	11 jours	Ven 01.04.16	Ven 15.04.16	Mar 24.05.16	Mar 07.06.16
Phase 4	45 jours	Dim 01.05.16	Jeu 30.06.16	Mer 01.06.16	Ven 24.06.16
Conception stratégie de communi	15 jours	Dim 01.05.16	Jeu 19.05.16	Mer 01.06.16	Mar 21.06.16
Elaboration scénarii	10 jours	Dim 01.05.16	Jeu 12.05.16	Mer 01.06.16	Mar 14.06.16
Réalisation matrice SWOT	5 jours	Ven 13.05.16	Jeu 19.05.16	Lun 20.06.16	Ven 24.06.16
Phase en continu	88 jours	Mar 01.03.16	Jeu 30.06.16	Mar 01.03.16	Jeu 07.07.16
Rédaction du travail	77 jours	Mar 01.03.16	Mer 15.06.16	Mar 01.03.16	Mer 15.06.16
Relecture par un tiers	12 jours	Mer 15.06.16	Jeu 30.06.16	Dim 03.07.16	Jeu 07.07.16
Corrections	4 jours	Ven 01.07.16	Mer 06.07.16	Ven 01.07.16	Jeu 07.07.16

Annexe XIV : Diagramme de Gantt

Source : Données de l'auteur

Le diagramme de Gantt suivant permet de voir en bleu la planification initiale et en gris ce qui s'est réellement déroulé



Déclaration de l'auteur

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après :

- Thierry Debons, directeur du Conservatoire cantonal du Valais
- Delphine Morard, personnel administratif du Conservatoire cantonal du Valais
- Christine Papilloud, personnel administratif du Conservatoire cantonal du Valais
- Nicolas Ayer, responsable communication du Conservatoire de Lausanne
- Brigitte Fontvielle, responsable communication du Conservatoire de musique de Genève
- Pascal Emonet, professeur, doyen et directeur de l'ensemble instrumental Fanfaribole
- Anne-Marie Sauthier, députée au Grand Conseil valaisan

Savièse, le 8 juillet 2016

Tatiana Lathion