



Lucie
Blot



Jean-Alexis
Toubhantz

Jean-Alexis et Lucie discutent de ...

Vidéos sur les réseaux sociaux. Lucie Blot est directrice de la communication et du marketing à l'OSR. Jean-Alexis Toubhantz est responsable de la communication et des relations publiques à la Haute école de musique de Genève.

Quel genre de vidéos publiez-vous ?

Jean-Alexis La Haute école de musique de Genève publie des vidéos principalement à travers sa chaîne YouTube (1900 abonnés et abonnées et plus de 331 000 vues). Certaines sont également repartagées sur notre page Facebook, afin de leur donner une plus grande visibilité et de générer du trafic. Sur Instagram, nous privilégions la publication de vidéos courtes (reels), qui rencontrent un beau succès malgré la simplicité des moyens déployés.

Lucie Je classerais les vidéos que nous produisons en tant qu'institution en 3 catégories. Il y a les vidéos de type « institutionnel » dont l'objectif porte sur l'image et l'identité de marque. Il y a les vidéos « événementielles », qui visent à communiquer l'actualité de l'orchestre et pousser la vente des billets. Enfin il y a les captations vidéo de concerts qui ne sont pas produites par nous mais par des partenaires tels que la RTS ou Mezzo.

Dans quels buts publiez-vous des vidéos ?

Lucie Les vidéos « institutionnelles » ciblent avant tout le grand public et

nous les utilisons pour des campagnes de développement des publics et de rayonnement de notre image. En général (et quand notre budget le permet), la conception de ces vidéos est confiée à une agence de communication spécialisée.

L'impact des vidéos « événementielles » est variable en fonction des concerts mais elles sont généralement visionnées par plusieurs milliers de personnes sur Facebook et sur Instagram (où nous avons respectivement 12 000 et 5600 followers) et souvent partagées. Elles permettent au public du concert d'interagir avec nous en postant des commentaires.

Le format long des captations de concerts ne permet pas leur utilisation sur les réseaux sociaux.

Jean-Alexis Notre chaîne YouTube a clairement un rôle de vitrine de notre institution et vise notamment à conforter notre image auprès des jeunes musiciens et musiciennes qui aspirent à nous rejoindre. Les vidéos publiées sont un moyen efficace et puissant pour promouvoir la HEM, présenter nos programmes d'études et leurs points forts, offrir une visibilité aux réalisations publiques de nos étudiants les plus embléma-

tiques. Nous valorisons également sur notre chaîne YouTube nos projets de recherche appliquée sous forme de vidéos de vulgarisation.

Et quel rôle joue Instagram ?

Jean-Alexis Les vidéos courtes (reels) publiées sur notre profil Instagram nous permettent de présenter la HEM sous une forme plus légère. Elles sont abondamment likées et partagées par nos étudiants. Elles contribuent ainsi à entretenir le sentiment d'appartenance à notre communauté académique et artistique.

Lucie Nous utilisons aussi les reels sur notre compte Instagram pour partager des moments de concerts ludiques tels que les applaudissements d'une salle ravie ou des interprétations spectaculaires de certains de nos solistes. Ici aussi nous cherchons à renforcer le sentiment d'appartenance avec notre public.

Travaillez-vous différents formats de vidéo ?

Lucie Oui, l'exemple le plus parlant est ce que nous appelons notre « vidéo de saison », dans laquelle nous mettons en scène nos

musiciennes et musiciens et directeur artistique et qui joue avant tout sur l'aspect émotionnel de l'expérience du concert. Nous développons une vidéo par an pour notre « lancement de saison ». Nous déclinons toujours cette vidéo en une variante courte, plus accessible qui ne nécessite pas une grande connaissance du répertoire classique, une variante plus longue pour un public sensible à l'offre culturelle classique, et une variante d'inspiration beaucoup plus « classique » qui se destine à une cible de mélomanes plus avertis.

Jean-Alexis La question du format est cruciale, car c'est une condition indispensable pour toucher nos publics cibles avec une communication et un message adaptés. Ainsi, en privilégiant la parole de celles et ceux qui font l'école, nos reportages sont clairement destinés à nos futurs étudiants. Les captations de concerts et de performances sont de précieux témoignages du savoir-faire et du talent de nos étudiants, étudiantes et alumni. Enfin les vidéos courtes et nos rétrospectives sont clairement destinées à un public très large, afin de contribuer au rayonnement de notre institution au-delà des cercles spécialisés. <>