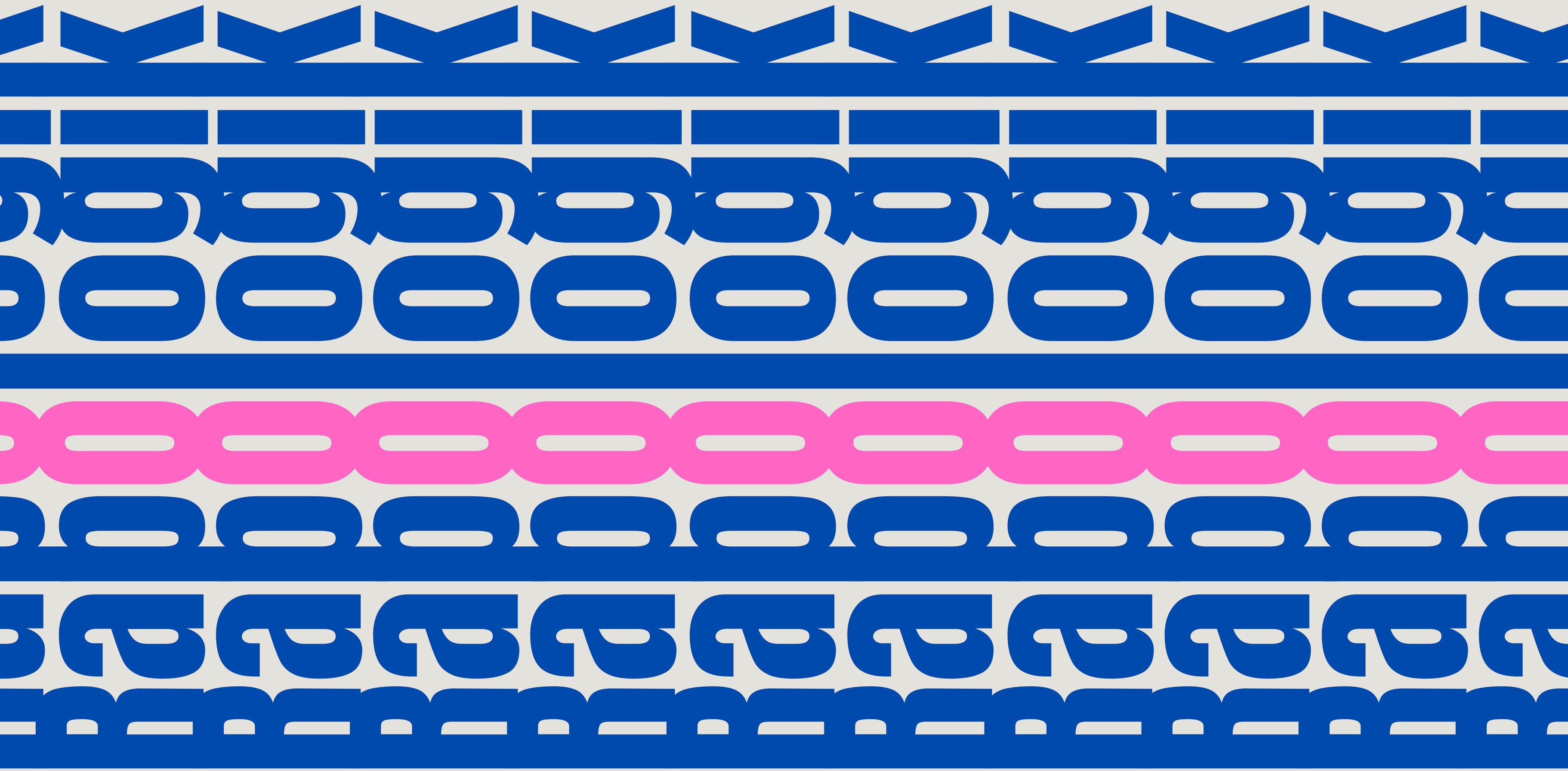
Léane Bassand

3P1

Projet Personnel

Exposition éphémère de 3 jours
sur le thème du rap français

Rapologik



SOMMAIRE

01. Note d'intention

02. Le projet

04. Benchmark

05. L'association

06. La cible

07. Le rétroplanning

08. Le lieu

09. Les expositions

14. Le plan communication

16. Le budget

18. Le moodboard

Et si on vous disait que le rap pouvait résonner là où personne ne l'attend ?

ET SI ON VOUS DISAIT QUE LE RAP POUVAIT RÉSONNER LÀ OÙ PERSONNE NE L'ATTEND ?

Et si on vous disait que le rap pouvait résonner là où personne ne l'attend ?

Et si on vous disait que le rap pouvait résonner là où personne ne l'attend ?

Présentation du projet

Cette exposition éphémère a été une idée évidente pour moi. Une exposition, une manière de faire passer des émotions, de surprendre, et surtout de faire découvrir des aspects que l'on ne connaît pas forcément sur un sujet précis, d'une manière que l'on n'a pas l'habitude d'aborder, d'un angle différent. Une exposition, c'est comme un mini musée, le fait que ce soit éphémère rend la chose d'autant plus attrayante et unique, et le fait que ce soit penché sur un seul sujet donne encore plus le choix d'exploiter un seul et même univers. J'ai toujours aimé me balader dans des musées, flâner, prendre mon temps, poser des questions sur les œuvres ou lire leurs informations, admirer la beauté du lieu et des éléments exposés. J'ai toujours trouvé ces moments assez hors du temps et c'est pour cela que j'aimerais de nouveau créer cette sensation à travers une exposition, certes, mais également en inventant une bulle, plus déconnecté de la réalité extérieure et dans un endroit atypique que je vous présenterai un peu plus tard. Le thème est très important également, puisqu'en plus de la nature du projet qui me plait, le thème a aussi son impact, puisque c'est la musique. Avant de me lancer dans cette idée, plusieurs autres m'étaient passé l'esprit, notamment celle de faire une exposition qui mêlait musique et mode, deux mondes qui m'attirent beaucoup l'un et l'autre et qui se relient étroitement. Je trouvais cette idée originale et pas assez exploitée alors j'ai commencé à me lancer dans le projet. J'ai vite compris que je m'éparpillais et que je n'avais pas vraiment de ligne directrice. Mon sujet n'était pas assez précis et comme je suis débutante dans le milieu, je me suis plutôt concentré sur un seul des deux aspects, la musique, et pour rajouter une réelle identité j'ai choisi le style du rap, qui est celui qui me parle le plus. La première idée n'était alors pas assez pertinente à mon goût et je préférais partir sur quelque chose de plus simple pour ensuite le faire évoluer avec plus d'expérience à l'avenir, par exemple le faire se croiser avec le monde du streetwear ou justement opposer un style musical avec un style vestimentaire complètement différent, afin de créer une dualité. Il y a une marge de progression, cependant afin de ne pas me perdre, j'ai préféré me lancer sur un seul sujet.

Le nom du projet ?

RapOlogik. Pourquoi ? Rapologie s'apparente à la « science », l'analyse du rap. J'ai décidé de transformer ce terme, "rapOlogik" car ça apporte une dimension de réflexion et de structure, qui peut être « rapologique ». L'utilisation du "k" apporte une touche urbaine et contemporaine.

Présentation du projet

Quels intérêts et avantages ai-je alors à organiser cet évènement ?

Tout d’abord, le point le plus important est le fait que c’est la première exposition à Dijon entièrement dédiée au rap, c’est une thématique accessible et attrayante auprès des jeunes. Les prix sont également abordables par rapport aux événements concurrents.

Mais alors, qu’est-ce que ce projet va m’apporter ?

Si on se penche sur les dimensions personnelles, c’est simplement le fait que cela va augmenter ma connaissance envers le rap, cet univers musical qui me touche, tant au niveau des paroles que du rythme. Cela va me permettre de montrer que non, le rap n’est pas un style vulgaire et malpoli, mais sous son autre aspect, dénoncer des causes, des sentiments et cette part de poésie qui y réside. D’un aspect professionnel, c’est évidemment le fait que j’aimerais travailler dans l’évènementiel culturel, pile ce que propose ce projet. Cela pourra me montrer cette compétence d’un angle beaucoup plus concret et surtout autonome, où je vais pouvoir comprendre et explorer l’évènementiel, ce qui pourra peut-être me donner plus de réponses quant à mon avenir professionnel, afin de savoir si je pars sur la bonne voie, ou pas.

Le benchmark

Evènement	Hip-Hop 360	Les couleurs du rap	Quand la musique électro fait danser
Thème	Histoire et influence du hip-hop	L’esthétique visuelle et sonore du rap	L’univers et l’évolution de la musique électro
Type d’event	Immersif, interactif, projections multimédia	Exposition statique avec éléments interactifs	Parcours multisensoriel avec expériences visuelles et auditives
Cible	Passionnés de hip-hop et curieux	Amateurs de rap et d’art contemporain	Fans d’électro, amateurs d’arts numériques
Taille du lieu	Environ 1 000 m² au Philharmonie de Paris	600 m² à l’espace galerie à Paris)	Environ 200 m² à Dijon
Coût d’entrée	11-22 € selon âge et tarif réduit	Gratuit	6-10 € selon âge et tarif réduit
Activités proposées	Vidéos, archives, street-art, musique	Clips vidéo, pochettes d’albums, installations	Performances live, installations immersives
Publicité et communication	Forte couverture médias et partenariats culturels	Réseaux sociaux et communautés rap locales	Partenariats locaux (festivals, clubs)
Récompense ou concours	Aucun	Aucun	Billets pour des concerts d’électro
Durée de l’événement	4 mois	1 mois	2 semaines

Nous pouvons tout de suite voir que les deux évènements qui se déroulent à Paris ont une surface plus grande, une durée plus longue et des moyens plus importants. Ce sont sûrement dû au budget qui est conséquent et qui permet donc de voir les choses en grand. Nous pouvons alors apparenter mon évènement à celui des musiques électro où le point commun est que c’est une exposition sur la musique à Dijon. On peut voir que les tarifs sont environ les mêmes que les miens, des partenaires locaux également, ce qui est un avantage aux vues de la ville que l’on a en commun. On peut alors noter que, bien que mon projet ne dispose pas des moyens parisiens, il se positionne de manière intelligente car c’est une proposition originale et locale qui valorise une culture populaire peu représentée à Dijon. L’analyse du benchmark montre que je peux capitaliser sur cette “niche” en m’appuyant sur des tarifs abordables, des partenariats locaux, et une communication ciblée, mais en profitant de l’avantage quant à l'engouement qui ne cesse de croître pour les événements culturels musicaux.

La création d’une association loi 1901

J’ai décidé de créer une association de type loi 1901 pour l’organisation de l’exposition, car une approche stratégique visant à structurer le projet et à maximiser ses chances de réussite, notamment sur le plan financier.
Ce statut offre plusieurs avantages, comme l’accès à des subventions publiques et aux dons en mécénat, permettant de financer une partie de l’événement. Les partenariats et sponsoring sont aussi faciles en échange de visibilité.
L’association rend plus facile aussi les partenariats avec des institutions (écoles, universités, maisons de la culture) ou des artistes, cela peut aider pour une collaboration officielle et encadrée. Elle rend plus simple la gestion de l’organisation, de la coordination des bénévoles et des artistes etc. Cela pourra m’aider à mobiliser des financements participatifs via des campagnes de crowdfunding, renforçant l’engagement autour du projet.
Je projette donc de lancer un financement participatif via la plateforme “Ululle” afin de récolter comme objectif financier la somme de 2500€ en échange de privilèges exclusifs à définir.
Pour cela, je créerai l’association avec mon meilleur ami, Arthur Desanglois, passionné de rap, et faisant du rap lui-même, car il faut être minimum deux. Je recruterai au 4 autres personnes qui auront différents rôles afin de mener à bien et de rendre l’association le plus crédible possible.

Quelle est la cible ?

L’exposition sur le rap cible principalement les jeunes et les étudiants, mais son public ne s’y limite pas. On vise également les passionnés. Pourquoi ces deux groupes en particulier ? D’une part, les étudiants et les jeunes adultes sont généralement les premiers consommateurs et passionnés de culture urbaine, dont le rap est une composante majeure. Ils sont sensibles aux thématiques abordées dans le rap, comme la quête identitaire, les inégalités sociales, ou la liberté d’expression, ce qui crée une connexion naturelle avec le contenu de l’exposition.
Cependant, cet événement vise également à toucher un public plus large, notamment les amateurs d’art et de musique curieux de découvrir comment le rap s’inscrit dans une histoire artistique et culturelle plus vaste. Les familles ou les adultes intéressés par l’évolution des genres musicaux peuvent aussi être attiré par l’aspect pédagogique et immersif de l’exposition. En plaçant l’événement au centre-ville de Dijon, un lieu dynamique et accessible, l’exposition bénéficie d’un environnement où il y a plus de chances qu’il y ait la présence de visiteurs occasionnels, qui passent dans la rue.

Le persona

Nom :

Alex Morel

Âge :

21 ans

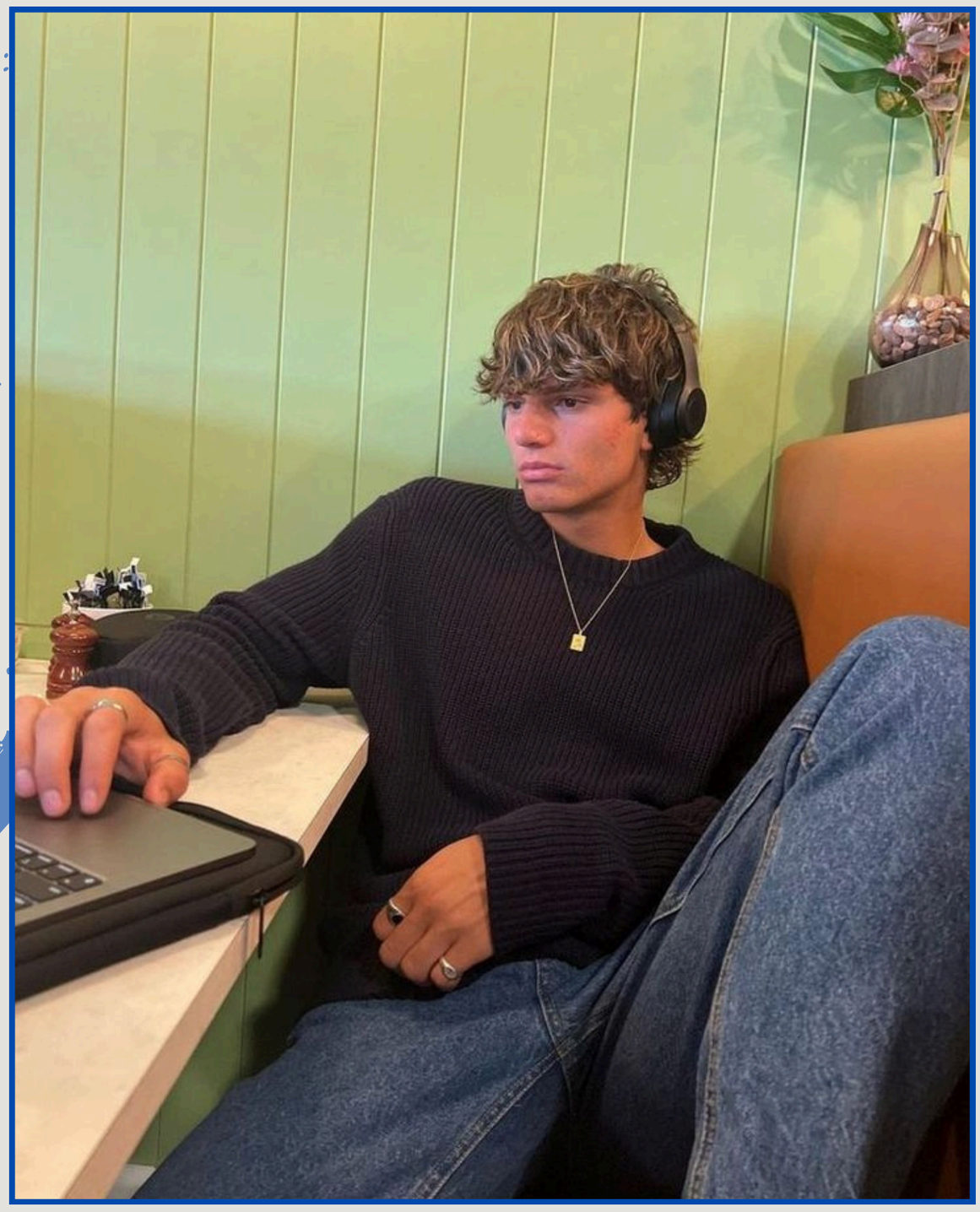
Ses études : Étudiant en troisième année de BUT Information-Communication à Dijon
Statut social : Célibataire, vit en colocation avec deux amis
Passions : Musique, graphisme, et street culture

Son train de vie et ses habitudes :

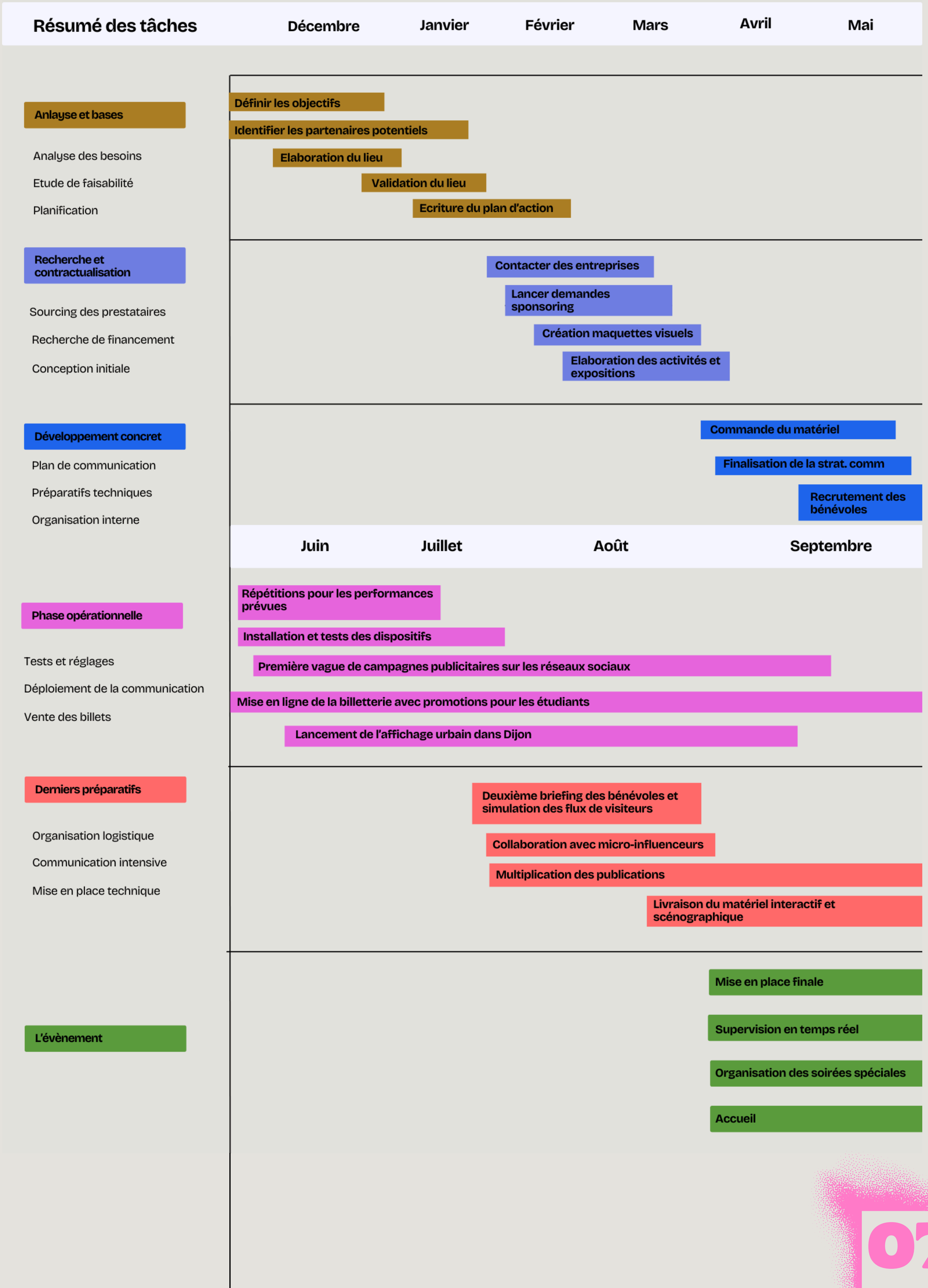
- Consomme du rap quotidiennement (playlists sur Spotify, podcasts sur l'histoire du rap)
- Participe à des événements culturels urbains comme des battles de danse ou des expositions d'art street.
- Fait partie d'une association étudiante, le BDE, qui organise des soirées.

Pourquoi viendrait-il ? :

Alex est toujours à la recherche d'expériences qui reflètent ses passions pour la musique et l'art. Il est attiré par les événements qui l'aide à en apprendre plus, et il aime les lieux interactifs, car c'est un concept assez en vogue en ce moment, qui attire les jeunes.



Rétroplanning RapOlogik



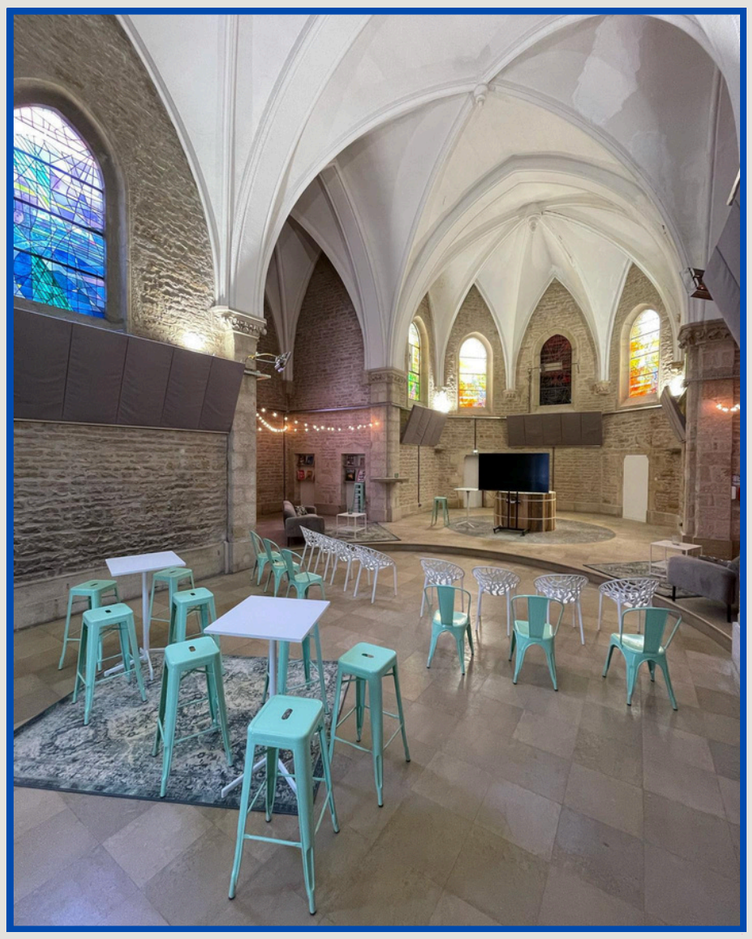
Le lieu

Pour ce qui est du lieu, un des aspects les plus importants dans le choix d'un évènement, j'ai choisi « la Chapelle des Ducs », qui se situe en plein centre de Dijon. Je pense que c'est le lieu idéal pour effectuer mon exposition "RapOlogik". Notons que c'est un bâtiment historique du XIXe siècle, construit dans un style roman, créant ainsi une passerelle entre sacralité et histoire jusqu'à la dimension contemporaine du rap. Cette opposition entre l'ancien et le moderne crée une symbolique, qui fait penser aux critères du rap : une musique enracinée dans des récits et des luttes du passé, mais tournée vers l'innovation et la revendication culturelle. Ce contraste pourra d'autant plus attirer les visiteurs et créer une réflexion profonde sur le lien entre le rap et les héritages historiques.

L'acoustique qui est à noter dans la chapelle, notamment due à ses hauts plafonds et ses murs en pierre, est un atout pour l'exposition. Les concerts prévus durant l'événement pourront profiter de cette résonance naturelle, ce qui va venir embellir les shows musicaux et renforcer le côté immersif.

Aussi, la localisation de la Chapelle des Ducs, au centre-ville et près de la place Wilson, va permettre à une plus grande visibilité et un accès aisé. L'exposition peut donc capter l'attention des passants, qu'il s'agisse de Dijonnais ou de touristes, car nous savons que les lieux culte avec une belle architecture attirent plus l'œil que des salles basiques. Ce positionnement, qui est assez stratégique peut renforcer la fréquentation, et encore plus étant donné que le lieu est bien desservi par les transports en commun et se trouve près de commerces et de restaurants.

Les caractéristiques architecturales de la chapelle donnent une touche d'originalité qu'on ne voit pas souvent, mettant en valeur les différents aspects du rap : des projections visuelles sur les murs voûtés, en passant par des performances en direct. L'histoire culturelle de la Chapelle des Ducs, déjà utilisée pour divers événements artistiques, donne également une légitimité à ce projet, qui peut attirer une audience ouverte à des initiatives nouvelles. La Chapelle des Ducs ne serait pas simplement un lieu, mais plutôt un facteur qui peut tout changer dans la réussite de cet événement.



Les différentes expositions et leurs logistiques

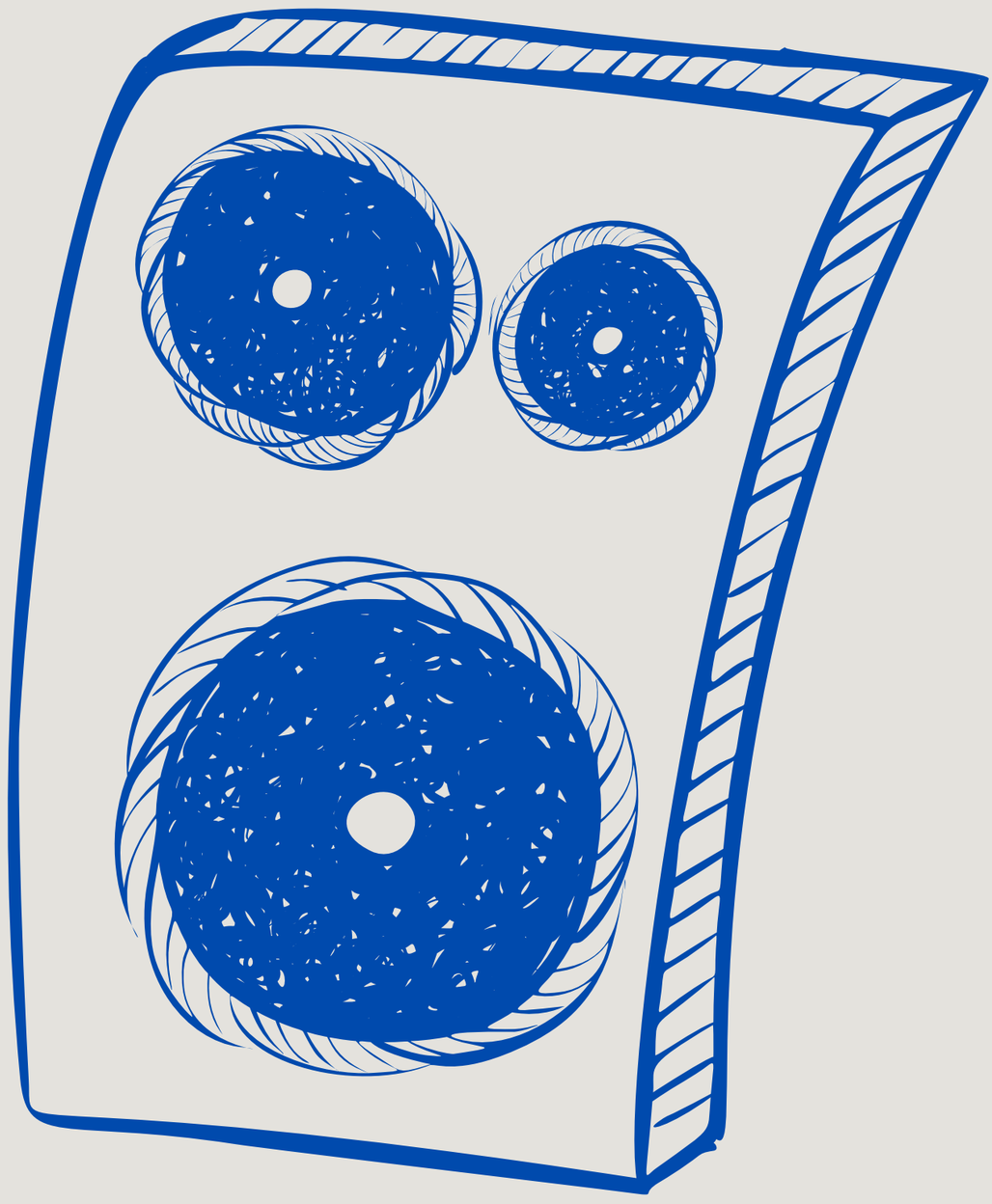
La date ?

Du jeudi 11 au dimanche 14 septembre 2025. L'exposition ouvrira ses portes pour l'inauguration le 11 au soir et débutera le 12.

Les horaires ?

De 10h à 18h avec une exception le jeudi soir lors d'un concert de 20h30 à 21h30

Le concert



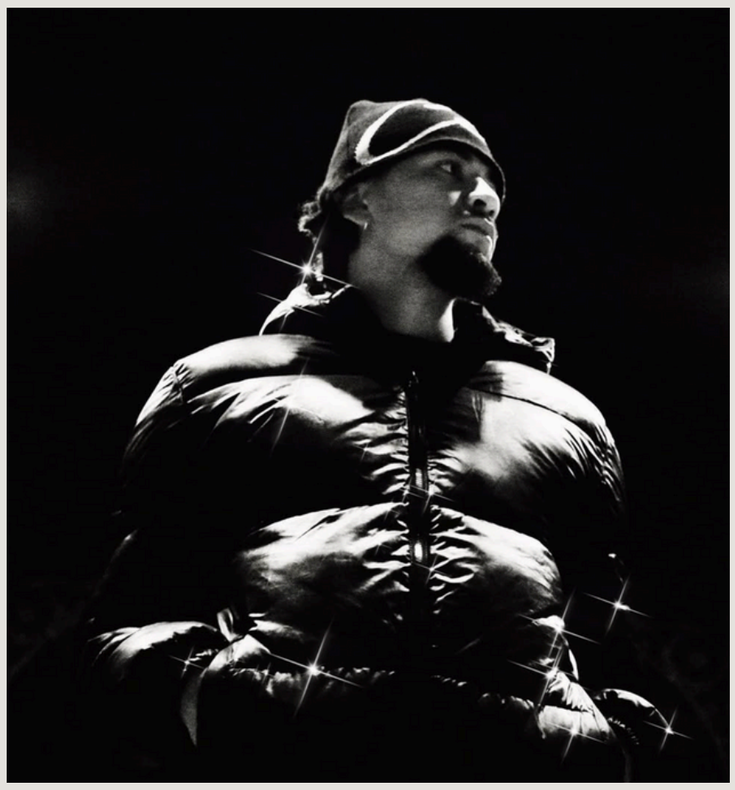
Pour marquer cette exposition, quoi de plus légitime qu'un concert de rap ? Au niveau du budget il fallait faire attention à faire venir un rappeur assez connu pour faire venir des visiteurs, mais pas assez connu pour que le cachet soit élevé. Quelque chose d'autre à prendre en compte est évidemment qu'il me fallait un rappeur qui ne soit pas vulgaire car il faut noter que même si le lieu est réservé à des évènements dorénavant, nous restons tout de même dans une chapelle. J'ai donc contacté plusieurs artistes et managers, sans réponse parfois, alors en fonction des différents tarifs que chacun me proposait parmi les différents profils que j'avais sélectionné, j'ai choisi par rapport à mes critères de faire venir le rappeur "Cielbleu" qui possède 89.4k d'auditeurs par mois sur Spotify.

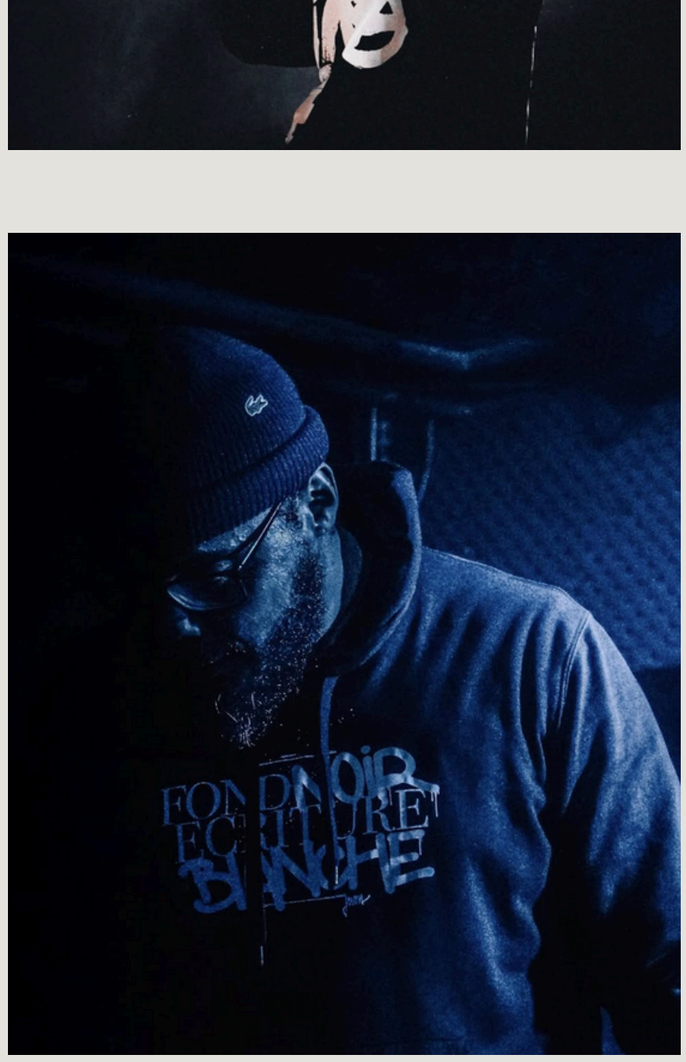
j'ai eu la chance de discuter avec lui sur Instagram et il a pu répondre à la question du prix du cachet qui s'élève pour lui à 350 euros, ce qui est un prix très raisonnable en vue de sa notoriété quand même importante. Il faudra noter de prendre un technicien son et lumière. J'ai choisi de le faire performer au fond de la chapelle car il a une petite marche qui démarque cet endroit du reste. Les gens pourront se répartir donc dans toute la chapelle. Pour une question de pratique, je ferai venir ce rappeur le jeudi soir. Pourquoi ? Car ce sera sous forme d'inauguration, les installations auront été installées dans l'après-midi mais pas celles qui sont présentes à l'endroit du concert. L'exposition qui commencera réellement le vendredi matin et on relève aussi que le jeudi soir est "le soir dédiée aux soirées étudiantes", et pour ce concert nous visons un public assez jeune puisque le style de Cielbleu se répertorie dans la "new wave" du rap français et est lui même très jeune. A la fin je pourrai prendre le micro et expliquer le concept de l'exposition du week-end afin de faire revenir les gens. Le rappeur pourra également dire quelques mots à ce sujet.

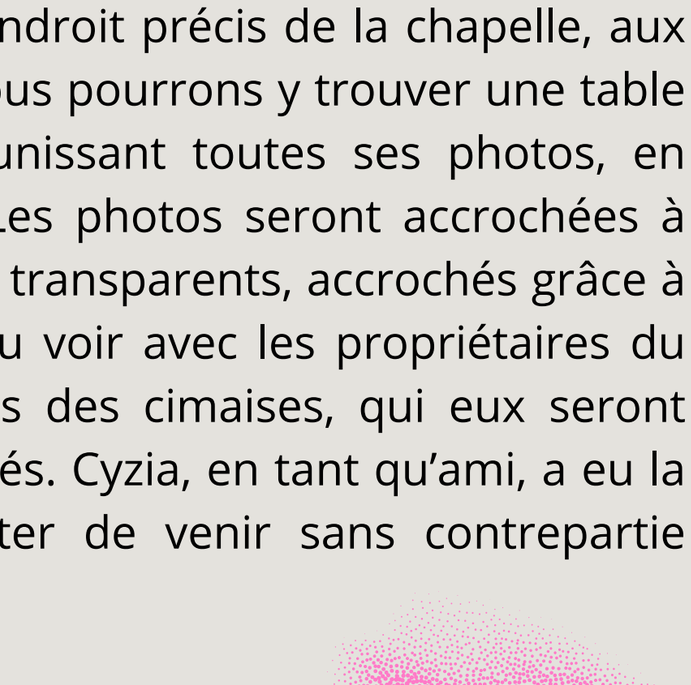
Les différentes expositions et leurs logistiques

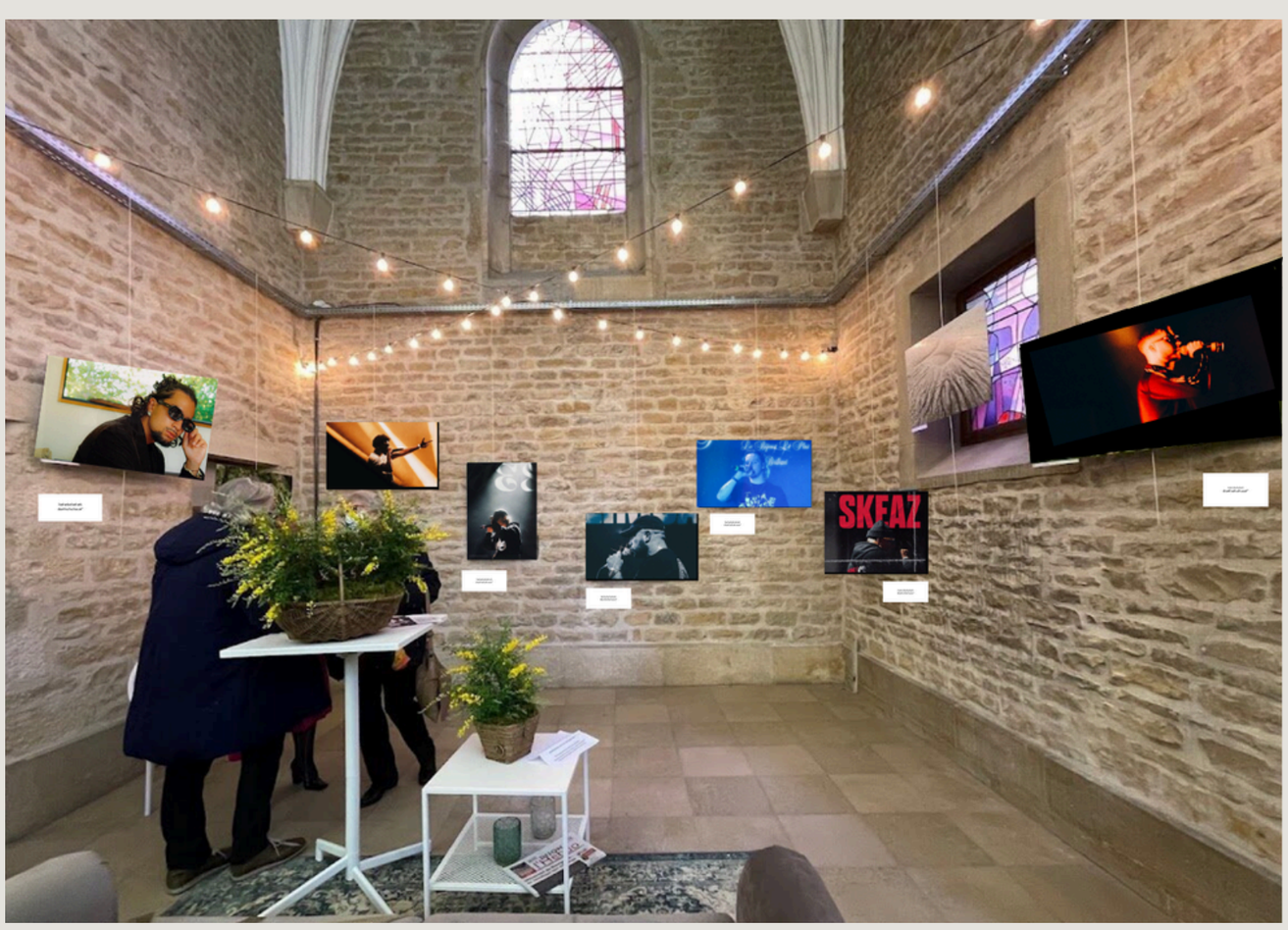
L'exposition photo de Suki

Accrocher des photos de Cyzia Ferrand, aka Suki, photographe de concerts, essentiellement de rappeurs, a été une évidence.
Cyzia pourra venir exposer ces nombreuses photographies de rappeurs avec de la renommée, et en dessous de chaque photos nous pourrons mettre des cartel de grandes tailles avec une présentation de l'artiste, le label dans lequel il se trouve, sa chanson phare, depuis combien de temps il rappe, son style, la ville d'où il vient, ses inspirations etc. Une exposition qui pourra mettre en avant le travail d'un étudiant, lui donner de la visibilité, mettre en vente ses photos, avec l'occasion d'informer les visiteurs sur les rappeurs, afin qu'ils en apprennent plus et qu'ils repartent avec des connaissances de cette exposition.









Cette exposition serait une suite de photographies accrochées, à cet endroit précis de la chapelle, aux murs. Au milieu, nous pourrons y trouver une table avec son book réunissant toutes ses photos, en vente également. Les photos seront accrochées à l'aide de fils tendus transparents, accrochés grâce à des crochets. J'ai pu voir avec les propriétaires du lieu quant aux rails des cimaises, qui eux seront déjà fournis et placés. Cyzia, en tant qu'ami, a eu la gentillesse d'accepter de venir sans contrepartie financière.

Les différentes expositions et leurs logistiques

Scène pour le concert + 2e exposition

Exposition photo Suki

Espace freestyle

L'espace freestyle

Au milieu de l'exposition de photographies de concert se trouvera une table avec 4 chaises où pourront se réunir des passionnés, de rap, débutants, connaisseurs ou non et ils pourront venir proposer leurs textes, avec 3 micros, casques et cartes sons, et pourront avoir leur freestyle filmé, sous la forme du concept connu, les "grunt". Les prestations pourront être filmées par une caméra qui m'appartient, ce qui évite d'en payer une. Afin que l'on puisse entendre les freestyles sur les vidéos, cet espace sera fermé. Les vidéos pourront être envoyées par la suite si les personnes choisissent de remplir le formulaire avec leurs numéros de téléphone. L'activité sera encadrée par un des bénévoles et se déroulera sur des plages horaire précises, qui seront renouvelées sur un panneau à l'entrée de l'espace.
Ce dernier se trouvera en face de l'exposition photo dans le même espace.
Le matériel nécessaire à cette installation figurera dans le budget.

Les différentes expositions et leurs logistiques

Le mur à punchlines

2 tableaux blancs seront placés à l'entrée de la salle sur les deux côtés, avec des markers à disposition afin que les visiteurs puissent venir écrire des punchlines écrites par leurs soins. Le but ? Créer un concours par la suite de la meilleure punchline avec 2 cadeaux à gagner qui se seront pas dévoilés sur les réseaux, surprise.
La structure et le matériel requis sont simples : 2 tableaux, des stylos, un présentoir afin d'écrire les consignes de manière claire. Mais quelles sont les consignes ? Premièrement, écrire leur punchline ou message sur un des panneaux. Deuxièmement, prendre une photo de l'exposition, de ce qu'ils veulent, et la poster en story Instagram en taguant le compte de RapOlogik, et un formulaire présent à côté afin que les participants puissent remplir leur compte instagram pour être potentiellement contactés si ils sont les vainqueurs. Les meilleures punchlines sélectionnées par notre équipe seront postées en story et ce sont les abonnés qui voteront. Un message sera ensuite envoyé aux gagnants et nous pourrons leur envoyer le colis.

Les différentes expositions et leurs logistiques

L'exposition : les "cover" d'albums iconiques

Cette section de l'exposition mettra en lumière les pochettes d'albums les plus marquantes de l'histoire du rap français, afin de montrer l'importance de l'image dans la transmission de l'univers musical. Les visiteurs pourront admirer des reproductions haute qualité et découvrir des analyses visuelles et narratives qui lient ces œuvres à leurs contenus musicaux.

Pour présenter les pochettes, 12 reproductions seront réalisées à partir de fichiers numériques en haute résolution, imprimées sur des panneaux rigides en Forex. Ce matériau, qui est à la fois léger et durable, garantit une qualité d'impression optimale tout en facilitant leur installation. Chaque reproduction mesurera 30 cm x 30 cm, un format assez grand pour capter l'attention tout en restant proportionnel à l'espace de la Chapelle des Ducs.

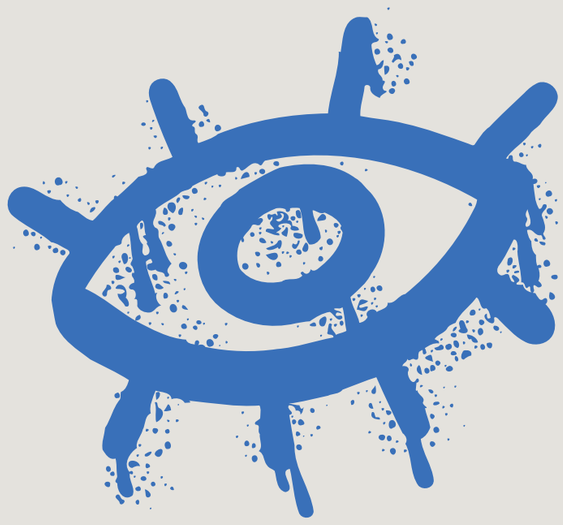
La sélection des albums sera choisie tout simplement pour représenter les différentes époques et styles du rap français, tout en montrant évidemment l'évolution visuelle et musicale. Parmi les pochettes présentées, on retrouvera des œuvres emblématiques, que j'ai sélectionnées, comme L'École du Micro d'Argent d'IAM, Temps Mort de Booba, Deux Frères de PNL, et Civilisation d'Orelsan, ainsi que d'autres iconiques comme Suprême NTM de NTM ou La Vie Qui Va Avec de Youssoupha.

Les cimaises déjà installées dans la chapelle seront utilisées pour accrocher les panneaux. L'installation sera la même que pour celle de Suki. Les panneaux seront disposés à hauteur des yeux, espacés d'environ 1 mètre les uns des autres pour que ce soit agréable visuellement.

Avec ces photographies il y aura, comme celles de Suki, des cartels explicatifs installés directement sous les panneaux. Ces cartels auront la taille d'environ 15 cm x 10 cm, seront imprimés sur papier cartonné et plastifié. Sur chaque cartel, il y aura des informations : le titre de l'album, le nom de l'artiste, une analyse graphique succincte de la pochette, c'est-à-dire les couleurs, composition, symbolisme, et une explication sur son lien avec les thèmes ou l'atmosphère de l'album.

Un atelier interactif aura aussi lieu au milieu de cette exposition. Les visiteurs pourront créer leur propre pochette d'album, s'inspirant des exemples exposés. Pour ce faire, un espace sera conçu avec des feuilles cartonnées, des feutres, des pastels... Un encadrant, un des membres de mon association, fin connaisseur en dessin et en graphisme sera présent pour guider les participants dans cette activité, pour leur expliquer les bases de la composition visuelle.

Evidemment, je tiens à préciser mon exposition sera toujours accompagnée de musique rap tout au long de ces 3 jours.



Le plan communication

La stratégie de communication est primordiale dans un tel projet, surtout lorsque c’est la première édition, il faut prendre en compte le fait de devoir redoubler d'efforts afin de le faire connaître.
Celle pour RapOlogik va s’appuyer sur une approche multicanale, où on va pouvoir retrouver des supports physiques, numériques et des partenariats bien réfléchis pour toucher un maximum de personnes afin d’avoir une audience large et diversifiée, je l’espère. Mon but est de créer un maximum de visibilité avant, pendant et après l’événement, tout en créant une cohérence, une ligne directrice et une identité qu’on pourra reconnaître au fil de l’évolution de mon exposition pour les prochaines éditions, et évidemment toujours fidèle à la culture urbaine.
Un photographe sera également présent sur l’évènement, Thibaut Durlet, qui, en tant qu’ami ne me demande pas de retour financier, afin qu’il puisse immortaliser ces moments pour ensuite les relayer sur les réseaux sociaux et le site internet.

La première étape est de réaliser l’affiche officielle de l’événement. Cette affiche a donc un fort impact visuel, avec une direction artistique cohérente avec l’univers du rap : typographies « street », couleurs sobres et simples, et des éléments graphiques qu’on pourra retrouver dans les thématiques abordées dans l’exposition. Cette identité visuelle sera déclinée sur tous les supports de communication, qu’ils soient physiques ou numériques. Par exemple, des flyers avec le design de l’affiche seront imprimés et distribués dans des lieux stratégiques comme des bars, des lieux culturels, des campus universitaires, ainsi que lors d’événements proches, comme le festival Golden Coast, le festival 100% rap, qui se tiendra à Dijon le week-end précédant l’exposition. Un partenariat avec ce festival est envisagé pour toucher un public large grâce aux nombres d’abonnés de leur compte et qui figurent totalement dans cible. Le partenariat sera simple, en proposant par exemple de mettre une story avec le visuel de RapOlogik ou encore une distribution de flyers sur place.

L’affiche de RapOlogik

Le plan communication

En même temps, un compte Instagram de l'événement sera créé pour engager la communauté et diffuser du contenu attractif. Ce compte aura un logo effectué par mes soins, en corrélation avec l'identité visuelle de l'exposition, et un feed avec la ligne directrice respectée. Des posts et stories seront publiés régulièrement pour susciter l'intérêt et maintenir l'engagement. Les contenus seront par exemple des teasers vidéo, des extraits des installations, des interviews avec le rappeur invité et des rappels pratiques sur les horaires, tarifs et modalités de l'événement. La notion de l'interactivité sera énormément utilisée dans mon plan d'action, une compétence appréciée de nos jours, avec des sondages, des quiz sur le rap, ou encore des concours pour gagner des places ou des objets en rapport avec l'univers du rap. Cette dynamique participative contribuera à créer un lien avec le public cible, qui notons est assez jeune, alors la forte présence réseaux sociaux, l'interactivité et la proximité, qui sont deux concepts importants pour notre génération, seront des bons points à aborder.

La radio locale peut également jouer un rôle à ne pas négliger dans la stratégie de communication. Je compte effectuer une demande auprès d'une ou deux stations partenaires pour une invitation à parler de l'événement lors d'émissions ciblées, des radios qui parlent de culture si possible, comme "21 Radio", située très près de Dijon. En contrepartie, leur logo peut être intégré aux supports de communication de l'exposition, notamment sur les affiches et bannières. Cela permettra d'étendre la notoriété de l'événement auprès d'un public qui consomme les médias locaux, souvent réceptifs aux initiatives culturelles.

Je compte solliciter également le soutien des institutions locales. Une demande formelle sera adressée aux mairies pour obtenir leur appui logistique : impression et distribution d'affiches et flyers via leurs canaux habituels (bibliothèques, écoles, centres culturels). Ce partenariat permettra d'assurer une diffusion locale efficace à moindres frais, puisqu'une de mes connaissances pourra me faire profiter de ses avantages tarifaires auprès de la mairie, qui me permettra par la même occasion de bénéficier de leur réseau établi.

En ce qui concerne le numérique, un site internet vitrine sera conçu sur WordPress par moi-même pour centraliser toutes les informations nécessaires à l'événement. Ce site comprendra des sections sur le programme, les artistes et intervenants, les modalités de réservation, et des actualités. En l'absence de frais de conception (réalisée en interne), seul l'hébergement du site sera à prévoir, ce qui réduit ainsi les coûts. Le site fera office de relais pour les réseaux sociaux et pourra contenir une billetterie en ligne pour faciliter l'achat des tickets.

Enfin, un rétroplanning précis sera établi spécifiquement pour la communication. Il contiendra toutes les actions à mener, depuis la création des supports jusqu'à leur diffusion. Ce planning permettra d'assurer une exécution efficace et claire. Par exemple, le lancement du compte Instagram devra coïncider avec la publication de l'affiche, tandis que les flyers devront être prêts avant le festival Golden Coast pour être distribués sur place. Chaque étape sera planifiée en fonction de sa temporalité choisie avec grande réflexion.

Le budget

Rubrique	Détails	PREVISIONS 2025
Billeterie	Nous visons 100 entrées par jour et 250 pour le concert, pour établir le budget j'ai calculé suelement avec les tarifs étudiants	1 750,00 €
Sous Total Billeterie		**1 750,00 €**
Partenaire	Partenariat avec le magasin Shftyboardshop à Dijon en échange d'un apport financier Stand à l'entrée où il vend des articles de son magasin Son logo est présent sur mes supports de communication Posts collaboratifs	500,00 €
Partenaire	Partenariat avec la friperie Dukebox Concept Store à Dijon en échange d'un apport financier Stand à l'entrée où il vend des articles de son magasin Son logo est présent sur mes supports de communication Posts collaboratifs	500,00 €
Sous Total Partenaires et sponsoring		**1 000,00 €**
Subventions	La mairie, la région et le crédit mutuel sont d'accord de nous donner un apport financier L'alternative pour avoir plus de budget serait de louer une salle fournie gratuitement par la mairie si nous avons un manque de fond	1 000,00 €
Sous Total Subventions		**1 000,00 €**
Financement participatif	Ceci est un objectif si nous mettons en place une campagne de crowfunding	700,00 €
Sous Total Financement participatif		**700,00 €**
Vente de merch	Objectifs : Vente de 40 t-shirts approximativement Vente 50 affiches approximativement	925,00 €
Vente bar et resto	Objectifs : vendre boissons + petits snacks (paquetes de chips, chocolats)	1 500,00 €
vestiaires	Prévisions de 50 vestiaires à 2 €	100,00 €
Sous Total ventes sur place		**2 525,00 €**
RECETTES		**6 975,00 €**
Flyers et dépliants A5	Quantité : 5 000 A distribuer à la sortie des facultés, des IUT, des écoles privées et publiques, aux festivals qui ont lieu à partir de juillet dans le Grand Est et dans les magasin à Dijon.	0,00 €
Affiches	Quantité : 1 000 Affichage urbain dans Dijon + 50 affiches à vendre Fournies par la mairie	0,00 €
Affichage de panneaux rétro-éclairées de 2m2	Demande à la mairie d'un réseau afin de me donner la possibilité de faire figurer mes affiches dans des formats sucettes Decaux, gratuitement grâce à un contact qui m'a fait bénéficier des tarifs réduits Tarifs impressions par mes soins	150,00 €

Programme	Programme avec les différentes expositions proposées, les horaires des freestyles, horaires des concerts avec leurs informations	50,00 €
Merchandising	T-shirts et posters à la vente	250,00 €
Budget impressions		**450,00 €**
Collaborations avec une influenceuse	L'influenceuse streetwear @helenaschz, afin de lui donner deux places gratuites et qu'elle effectue un ou deux tik tok afin de parler de mon projet	100,00 €
Publicités sponsorisées	Publicité instagram et sur Tik tok que je vais booster et sponsorisée avec toutes les informations, l'affiche déclinée en post et story Instagram	150,00 €
Demande de repost en story	Par le compte Instagram du festval Golden Coast, 100% rap qui se déroule le week-end avant RapOlogik	*100,00 €*
Budget marketing et communication		**350,00 €**
Sous Total Communication / Marketing opérationnel		**800,00 €**
Frais transport + logement + repas bénévoles et	Pour 4 bénévoles : 1 sandwich par personne les midis Pizzas pour les soirs X3 jours pour 4 + Airbnb pour 4 pour 3 nuits + 1 aller-retour en voiture Besançon-Dijon	700,00 €
Frais de transport + logement + repas artiste	Pour lui et son accompagnateur 1 repas chacun Train aller retour Lyon-Dijon 1 nuit d'hotel	*250,00 €*
Budget VHR		*950,00 €*
Cachet artiste		350,00 €
Location scène, sonorisations, platines, lights		1 000,00 €
Techniciens son et lumière et régie lumière		300,00 €
Budget concert		*1 650,00 €*
Sous Total animation		**2 600,00 €**
Location salle	600 euros la journée x3 + 300 euros la demi journée pour le montage et le concert du jeudi	**2 100,00 €**
Charges locatives		**2 100,00 €**
Petit matériel, mobilier et équipements	Table pour le grunt, table pour atelier dessin, fils tendus, crochets, cover d'album, cartels explicatifs, feutres, feuilles cartonnées, casques, micros d'enregistrement, parois qui sépare le grunt de la salle, tableaux blancs, panneaux informatifs et signalétique, markers...	400,00 €
Bar et resto	Achats des différents snacks et boissons mises en vente	500,00 €
Sous Total achats		**900,00 €**
TOTAL CHARGES		**6 400,00 €**
RESULTAT		**575,00 €**

Le budget était la partie la plus complexe de ce dossier. Je n'ai pas pu avoir toutes les réponses que j'attendais et il était difficile de palier entre les recettes et les dépenses, afin de ne pas finir en déficit.
J'ai finalement vu qu'il fallait changer certains points et adapter les activités quant à mon budget restreint en vue d'une première édition, et en étant une association étudiante. Par exemple, j'ai réduit mon nombre de 7 bénévoles à 4, puisqu'il était plus simple de prendre 4 amis à moi et de recruter 3 étudiants dijonnais afin d'éviter de devoir payer les logements de 7 personnes. J'ai finalement fini par voir que mon événement était viable si les objectifs de nos recettes sont réalisées, bien que je pense qu'elles soient atteignables. J'ai dû mettre en place plusieurs stratégies qui me rapportaient de l'argent comme une mini buvette, des vestiaires ou encore la recherche active de partenaires qui voulaient bien croire en mon événement. J'ai eu la chance d'échanger avec plusieurs artistes et comparer les prix de leurs cachets par rapport à leur notoriété. J'en ai beaucoup appris sur l'importance de l'organisation, de la gestion de l'agent et des différentes lois et possibilités administratives, comme l'aide très précieuse des mairies par exemple, dont je ne connaissais pas l'existence avant de me lancer dans ce projet. On finit donc avec un bénéfice de 575 euros, ce qui est plutôt pas mal pour un premier événement avec peu de moyens.

Le moodboard

Comment faire un rapport sur une exposition sans vous montrer à quoi ressemblerait l’ambiance, le style et la direction artistique de ce dernier, afin de réellement se rendre compte du projet jusqu'au bout, et se plonger dans son univers. Il est difficile de définir exactement des photos puisque le lieu et le projet sont tout deux atypiques, ceci dit, cela peut être une première ébauche de l’impression que cela peut donner.