

**FLOW'RIZON**



# SOMMAIRE

**01**

Introduction

**02**

SWOT

**03**

Problématique

**04**

Objectifs

**05**

Experience

**06**

Quarter

**07**

Next Project

**08**

Strategy

# À PROPOS DE NOUS



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

# PRÉSENTATION



Nous recherchons à développer la présence de festival de musique avec des genres spécifiques, ici nous nous concentrons sur le rap, ce genre de musique est bien médiatisé et apprécié notamment chez les jeunes, ce qui nous offre déjà une forte culture de notre cible (15-35 ans).

La valeur ajoutée de notre festival est que chaque rappeur connu feat avec un rappeur émergent. Le festival durera une semaine et déroulera à Lyon. Notre but sera de faire adhérer des fans ou amateurs de rap à un nouveau festival pour qu'il se fasse une place parmi les festivals musicaux. Pour parvenir à cela, nous chercherons à maximiser les ventes de place pour la première année de ce festival.

Le site web du festival vise à :

- informer le public sur les dates, lieux, artistes, et programmation des différentes journées
- faciliter la réservation et l'achat de billets
- proposer une expérience utilisateur qui reflète l'atmosphère du festival (intégration de musiques, vidéos, et images)

# PRÉSENTATION COMMANDITAIRE



Deezer est une plateforme française de streaming musical lancée en 2007, qui propose un catalogue de plus de 90 millions de titres accessibles dans 180 pays. Elle permet aux utilisateurs de découvrir, écouter et partager de la musique, tout en mettant en avant de nouveaux artistes grâce à des recommandations personnalisées.

Deezer se positionne comme un acteur clé dans le monde du streaming musical, avec une offre variée et un service accessible sur plusieurs supports (smartphones, ordinateurs, enceintes connectées, etc.).

# PRÉSENTATION DU PROJET



Deezer lance un festival de rap à Lyon pour renforcer sa présence dans l'univers des événements musicaux et attirer les jeunes de 15-35 ans, une cible clé. Le festival se distingue en proposant des collaborations entre rappeurs confirmés et émergents, mettant en valeur la scène rap dans toute sa diversité.

Dans un marché saturé de festivals, Deezer voit une opportunité en misant sur la popularité croissante du rap auprès des jeunes générations. Ce festival vise à se démarquer et à renforcer la marque Deezer, tout en attirant de nouveaux utilisateurs à travers une expérience originale et engageante.



Le site web du festival sera central pour maximiser les ventes de billets et offrir une expérience utilisateur fluide et moderne, en répondant aux attentes de la cible jeune et numérique. Il servira à informer les visiteurs sur le programme et à faciliter l'achat de billets, contribuant ainsi au succès de la première édition du festival.

# VALUES



## Integrity

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



## Excellence

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



## Collaboration

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



## Innovation

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

# S

## Force

- Attraction des fans de rap
- Artistes réputés
- Communauté et culture
- Partenariats et sponsoring

# W

## Faiblesse

- Dépendance aux artistes
- Coûts élevés
- Logistique et gestion
- Risque de Controverse

# O

## Opportunité

- Expansion
- Médias et Réseaux Sociaux
- Innovation
- Partenariats culturels

# T

## Menace

- Concurrence
- Instabilité Économique
- Problèmes de sécurité

# PROBLÉMATIQUE

**01**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

**02**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

**03**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



# PROBLÉMATIQUE

01

Comment se démarquer des autres festivals

02

Quels moyens utiliser pour assurer une bonne communications

03

Quelles sont les attentes et besoins de nos cibles



# PROJECT TIMELINE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

Project Initiation



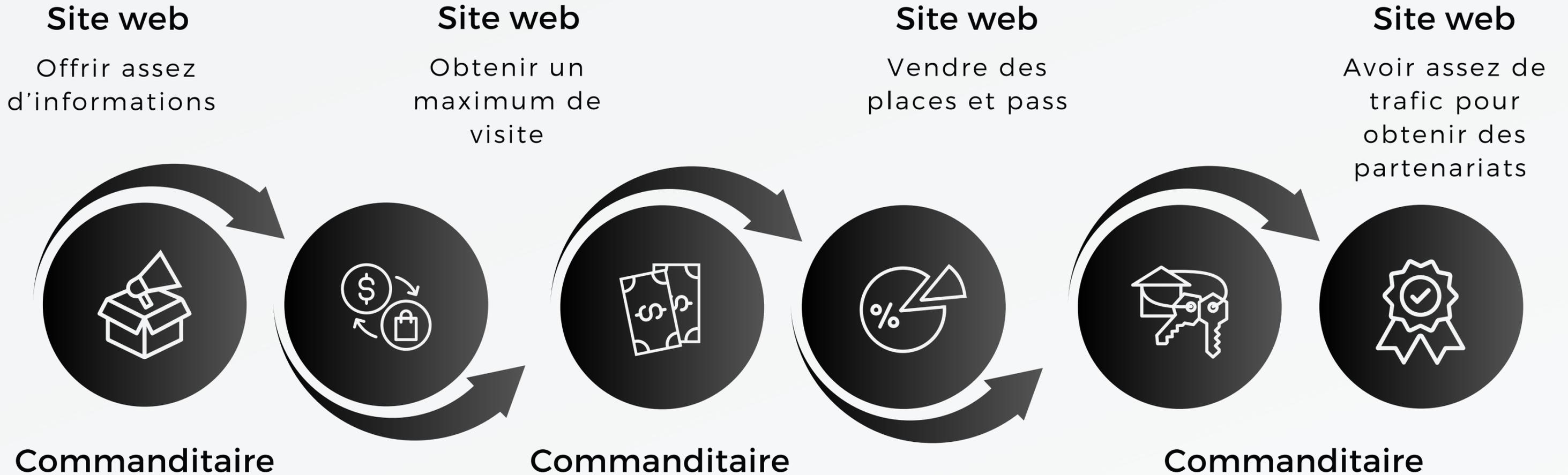
Review and Editing



Presentation and Sharing



# OBJECTIFS :



Le commanditaire pourra avoir plusieurs besoins de business, le plus connu et le plus important étant la rentabilité du festival mais aussi de bien gérer ses coûts afin de ne pas trop dépenser en créant par exemple des offres de groupes et des places VIP.

Ensuite il cherchera à faire connaître son festival via les réseaux sociaux et le bouche à oreille ce qui pourra l'amener à obtenir des partenariats ou collaborations avec d'autres marques/ festival qui pourront aider financièrement mais aussi via des collaborations sur des clips, des besoins, du matériel etc.

Après s'être démarquer de la concurrence il aura deux options, diversifier ses offres ou s'expandre à l'international, le premier pourra convenir à d'autre genres de musique par exemple ou mélanger un festival avec plusieurs genres, l'expansion à l'international lui pourra être plus simple si les artiste que le festival mets en avant sont déjà connue a l'inverse cela pourra aussi devenir une plateforme pour des artiste dans le but de faire leurs début à l'international.

# PERSONNES RESSOURCES

Direction :

- Moussa Khefif Directeur artistique
- Benoit Bourgeois Producteur exécutif
- Colombin Bastien Assistant artistique



Equipe technique :

- Responsable technique
- Ingénieur du son
- Chef électricien / Responsable éclairage
- Responsable vidéo

Equipe Communication :

- Responsable presse
- Community manager
- Responsable communications



# OBJECTIFS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.





# STATISTICS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



## 80%



## 20%



# NEXT PROJECT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

## Project 1

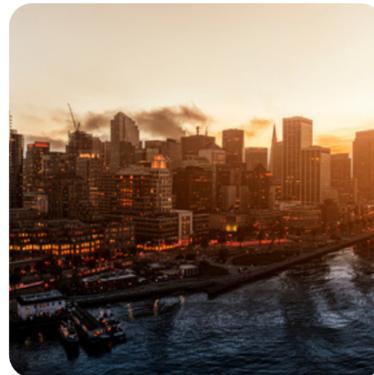
Australia - Sydney



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

## Project 2

Australia - Sydney



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

## Project 3

Australia - Sydney



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

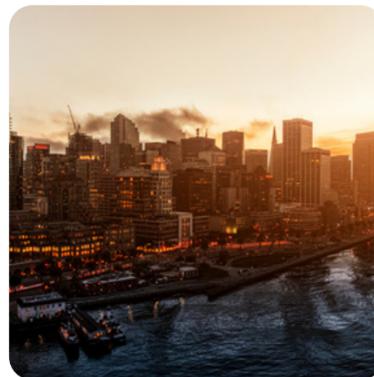
# BENCHMARK

## Cop1 Festival



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

## Holocène



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.

## Les vieilles charrues



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis vulputate nulla at ante rhoncus, vel efficitur felis condimentum. Proin odio odio.



## Julien Garnier

Professionnel de la communication

31 ans

Valence

### Biographie

Julien, 31 ans, est un professionnel de la communication travaillant dans une agence de publicité.

Amateur de musique, il apprécie particulièrement le rap pour son énergie et ses messages puissants.

Cherchant à allier détente et réseautage, il participe à des événements qui lui permettent de découvrir de nouveaux artistes tout en soutenant la scène musicale émergente. Attentif aux collaborations entre artistes connus et moins connus, il utilise LinkedIn et Instagram pour suivre les événements musicaux.

Julien attend une programmation variée avec des artistes diversifiés, ainsi que des espaces propices aux échanges professionnels, le tout dans un environnement bien organisé, avec des services de qualité tels que la nourriture et la sécurité.

### Motivations :

- Souhaite découvrir de nouveaux artistes tout en soutenant la scène musicale émergente.
- Intéressé par les collaborations entre artistes connus et moins connus.
- Veut profiter d'un événement qui lui permet de se divertir tout en élargissant son réseau professionnel.

### Attentes :

- Une programmation variée avec des artistes diversifiés.
- Des espaces propices aux échanges et au networking.
- Un environnement bien organisé, avec de bons services (nourriture, sécurité).

### Comportement

- Suivi des artistes et événements sur LinkedIn et Instagram.
- Participe à des festivals pour se détendre et rencontrer des contacts professionnels.

### Réseau sociaux

#### favoris :





## Maxime Loeb

Lycéen

17 ans

Lyon

### Biographie

Maxime, 17 ans, est un jeune rêveur passionné par la musique et la culture urbaine. Élève en terminale, il aime s'entourer de ses amis, surtout lors d'événements vibrants qui créent une ambiance festive et inoubliable.

Actif sur les réseaux sociaux, il partage avec enthousiasme ses découvertes et ses aventures, cultivant ainsi une communauté engagée.

Toujours à l'affût des dernières tendances, il est particulièrement fasciné par les collaborations entre artistes qui donnent vie à des sons uniques.

En quête d'expériences mémorables, Maxime rêve de festivals où se mêlent talents établis et nouvelles voix, tout en espérant trouver des espaces interactifs et des activités dédiées aux jeunes pour enrichir encore plus ces moments partagés.

40 mini

### Motivations :

- A envie de découvrir de nouveaux artistes, surtout ceux qui font des collaborations avec des rappeurs connus.
- Attiré par l'ambiance festive et conviviale d'un festival.
- Veut partager ses expériences sur les réseaux sociaux.

### Attentes :

- Un site web mobile-friendly pour réserver facilement des billets.
- Une programmation variée avec des artistes populaires et émergents.
- Des activités interactives et des espaces dédiés pour les jeunes sur le festival.

### Comportement

- Écoute de la musique en streaming et regarde des vidéos de concerts en ligne.
- Prend souvent des décisions basées sur les recommandations d'amis et des tendances sur les réseaux sociaux.

### Réseau sociaux

#### favoris :





## Emma Smith

Étudiante en marketing

24 ans

Grenoble

## Biographie

Emma, 24 ans, est une étudiante en marketing dynamique et passionnée par la musique et les événements culturels.

Sur Instagram et Twitter, elle suit de près les tendances du rap et adore découvrir des artistes émergents.

Toujours en quête d'expériences uniques, elle privilégie les événements qui allient musique et rencontres sociales, souhaitant tisser des liens avec d'autres passionnés. Participante régulière à des concerts et festivals, elle utilise les réseaux sociaux pour rester informée des dernières nouveautés. Emma rêve d'un site web intuitif offrant des informations claires sur la programmation et des opportunités de networking dans une ambiance accueillante et inclusive pour tous les amateurs de rap.

## Motivations :

- Cherche des événements qui allient musique et rencontres sociales.
- Intéressée par les expériences uniques et la découverte de nouveaux talents.
- Veut se connecter avec d'autres passionnés de musique.

## Attentes :

- Un site web intuitif avec des informations claires sur la programmation.
- Des opportunités de networking avec d'autres étudiants et professionnels.
- Une ambiance accueillante et inclusive pour tous les amateurs de rap.

## Comportement

- Participe régulièrement à des concerts et festivals.
- Utilise les réseaux sociaux pour rester informée sur les événements.

## Réseaux sociaux

### favoris :



# CONCURRENCE



## Holocène



Le festival Holocène à Grenoble est un événement pluridisciplinaire qui allie arts et sciences pour sensibiliser aux enjeux environnementaux. Avec des concerts, des expositions et des conférences.



## Wintower



Le festival Wintower est un événement musical et culturel qui se déroule à Grenoble, mettant en avant des artistes émergents et confirmés.



## Vieille charrues



Les Vieilles Charrues est un festival de musique emblématique qui se tient chaque été à Carhaix, en Bretagne. Il rassemble des artistes de divers genres musicaux, allant du rock à la pop en passant par l'électro.



## Cop1 Festival



Le festival COPI est un événement qui se déroule à Grenoble, centré sur les enjeux climatiques et environnementaux.

# BENCHMARK



- Public cible : très large, incluant divers genres musicaux. Attire des familles et les jeunes.
- Style : programmation mixte avec des têtes d'affiche connues, mais également des découvertes.
- Forces : très grande notoriété et organisation, et infrastructures bien établies.
- Faiblesses : grande échelle, difficile à concurrencer pour un festival émergent. Ce festival peut paraître impersonnel pour certains.

# BENCHMARK

# Lollapalooza

PARIS

18 19 20   
**JUILLET**  
**2025**

EN 

16%

Bienvenue dans l'aventure Lollapalooza. Hâte de te faire découvrir cette année notre univers et les différents joueurs qui y seront présents. N'hésite pas à te balader pour découvrir plus d'informations.



HIPPODROME  
PARISLONSCAMP

© 2025 Lollapalooza, LLC



Gérer mes préférences

- Public cible : Amateurs de musique éclectique et culture pop. Attire un large public international, y compris les jeunes adultes et les familles.
- Style : Éclectique et multiculturel, avec une programmation variée allant du rock alternatif au rap, électronique, pop, etc. Forte attention aux nouvelles tendances, notamment pour les artistes émergents.
- Forces : Notoriété mondiale et excellente organisation. Programmation diversifiée avec des têtes d'affiche et des talents émergents. Ambiance festive en extérieur avec de nombreuses activations
- Faiblesses : Trop de genres différents, ce qui peut frustrer des fans de genres spécifiques comme le rap. Prix élevé des billets, limitant l'accès à certains publics. Gestion des grandes foules et afflux massif de personnes. Moins de focus sur certains genres, comme le rap, qui pourrait être mieux représenté.

# BENCHMARK



- Public cible : jeunes adultes, amateurs de musique en hiver.
- Style : mélange de genres, avec une place croissante pour le rap.
- Forces : atmosphère unique, concerts en intérieur, cadre chaleureux.
- Faiblesses : Limité par la saison, et peut ne pas attirer autant de spectateurs que les festivals d'été.

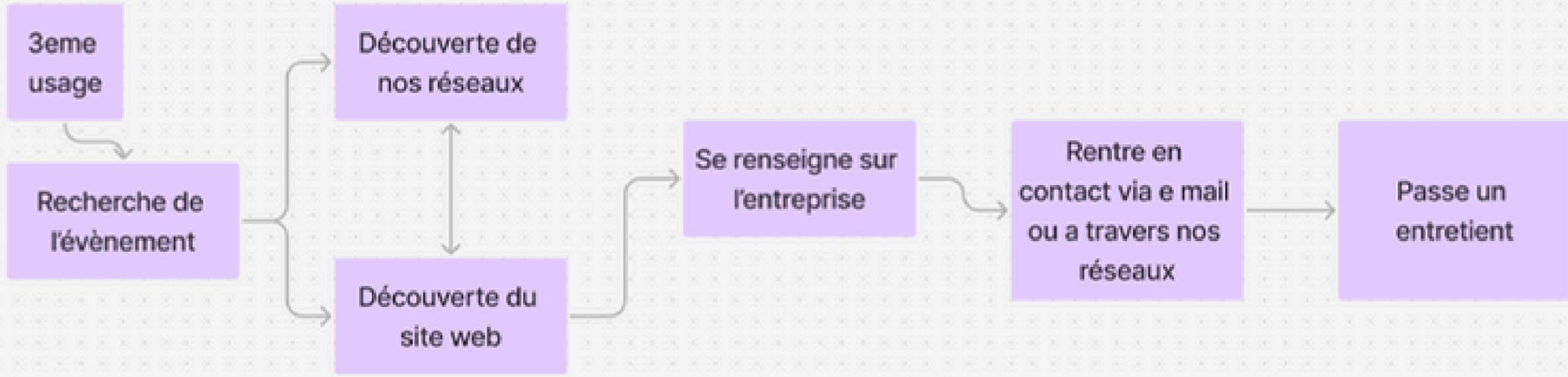
# BENCHMARK



- Public cible : essentiellement jeune, axé sur la culture urbaine et le rap. Attire un public local.
- Style : musique actuelle et mise en avant d'artistes émergents mais également de ceux établis sur la scène musicale francophone.
- Forces : rassemble un large public dans une ville dynamique, ambiance conviviale, programmation variée et accessibilité notamment aux étudiants (festival créé par des étudiants pour la jeunesse et les étudiants).
- Faiblesses : concurrence avec d'autres festivals similaires dans la région. Besoin de se renouveler pour garder l'intérêt du public.

# SCÉNARIO D'USAGE

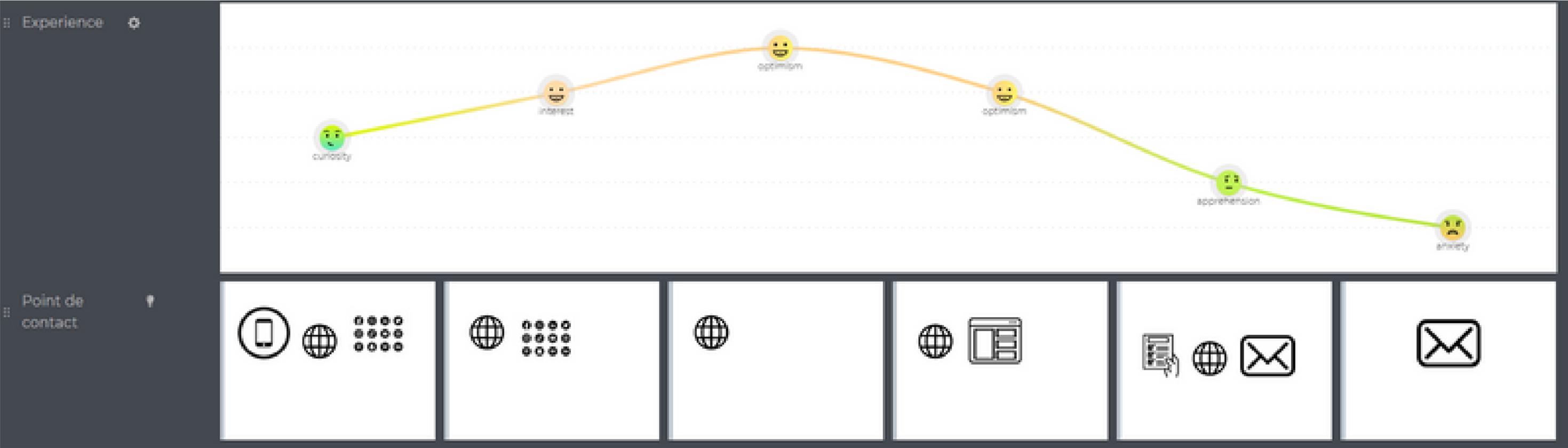
Etudiant qui cherche un stage/Job



# USER JOURNEY MAP

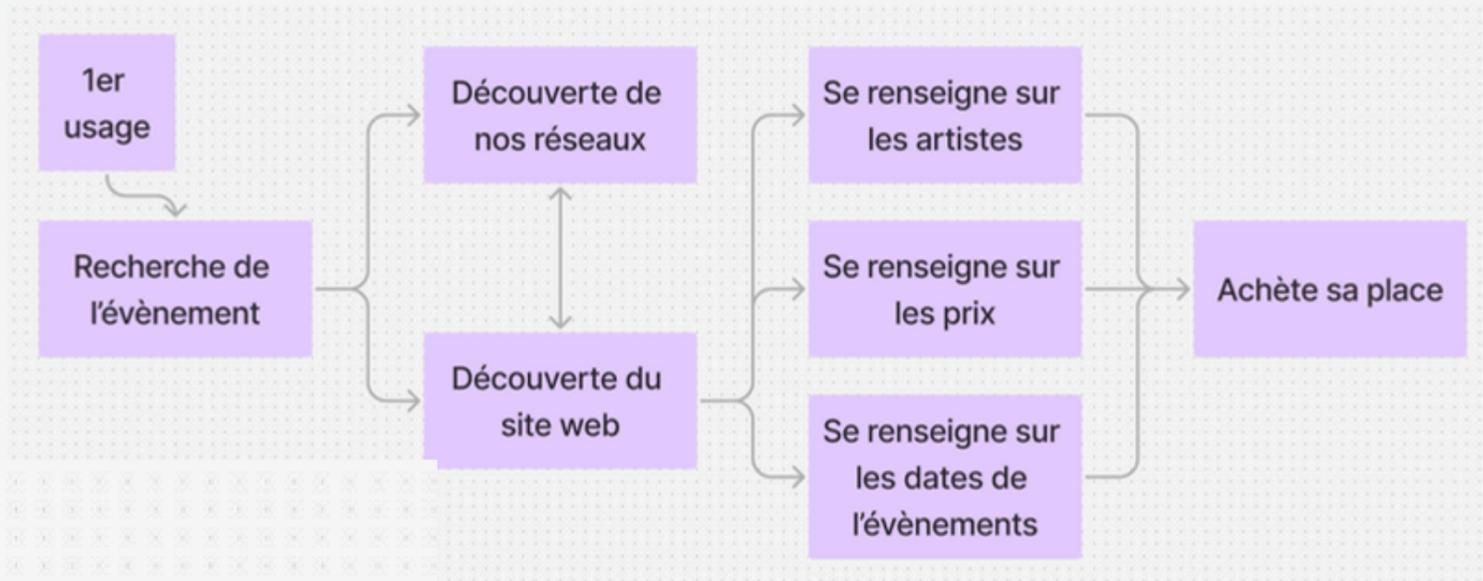
	PREMIER CONTACT	ACCÈS AU SITE + ⚙ ×	RECHERCHE DE BIEN	SAUVEGARDES DES I	PRISES DE CONTACT	SUIVI DE LA CANDID-
Actions	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recherche web</li> <li>Recherche sur les réseaux qui redirige vers le site web</li> <li>Publicité</li> <li>bouche-à-oreille</li> </ul>	<p>La personne visite le site officiel du festival pour obtenir plus d'informations sur l'événement, y compris les offres d'emploi disponibles.</p> <p>elle peut accéder au site via nos réseaux sociaux ou à travers des recherche sur le web</p>	<p>La personne cherche des opportunités d'emploi spécifiques, comme des postes dans l'accueil, la logistique, la gestion des artistes, la billetterie, etc.</p>	<p>La personne sélectionne les offres qui l'intéressent, sauvegarde ses candidatures potentielles et commence à préparer son CV, lettre de motivation ou portfolio, si nécessaire.</p>	<p>La personne soumet sa candidature (CV, lettre de motivation, etc.), soit en ligne via un formulaire, soit par email.</p>	<p>a personne attend une réponse à sa candidature, ou bien elle envoie un email de suivi si le délai de réponse est trop long.</p>
Sentiments	<p>Excitation et curiosité - La personne est enthousiasmée par l'idée de travailler dans un événement prestigieux et d'explorer de nouvelles opportunités dans l'industrie de la musique.</p>	<p>Espoir et intérêt - Le site est bien conçu, clair et détaillé, ce qui génère un sentiment de confiance.</p>	<p>Satisfaction - Lorsqu'elle trouve des offres d'emploi qui correspondent à ses compétences et à ses attentes.</p> <p>Déception - Si aucune offre n'est disponible ou si les descriptions sont trop vagues, la personne peut se sentir perdue ou découragée.</p>	<p>Motivation et anticipation - La personne se sent prête à postuler et commence à prendre des mesures concrètes pour soumettre sa candidature.</p> <p>Stress - La pression de bien faire, de répondre aux exigences de l'offre, ou de respecter une deadline de candidature peut être source d'anxiété.</p>	<p>Confiance et espoir - La personne a l'impression d'avoir fait de son mieux et attend une réponse.</p>	<p>Espoir et anticipation - Si la personne reçoit des nouvelles ou des signes positifs, elle se sent valorisée.</p>
Frustration	<p>Pas assez d'informations initiales - La personne peut ne pas savoir exactement où chercher des opportunités d'emploi ou des informations sur le festival. Le manque de visibilité ou de détails peut entraîner de l'incertitude.</p>	<p>Site difficile à naviguer ou peu intuitif - Des problèmes techniques, comme un site lent ou des informations mal organisées, peuvent créer de la frustration.</p>	<p>Manque de filtres de recherche ou de clarté - La personne peut se perdre dans une liste d'offres sans pouvoir affiner sa recherche efficacement. Des informations manquantes ou une mauvaise présentation des offres peuvent nuire à l'expérience.</p>	<p>Difficulté à comprendre les critères de sélection - Si les informations sur le profil recherché ne sont pas suffisamment claires ou si les instructions pour postuler sont compliquées, cela peut créer de l'incertitude.</p>	<p>Manque de feedback immédiat - L'absence de confirmation de la candidature ou un délai de réponse trop long peut générer de la frustration.</p>	<p>Manque de communication - L'absence de retour de la part du festival peut amener la personne à se sentir ignorée ou non appréciée.</p>

# USER JOUREY MAP

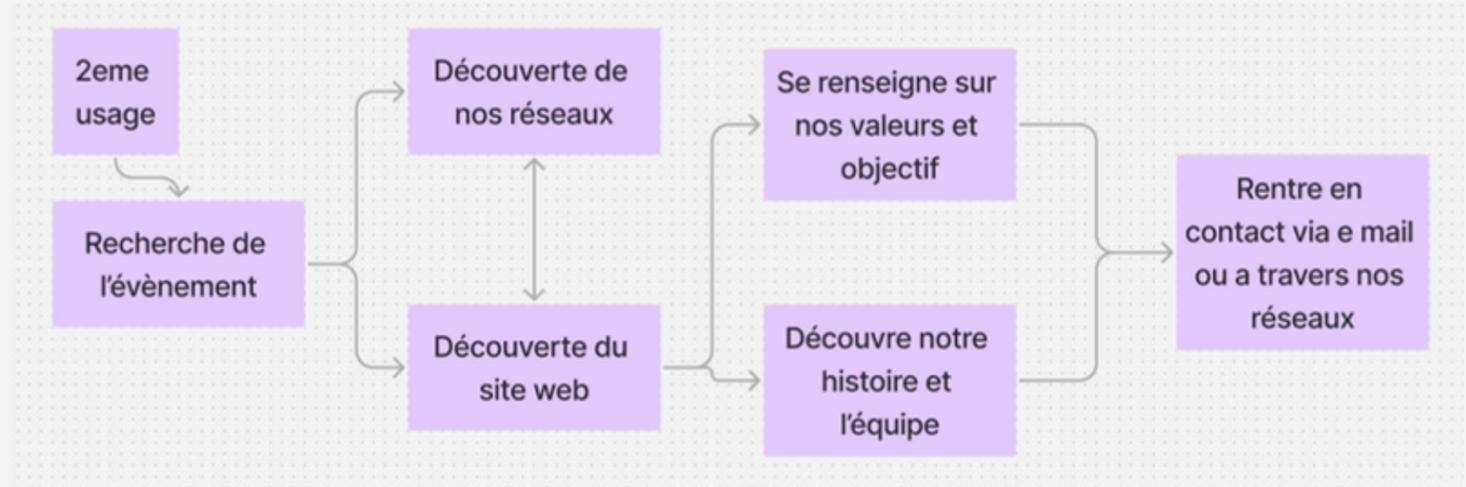
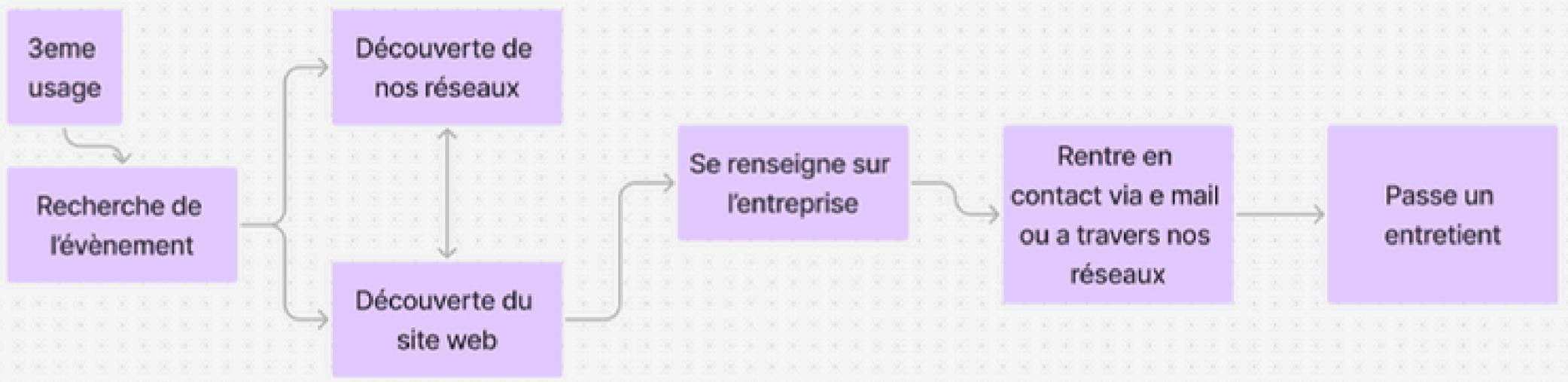


Lien vers le site et notre journey map :  
[Le lien](#)

# SCÉNARIO D'USAGE



Etudiant qui cherche un stage/Job



# LIGNE ÉDITORIALE

## Stratégie de contenance :

### Type de contenance :

- Vidéos (à voir car aucune édition précédente)
- Photo (Instagram, X, Facebook)
- Pub audio (Radio local, Appli de musique)
- Affiche/flyer (sur Lyon, Valence, Grenoble)

La plupart des contenus seront utilisés sur nos différents réseaux sociaux cependant nous allons privilégier Instagram comme réseau principal

## Fréquence :

# CHARTE GRAPHIQUE

## 01

### Couleur

#### couleur marquante

- Rouge : #F5534B
- Vert : #93F58E
- Bleu : #54BCBF
- Bordeaux : #7A0000
  - Plus clair : 7B4343
  - Variante : A96565
- Orange : #F4B65B
  - Variante : EED797

## 03

### Motif

Graffiti  
Micro et platine

## 02

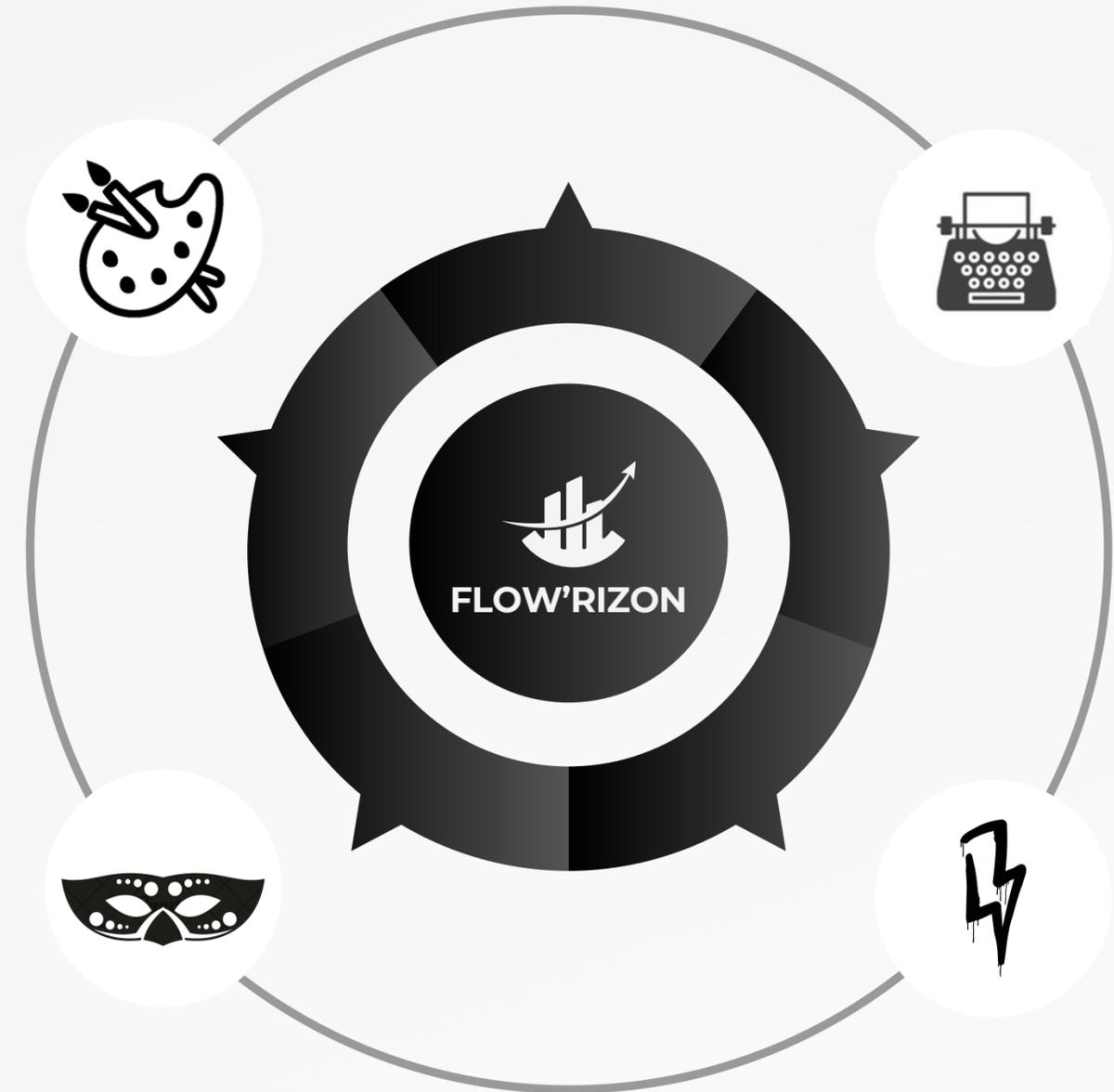
### Typographie

Titre : Shader in line  
Corps de texte : Oswald Regular

## 04

### Ambiances

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit.  
Duis vulputate nulla at ante  
rhoncus, vel efficitur felis  
condimentum. Proin odio  
odio.



# NOTRE ÉQUIPE



## Aaron Loeb

Ceo Of Ingoude Company

 +123-456-7890

 [www.reallygreatsite.com](http://www.reallygreatsite.com)

 123 Anywhere St., Any City



## Dani Martinez

Ceo Of Ingoude Company

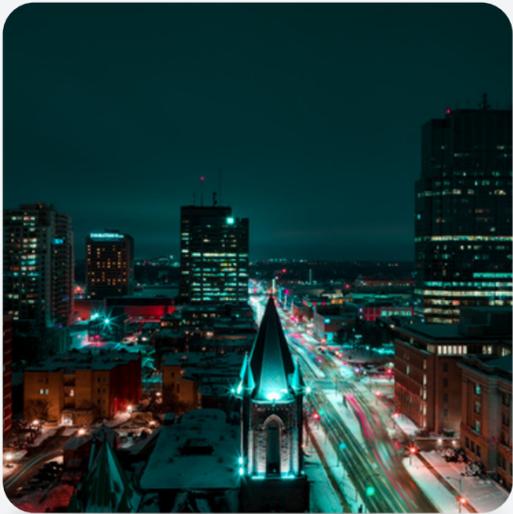
 +123-456-7890

 [www.reallygreatsite.com](http://www.reallygreatsite.com)

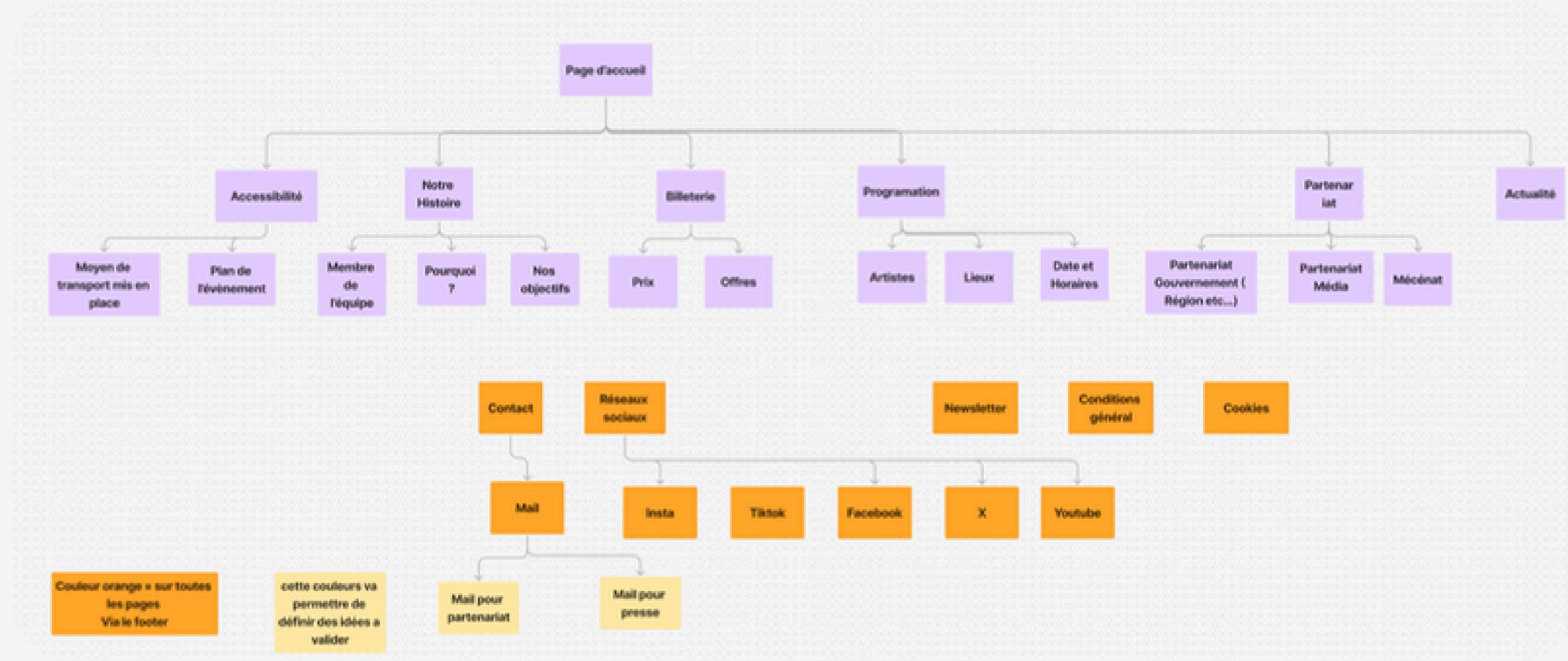
 123 Anywhere St., Any City



**BORCELLE**



# Arborescence



Lien vers arborescence :

[Le lien](#)

# PAGE RESSOURCE

