

Beauvais

Les artistes locaux diffusés par le standard téléphonique

Le problème

La situation sanitaire inédite a engendré de nombreuses restrictions, impactant fortement le monde de la culture. Il s'agissait de maintenir les nombreux échanges avec les acteurs de la vie culturelle de notre ville qui déploraient la « mise en pause » de leur vie artistique par les mesures gouvernementales.

Votre solution innovante :

Utiliser la musique d'attente du standard téléphonique de la ville pour mettre à l'honneur les artistes locaux.

Les objectifs

Rapprocher les habitants des artistes locaux

Les faire connaître

Leur signifier l'attachement de la municipalité dans une période compliquée

Porter l'image d'une collectivité proactive et qui innove.

L'histoire de votre action innovante

- **Qui**

La commande : madame le Maire pour la Ville de Beauvais et l'agglomération du Beauvaisis.

Les acteurs : les services informatique et téléphonie qui gèrent le système de mise en attente (programmation, voix off, etc.). Le service culturel qui a été chargé de faire le lien avec les artistes.

Le service communication.

Les partenaires : les artistes eux-mêmes.

- **Pour qui**

L'ensemble des habitants appelant le standard téléphonique pour joindre les services de la Ville de Beauvais et de l'Agglomération du Beauvaisis.

- **Quoi**

Exit les traditionnelles « musiques d'ascenseur », place aux talents de notre territoire !

Lors d'un appel au standard téléphonique pour entrer en relation avec les services, une voix off accueille les appelants et diffuse une annonce : « Nous vous proposons de patienter en musique avec un artiste local... vous écoutez ARTISTE, avec son titre XXX ».

La programmation se fait par roulement : 1 semaine / 1 artiste / 1 chanson.

À noter que les artistes sont aussi mis à l'honneur via la diffusion de leur musique dans le centre-ville par le biais de hauts parleurs les mercredis/vendredis/samedis ; également par le biais des médias, des outils de communication institutionnels (site, journal mensuel, réseaux sociaux) et via la communication de Madame le Maire.

Le service culturel a été chargé de faire le lien avec les artistes : recensement des artistes locaux, accord, choix du titre à diffuser, collecte des moyens de contact.

Le service communication a créé les visuels de communication, un clip vidéo, la communication sur le site internet de la ville et les réseaux sociaux ; il a également diffusé l'information auprès des médias locaux.

- **Quand**

À partir du 8 février 2021.

Les moyens humains et financiers

Cette action ne nécessite pas de budget spécifique.

Les supports informatiques et logiciels étaient déjà en possession de la collectivité.

L'action passe par une simple programmation rapide et très simple à faire, sans coût particulier.

Les services internes (informatique/téléphonie) gèrent le dispositif.

L'évaluation de l'innovation

- **Impact**

Le standard reçoit en moyenne 420 appels/jour, soit autant de personnes impactées par cette promotion des artistes locaux.

Pour les artistes, le gain se fait en visibilité et ont ici une très belle vitrine, innovante, qui ne leur coûte rien et les expose à plusieurs centaines de personnes en toute proximité.

Pour la collectivité, le gain se fait sur l'image : perception d'une collectivité moderne, qui sait évoluer et mettre à l'honneur la Culture locale.

L'initiative a également été saluée par les médias (presse écrite, TV -France 3-, et radios).

- **Potentiel**

Ce système est très simple et facilement répliquable dans toutes les collectivités disposant d'un système musical de mise en attente au standard téléphonique, sans budget spécifique puisque le système est déjà présent.

- **Bilan, suivi, projet d'évolution**

Lancée dans une période où les lieux culturels étaient fermés, l'initiative a été particulièrement appréciée par les habitants qui ont trouvé l'idée originale et bienvenue, mais aussi par les artistes qui se sentaient oubliés et mis de côté à cause des restrictions sanitaires.

Suivi : pérennisation de l'action.

L'évolution pourra se faire autour d'une articulation basée sur la digitalisation, avec un artiste diffusé pendant un mois au standard, avec appui du service communication (réseaux, site, magazine institutionnel) pour finir avec un concert diffusé sur les réseaux de la ville, en partenariat avec une radio locale.

Mots clés :

Culture - Proximité - Communication