



ASSOCIATION MOSAE

ASSOCIATION MOSAE

PRÉSENTÉ
ANAËLLE MARTINICO

Sommaire



CONTEXTE



BRIEF DU PROJET



**CHARTRE
EDITORIALE**



PRÉ-BILAN



**STRATÉGIE
MARKETING**



**STRATÉGIE
COMMUNICATION**



SITE INTERNET



**NOTE
PERSONNELLE**

CONCLUSION

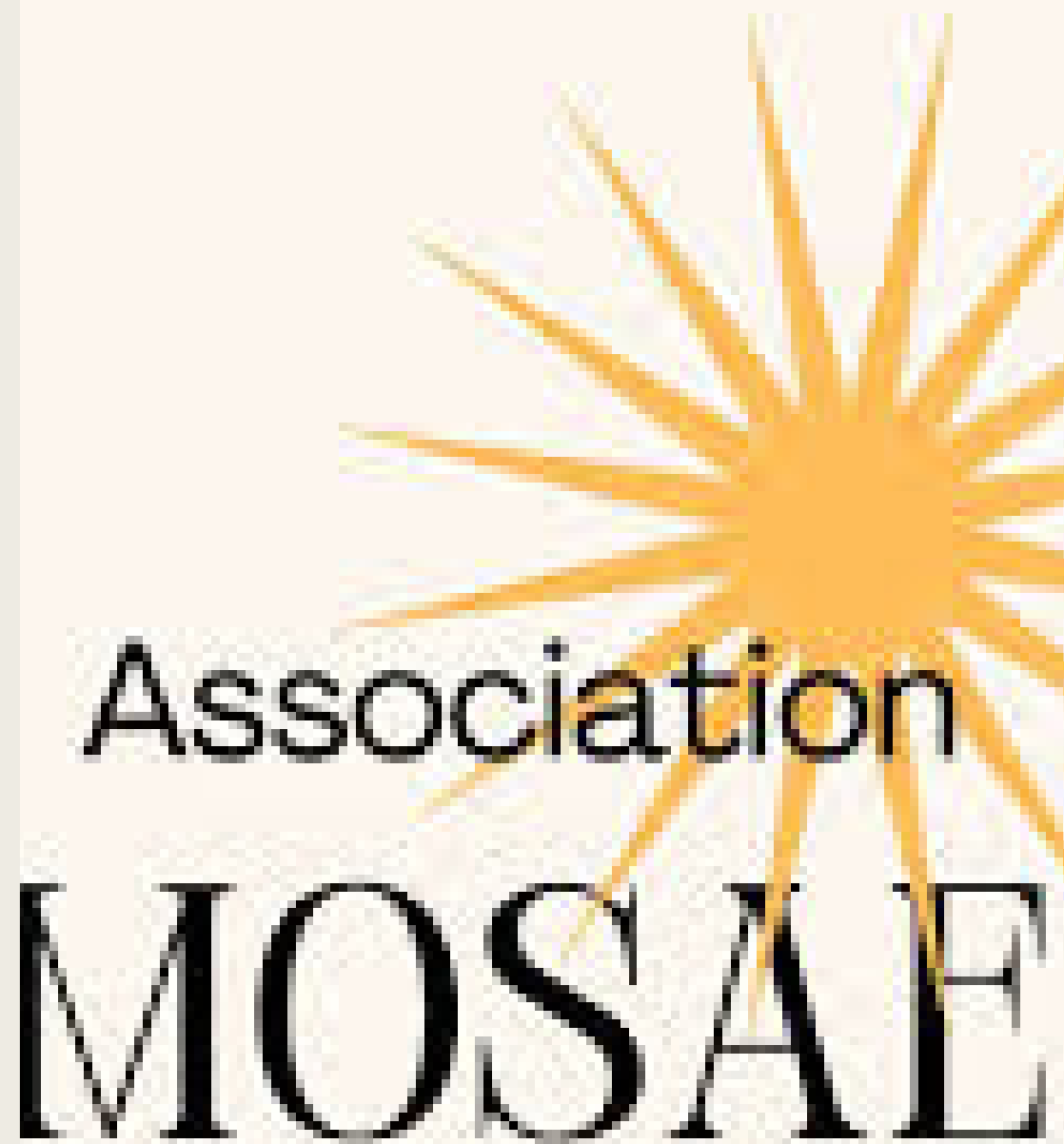
CONCLUSION

Contexte

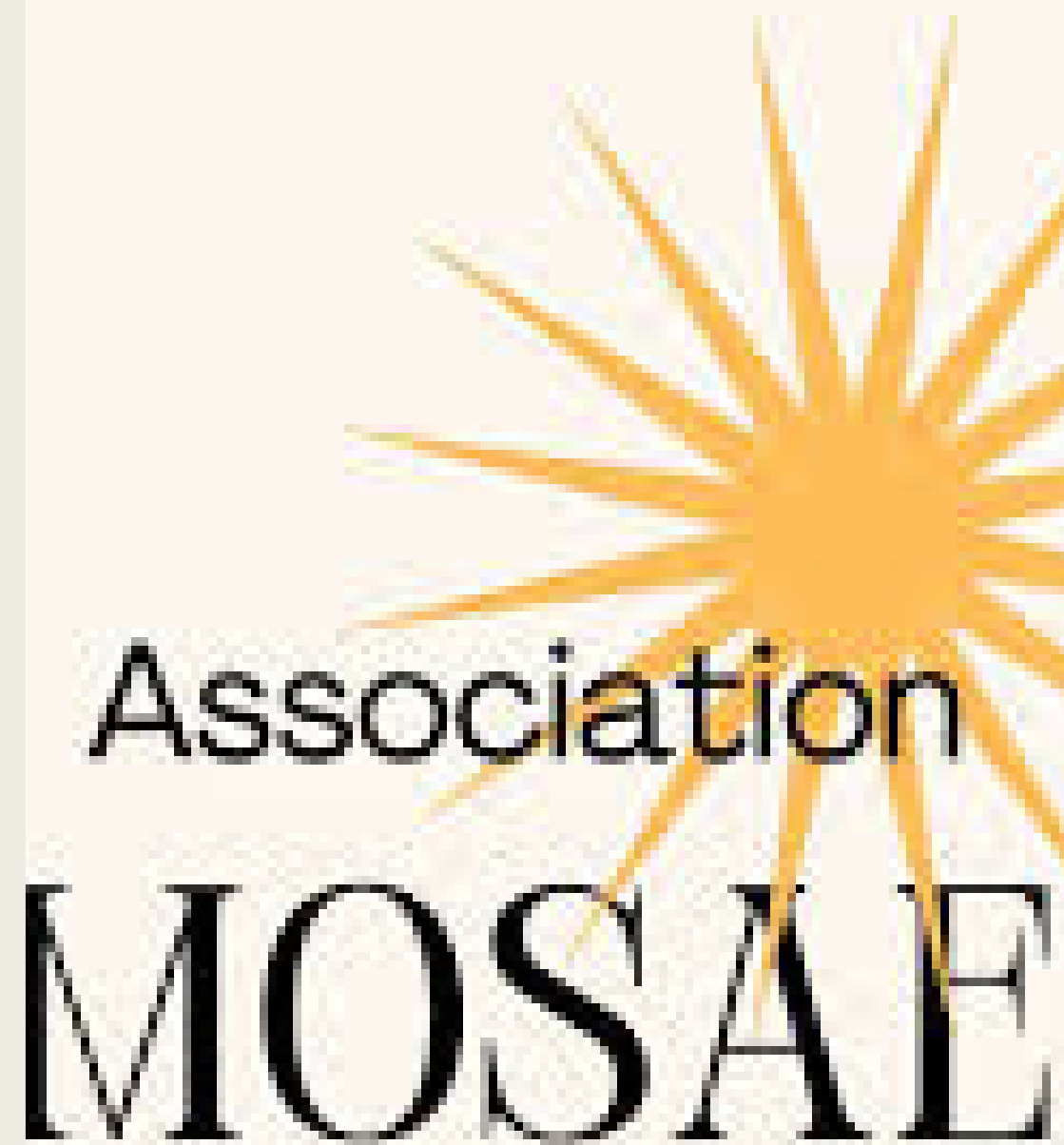
Association Mosae est une association socio-culturelle créée en 2024 par Julia Rauch et Noé Pellencin. Elle développe des projets artistiques et chorégraphiques au sein de structures de santé, éducatives et sociales, en utilisant la danse et le mouvement comme outils d'expression, de lien social et de bien-être.

L'association intervient principalement auprès d'établissements hospitaliers, médico-sociaux et structures spécialisées, avec une approche centrée sur l'humain, le soin et la médiation artistique.

Dans un contexte où les projets culturels et le bien-être prennent une place de plus en plus importante dans les structures de santé, Association Mosae souhaite aujourd'hui renforcer sa visibilité et professionnaliser sa communication digitale.



Association Mosae



Association Mosae

Brief du projet

CE PROJET AVAIT POUR OBJECTIF DE DÉVELOPPER LA VISIBILITÉ DIGITALE D'ASSOCIATION MOSAE ET DE STRUCTURER SA COMMUNICATION AFIN DE RENFORCER SA PRÉSENCE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HOSPITALIERS ET MÉDICO-SOCIAUX.

POUR CELA, UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET MARKETING A ÉTÉ MISE EN PLACE COMPRENANT :

- LA CRÉATION DU SITE INTERNET ;**
- LE DÉVELOPPEMENT DES RÉSEAUX SOCIAUX (INSTAGRAM, FACEBOOK ET LINKEDIN) ;**
- LA CRÉATION DE CONTENUS DIGITAUX ;**
- LA MISE EN PLACE D'UNE IDENTITÉ VISUELLE ET ÉDITORIALE COHÉRENTE ;**
- UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ORIENTÉE NOTORIÉTÉ ET VALORISATION DES PROJETS ;**
- L'OPTIMISATION DE LA PRÉSENCE DIGITALE DE L'ASSOCIATION**
- UNE STRATÉGIE SEO AFIN D'AMÉLIORER LA VISIBILITÉ DU SITE INTERNET ET LE RÉFÉRENCIEMENT LOCAL.**

Fondateurs



**Julia Rauch -
cofondatrice de l'association**



**Noé Pellencin -
co fondateur de l'association**



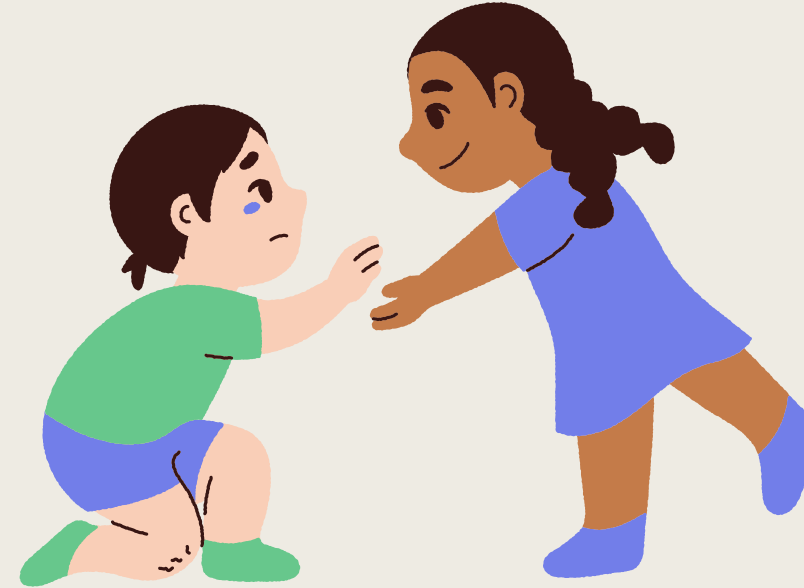
Charte Éditoriale

Valeurs

Inclusion



Bienveillance



Humanité



Accessibilité



Partage



Expression artistique



Secteur Activité

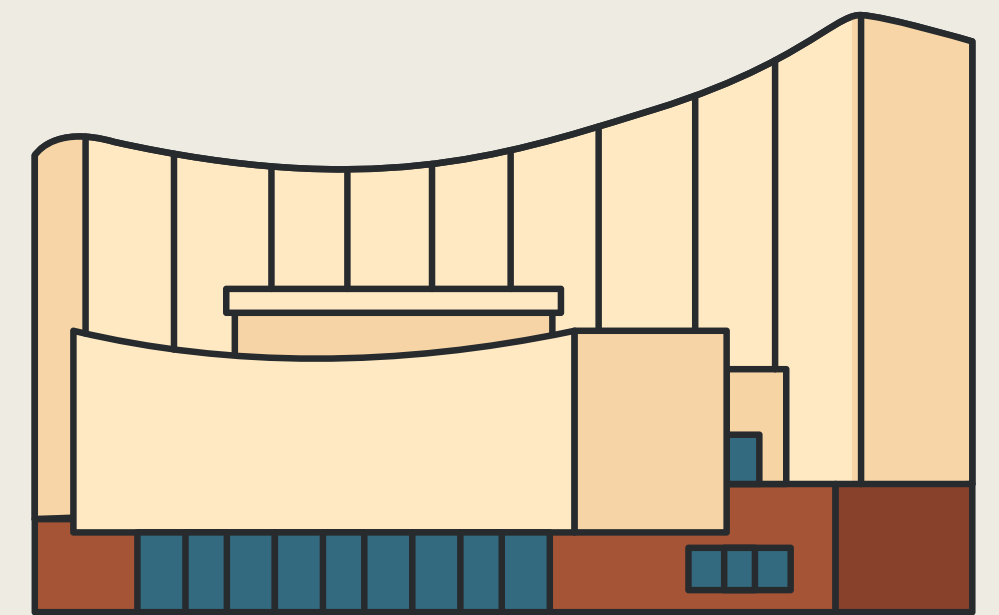
Association Mosae évolue dans le secteur de la médiation artistique, culturelle et sociale, à la croisée des domaines de la culture, du bien-être et de la santé. L'association développe des projets artistiques et chorégraphiques au sein de structures hospitalières, médico-sociales et éducatives afin de favoriser le lien social, l'expression corporelle et le bien-être des publics accompagnés.



Hôpitaux



EHPAD



**centres spécialisés
institutions culturelles.**

Ton

Humain

Bienveillant

Inspirant

Sensible

Style

Artistique

Humain

Poétique

Contemporain

Type de contenu

Vidéos

- contenus immersifs
- avant/après,
- coulisses et tendances



Stories

- contenu quotidien,
- interaction
- proximité avec la communauté



Publications (Simple)

- conseils,
- explications de soins,
routines
- contenus pédagogiques



Site internet

- vitrine principale de
l'institut et
- canal de conversion
- Article SEO



Compétences

**Médiation artistique
par la danse**

**Animation d'ateliers
chorégraphiques**

**Création de projets
artistiques participatifs**

**Travail auprès de publics
fragilisés ou isolés**

**Intervention en milieu
hospitalier et
médico-social**

**Conception de
dispositifs culturels**

**Création de projets
artistiques participatifs**

**Transmission artistique
pédagogique**



pré-bilan



Point Positifs

Site web

- **Identité claire de l'association et de sa mission artistique et sociale**
- **Bonne mise en avant des projets (hôpitaux, EHPAD, écoles, structures sociales)**
- **Valorisation du lien entre danse, santé et médiation artistique**
- **Présence de contenus explicatifs sur les actions et dispositifs**
- **Site cohérent avec le positionnement humain et culturel de l'association**



Point à Améliorer

Réseaux sociaux

- **Identité visuelle encore peu homogène entre Instagram, Facebook et LinkedIn**
- **Manque de régularité dans les publications**
- **Peu de storytelling autour des projets (peu de mise en scène des interventions terrain)**
- **Engagement limité (peu de commentaires et d'interactions)**
- **Manque de contenus "impact" (témoignages, retours bénéficiaires, coulisses)**
- **Peu de formats vidéo dynamiques (Reels, interviews, immersion)**
- **Positionnement institutionnel pas toujours assez valorisé sur LinkedIn**
- **Visibilité encore faible auprès des hôpitaux et décideurs**



Stratégie Marketing



- Développement des politiques publiques autour de la culture en milieu hospitalier
- Soutien institutionnel aux projets artistiques en santé (culture et bien-être)
- Financements publics possibles (DRAC, collectivités, appels à projets culture-santé)



- Budget contraint des hôpitaux et structures médico-sociales
- Financements souvent basés sur appels à projets ou mécénat
- Importance des partenariats privés et publics pour pérenniser les actions



- Sensibilité croissante au bien-être des patients et résidents
- Reconnaissance de l'impact positif de l'art sur la santé mentale et physique
- Besoin d'accompagnement des publics isolés ou fragilisés



- Développement de contenus vidéo
- Utilisation des réseaux sociaux pour valoriser les projets et leur impact
- Importance d'un site internet comme vitrine institutionnelle



- Faible impact environnemental direct de l'activité
- Possibilité de valoriser des pratiques écoresponsables dans l'organisation des projets



- Encadrement des interventions en milieu hospitalier et médico-social
- Respect des autorisations d'intervention dans les structures sensibles



Objectif SMART (Instagram)

Association

AUGMENTER LA VISIBILITÉ DE L'ASSOCIATION DE 15 % EN 6 MOIS GRÂCE À LA PUBLICATION RÉGULIÈRE DE CONTENUS IMMERSIFS ET HUMAINS. DÉVELOPPER L'ENGAGEMENT MOYEN DE 10 À 15 % VIA DES CONTENUS VIDÉO ET DES RETOURS TERRAIN. VALORISER LES PROJETS RÉALISÉS EN STRUCTURES DE SANTÉ POUR RENFORCER LA NOTORIÉTÉ LOCALE ET INSTITUTIONNELLE.

Objectif SMART (Facebook)

Association

AUGMENTER DE 10 À 15 % L'ENGAGEMENT SUR LES PUBLICATIONS EN 6 MOIS. RENFORCER LA VISIBILITÉ LOCALE AUPRÈS DES STRUCTURES SOCIALES ET PARTENAIRES. RELAYER LES PROJETS ET ACTIONS DE TERRAIN POUR MAINTENIR UNE PRÉSENCE RÉGULIÈRE.

Objectif SMART (Linkedin)

Association

AUGMENTER DE 20 % LA VISIBILITÉ AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DU SECTEUR SANTÉ-CULTURE EN 6 MOIS. DÉVELOPPER UN RÉSEAU QUALIFIÉ D'HÔPITAUX, INSTITUTIONS ET PARTENAIRES CULTURELS. PUBLIER RÉGULIÈREMENT DES CONTENUS POUR RENFORCER LA CRÉDIBILITÉ INSTITUTIONNELLE ET LE POSITIONNEMENT B2B.

Objectif SMART (Site Internet)

Association

AUGMENTER DE 20 % LE TRAFIC DU SITE EN 6 MOIS GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX ET AU RÉFÉRENCEMENT. AMÉLIORER LA VISIBILITÉ SUR LES RECHERCHES LIÉES À “CULTURE EN MILIEU HOSPITALIER” ET “DANSE ET SANTÉ”. GÉNÉRER DAVANTAGE DE PRISES DE CONTACT ET DEMANDES DE PARTENARIATS VIA LE SITE.

Association

Explication Objectif SMART

LES OBJECTIFS SMART PERMETTENT À ASSOCIATION MOSAE DE STRUCTURER SA STRATÉGIE DIGITALE DE MANIÈRE CLAIRE, MESURABLE ET RÉALISTE EN FONCTION DE CHAQUE CANAL DE COMMUNICATION. ILS SERVENT À DÉFINIR DES RÉSULTATS PRÉCIS À ATTEINDRE DANS UN TEMPS DONNÉ AFIN DE SUIVRE L'ÉVOLUTION DE LA VISIBILITÉ ET DE L'IMPACT DE L'ASSOCIATION. CHAQUE PLATEFORME A UN RÔLE SPÉCIFIQUE : INSTAGRAM PERMET DE VALORISER LES PROJETS À TRAVERS DES CONTENUS IMMERSIFS ET D'AUGMENTER L'ENGAGEMENT, LINKEDIN VISE À DÉVELOPPER LA CRÉDIBILITÉ INSTITUTIONNELLE ET LES PARTENARIATS AVEC LES HÔPITAUX, FACEBOOK MAINTIENT UNE COMMUNICATION LOCALE ET RÉGULIÈRE AVEC LES ACTEURS SOCIAUX, TANDIS QUE LE SITE INTERNET AGIT COMME UN OUTIL DE CONVERSION ET DE RÉFÉRENCEMENT POUR GÉNÉRER DES PRISES DE CONTACT ET DES DEMANDES DE COLLABORATION.

KPI (Instagram)

Association

NOMBRE D'ABONNÉS TAUX D'ENGAGEMENT (LIKES, COMMENTAIRES, PARTAGES, SAUVEGARDES) PORTÉE DES PUBLICATIONS ET DES REELS NOMBRE DE VUES DES CONTENUS VIDÉO INTERACTIONS EN STORY (RÉPONSES, SONDAGES, CLICS) CLICS VERS LE SITE INTERNET

KPI (Linkedin)

Association

**NOMBRE DE CONNEXIONS / ABONNÉS PORTÉE DES PUBLICATIONS TAUX
D'ENGAGEMENT (LIKES, COMMENTAIRES, PARTAGES) NOMBRE DE VUES DES
POSTS CLICS VERS LE SITE INTERNET OU PRISE DE CONTACT NOMBRE DE
DEMANDES DE PARTENARIAT OU DE MESSAGES ENTRANTS**

KPI (Facebook)

Association

**NOMBRE D'ABONNÉS À LA PAGE PORTÉE DES PUBLICATIONS TAUX
D'ENGAGEMENT (RÉACTIONS, COMMENTAIRES, PARTAGES) NOMBRE DE CLICS
SUR LES PUBLICATIONS MESSAGES REÇUS VIA LA PAGE VISIBILITÉ DES CONTENUS
LOCAUX**

KPI (Site internet)

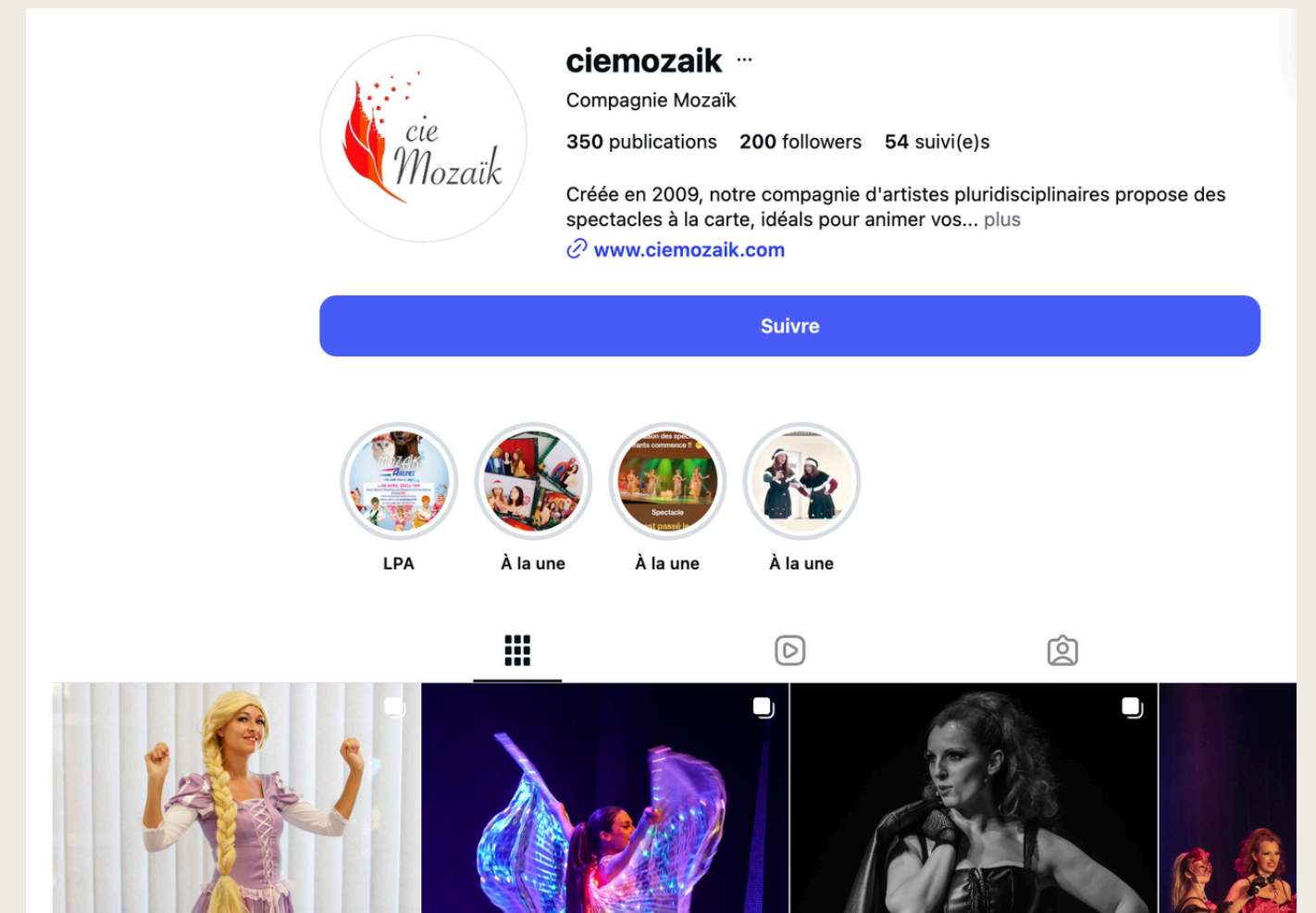
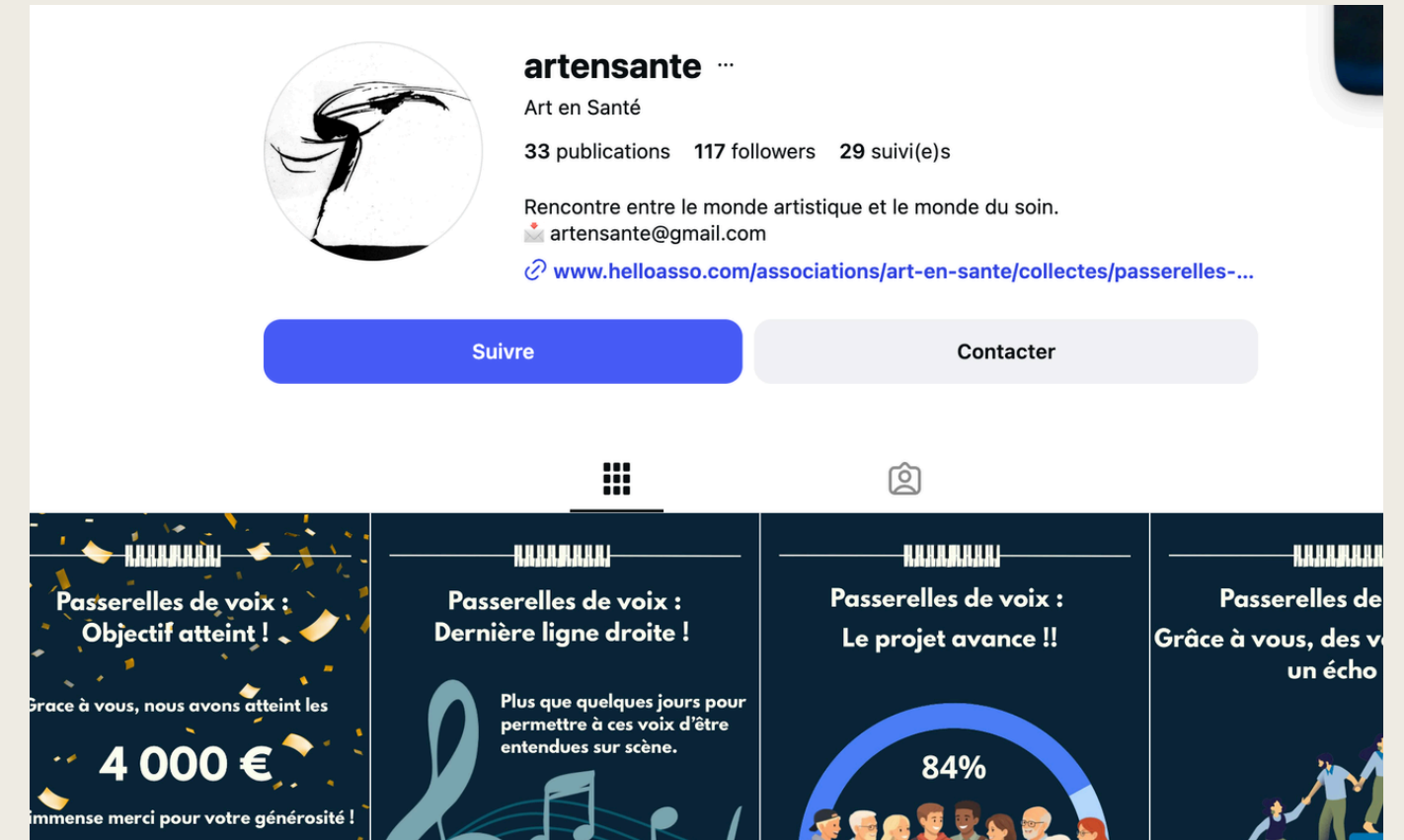
Association

**NOMBRE DE VISITEURS MENSUELS DURÉE MOYENNE DES SESSIONS
TAUX DE REBOND NOMBRE DE PRISES DE CONTACT / FORMULAIRES ENVOYÉS
NOMBRE DE DEMANDES DE PARTENARIAT SOURCES DE TRAFIC (RÉSEAUX
SOCIAUX, RECHERCHE GOOGLE, DIRECT) POSITIONNEMENT SEO SUR REQUÊTES
CLÉS (CULTURE EN SANTÉ, DANSE THÉRAPEUTIQUE, ETC.)**

Benchmark



- Danse comme outil d'inclusion et de lien social
- Interventions en structures médico-sociales et éducatives
- Création de projets artistiques participatifs



- Art utilisé dans le domaine du soin et du bien-être
- Interventions en milieu hospitalier
- Travail autour du mieux-être des patients
- Collaboration avec soignants et institutions de santé

SWOT



S

- **Positionnement unique art / santé / social**
- **Forte dimension humaine et impact social**
- **Interventions en hôpitaux et structures médico-sociales**




W

- **Visibilité digitale encore limitée**
- **Communication peu structurée et homogène**
- **Manque de contenus immersifs (vidéo, terrain)**



O

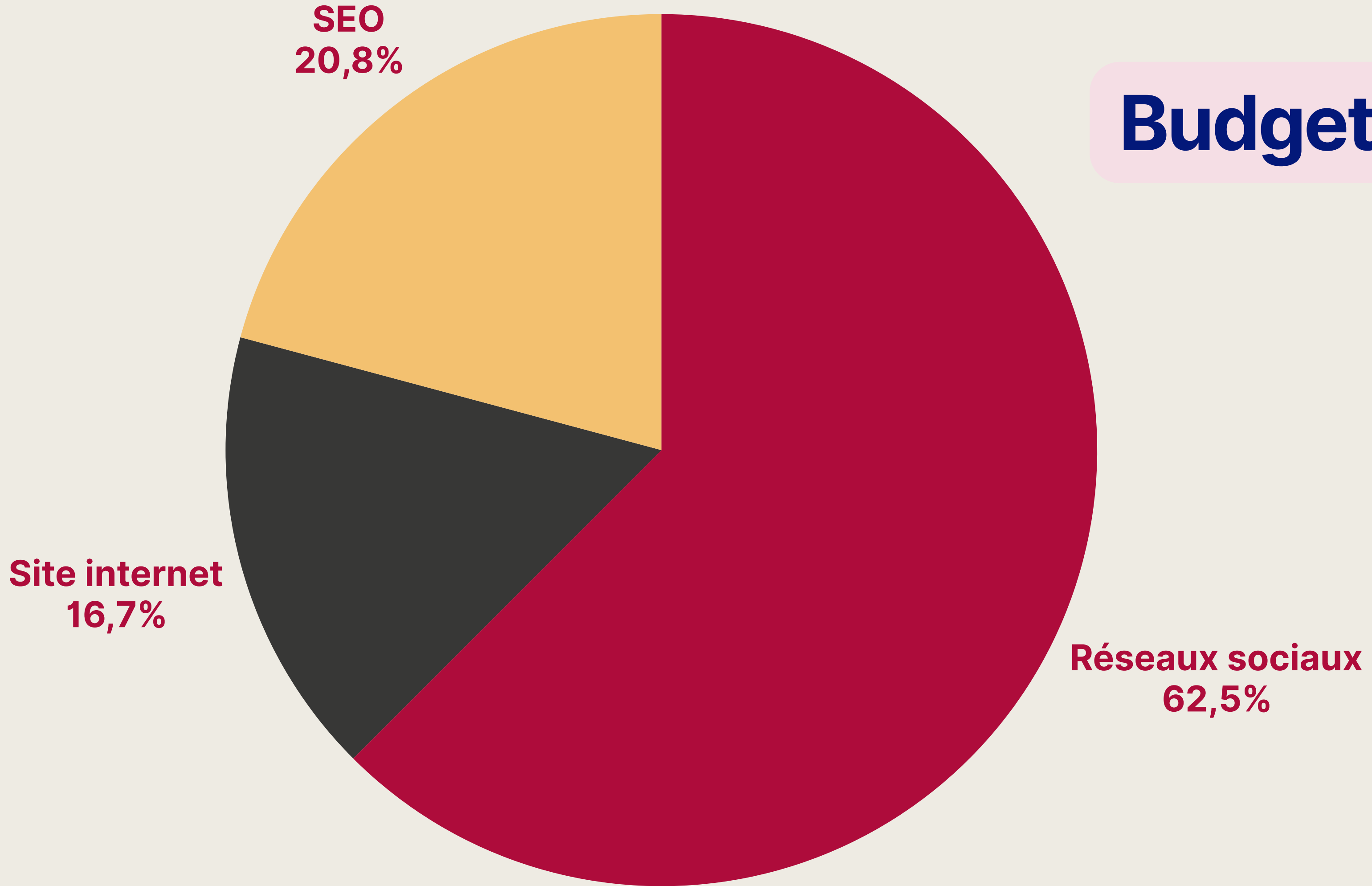
- **Développement du secteur culture & santé**
- **Intérêt des hôpitaux pour le bien-être non médicamenteux**
- **Fort potentiel de visibilité via le digital**



T

- **Dépendance aux financements publics**
- **Concurrence d'autres structures culturelles**
- **Contraintes institutionnelles fortes des hôpitaux**

Budget



Explication Budget

Le budget de communication correspond à l'ensemble des ressources financières allouées à la mise en place des actions marketing et digitales de l'association. Il permet de financer les différents supports et outils nécessaires pour développer la visibilité de Mosae, notamment le site internet, les réseaux sociaux, la création de contenus et les actions de communication institutionnelle.

Dans le cadre d'une association comme Mosae, le budget doit être pensé de manière réaliste et optimisée, en tenant compte des moyens disponibles et de la dépendance possible aux financements publics et partenariats. Il s'agit donc d'un outil de pilotage stratégique qui permet d'équilibrer les investissements entre visibilité, crédibilité et impact institutionnel, tout en assurant la cohérence globale de la communication.

INBOUD /LEAD MAGNET

01 Capture de leads (site internet)

Optimiser le site internet afin de faciliter la prise de contact et la réservation, avec des formulaires simples, des appels à l'action clairs et une navigation fluide permettant de transformer les visiteurs en clients.

02 Réseaux sociaux (acquisition organique)

Utiliser Instagram et Facebook comme leviers d'attraction grâce à des contenus visuels, immersifs et engageants (avant/après, soins, coulisses) afin de générer du trafic vers le site et renforcer la notoriété locale.

SEO local 03 (levier principal long terme)

Améliorer le référencement naturel sur des recherches locales comme "Association Lyon 4" afin d'augmenter la visibilité sur Google et attirer une clientèle de proximité qualifiée.

04 Suivi et conversion (léger et simple)

Mettre en place un suivi simple des performances (visites, demandes de contact, prises de rendez-vous) afin d'analyser les résultats et optimiser continuellement la stratégie digitale.



Stratégie Communication

Cibles

COEUR DE CIBLE (B2B)



- DIRECTIONS D'HÔPITAUX ET CENTRES HOSPITALIERS
- CADRES DE SANTÉ ET DIRECTIONS D'ÉTABLISSEMENTS
- ÉTABLISSEMENTS MÉDICO-SOCIAUX (EHPAD, CLINIQUES, STRUCTURES SPÉCIALISÉES)

CIBLE RELAI



- SERVICES CULTURE / ANIMATION / QUALITÉ DE VIE À L'HÔPITAL
- COLLECTIVITÉS TERRITORIALES (CULTURE, SANTÉ, SOCIAL)
- ASSOCIATIONS PARTENAIRES DU SECTEUR MÉDICO-SOCIAL
- INSTITUTIONS PUBLIQUES (DRAC, ARS, APPELS À PROJETS)



SOPHIE

35 ans

OBJECTIFS

Améliorer la qualité de vie des patients et intégrer des projets culturels à impact positif dans l'établissement.

FREINS :

Budget limité, priorités médicales, manque de temps pour évaluer de nouveaux projets.

DIFFICULTÉS :

Valider des projets innovants non médicaux, coordonner plusieurs services internes.

CANAUX PRIVILÉGIÉS :

LinkedIn, e-mails professionnels, rendez-vous institutionnels.

MESSAGE CLÉ :

Mosae apporte une valeur humaine concrète en améliorant le bien-être des patients grâce à des projets artistiques en milieu hospitalier.

PROFIL

Cadre ou directrice de santé en hôpital, responsable de la qualité de vie des patients et de la coordination des services

Canaux de Communication



Guide publication

Fréquence de publication

Dans l'idéal pour une communication efficace et complète, nous préconisons 1 poste et 1 vidéo par semaine

Postes (carrousel ou photo) :

- 1 post par semaine (mardi)

Reel

Prévu

- 1 fois par mois (mardi)

Idéal

- 1 fois par semaine (mardi ou vendredi)

Stories :

- 2 fois par semaine (en fonction des événements)

Sujet de Publication

- Une intervention de danse en milieu hospitalier : déroulé et impact
- Comment l'art améliore le bien-être des patients à l'hôpital
- Les bienfaits de la danse comme outil de médiation thérapeutique
- Retour d'expérience d'un établissement partenaire
- Immersion dans une séance Mosae en EHPAD ou hôpital
- Le rôle de la culture dans le parcours de soin
- Témoignages de soignants et de participants



Calendrier Éditoriale

(Février, Mars & Avril 2026)

Le calendrier éditorial de Bulle D'elles permet de structurer une communication régulière, élégante et alignée avec l'univers de l'institut. Il met en avant les soins, le bien-être féminin et les temps forts du secteur pour renforcer la visibilité, fidéliser la clientèle et installer une présence digitale cohérente et engageante.

DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	DIMANCHE
1	2	3	4	5	6 Une intervention de danse en milieu hospitalier Intagram /Facebook	7
8	9	10 Comment l'art améliore le bien-être des patients à l'hôpital Intagram/ Facebook	11	12	13	14 Retour d'expérience d'un établissement partenaire Intagram
15	16	17 Le rôle de la culture dans le parcours de soin Intagram	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

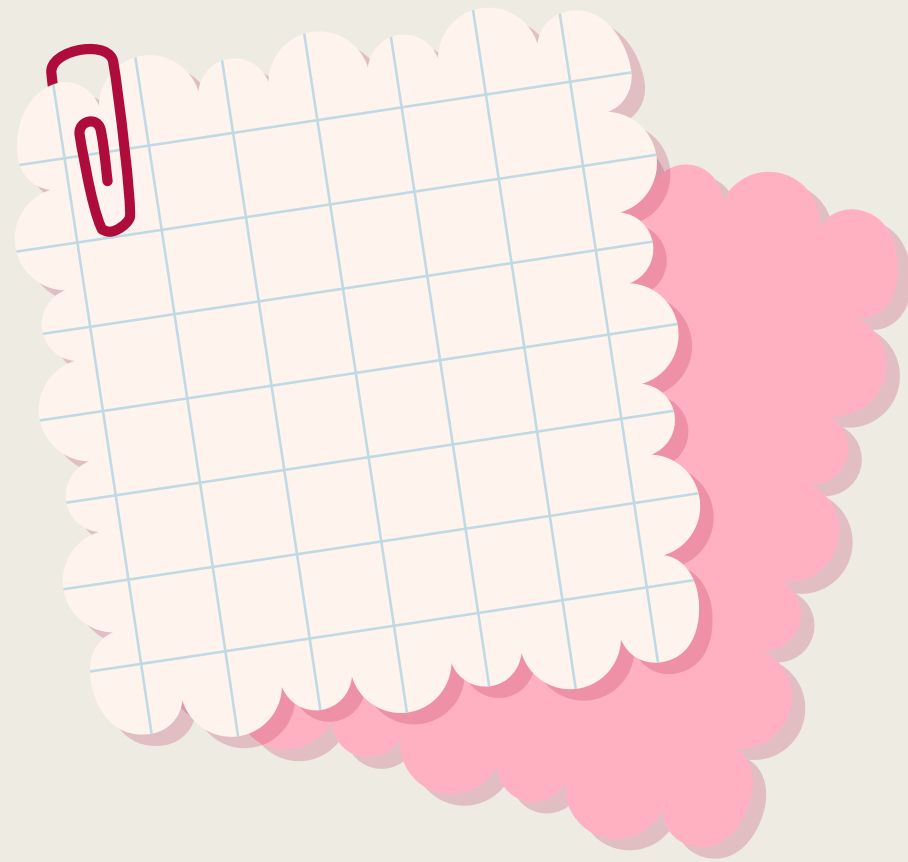


Les publications Récentes





Note Personnelle



Note personnelle

Ce projet m'a permis de comprendre comment structurer une stratégie de communication globale adaptée à une organisation à fort impact social comme Association Mosae. J'ai appris à analyser un positionnement hybride entre art, santé et social, et à en extraire une identité claire, des cibles précises et des objectifs cohérents.

Il m'a également permis de développer ma capacité à construire une stratégie digitale multi-canal (Instagram, LinkedIn, Facebook et site internet) en adaptant les messages selon les publics, notamment les hôpitaux et institutions. J'ai appris à définir des objectifs SMART, des KPI pertinents et à structurer une logique d'inbound marketing adaptée à une association.

Enfin, ce projet m'a aidé à mieux comprendre l'importance du storytelling, de la preuve terrain et de la communication émotionnelle dans des projets à vocation sociale, où l'impact humain est au cœur de la stratégie.

CONCLUSION



Association
MOSAI

Ce projet de stratégie de communication pour Association Mosae met en lumière l'importance de structurer une communication claire, cohérente et adaptée à des cibles institutionnelles comme les hôpitaux et les structures médico-sociales. Il permet de valoriser un positionnement fort à la croisée de l'art, de la santé et du social, tout en répondant à un véritable enjeu de visibilité et de reconnaissance.

La mise en place d'une stratégie digitale multicanale, associée à une identité visuelle et éditoriale cohérente, constitue un levier essentiel pour renforcer la notoriété de l'association et développer son réseau de partenaires. Enfin, ce projet souligne le rôle central du digital dans la valorisation de projets à impact humain, où la communication devient un outil au service de l'engagement et du lien social.

J'ai commencé ce projet en Mai 2025 et c'est terminé.

Cette période m'a permis de consolider mes acquis, d'acquérir de nouvelles compétences et de gagner en maturité professionnelle.

Cette expérience représente une étape importante de mon parcours et s'est révélée particulièrement formatrice, tant sur le plan technique que personnel.



CONTACT



06-20-53-17-58



anaellestudio.fr



martinicoanaelle@gmail.com

Linktree  **Anaellestudio**

**PRÉSENTÉ
ANAËLLE MARTINICO**



MERCI

POUR VOTRE LECTURE

PRÉSENTÉ
ANAËLLE MARTINICO