



# ASSOCIATIO N MOSAE

ASSOCIATION MOSAE

PRÉSENTÉ  
ANAËLLE MARTINICO

# Sommair



**CONTEXTE**



**BRIEF DU  
PROJET**



**CHARTÉ  
ÉDITORIAL  
E**



**PRÉ-BILAN**



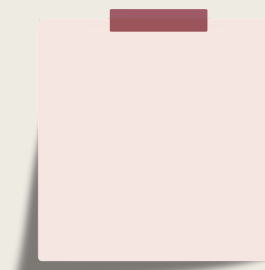
**STRATÉGIE  
MARKETING**



**STRATÉGIE  
COMMUNICATIO  
N**



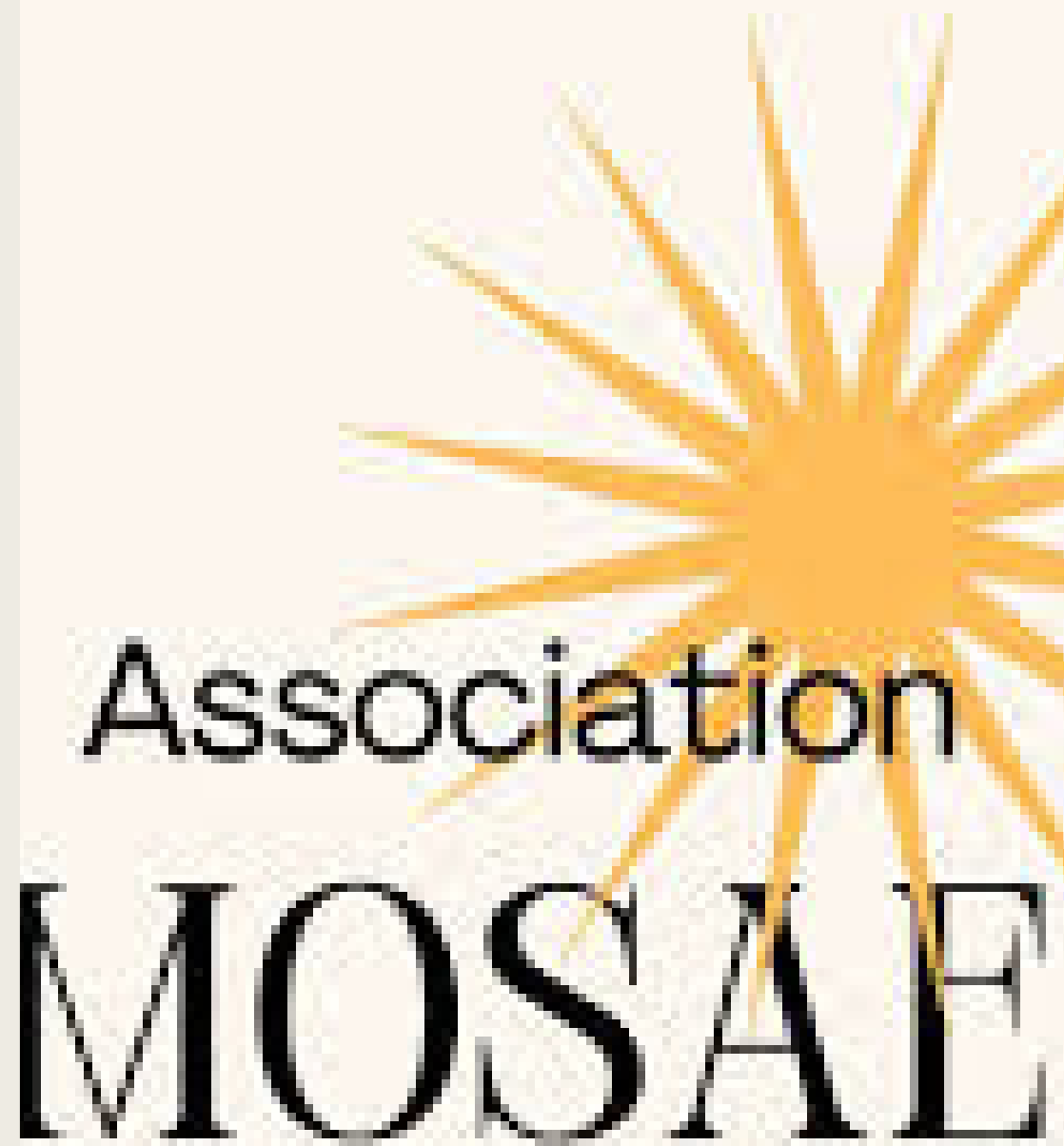
**SITE INTERNET**



**NOTE  
PERSONNELLE**

**CONCLUSION**

**CONCLUSION**



**Association Mosae**

# 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**

# 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 RÉFÉRENCEMENT LOCAL.**



**Association Mosae**



# Logiciels utilisés

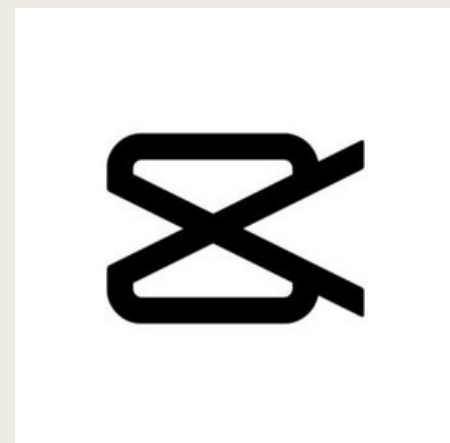
## Logiciels de Création Print



## Logiciels de Gestion de projet/communication



## Logiciels de création de contenu



# Fondateurs



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



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



# Charte Éditoriale



# Valeurs

**Inclusion**



**Bienveillanc**



**Humanité**



**Accessibilité**



**Partage**



**Expression**



# Secteur Activité

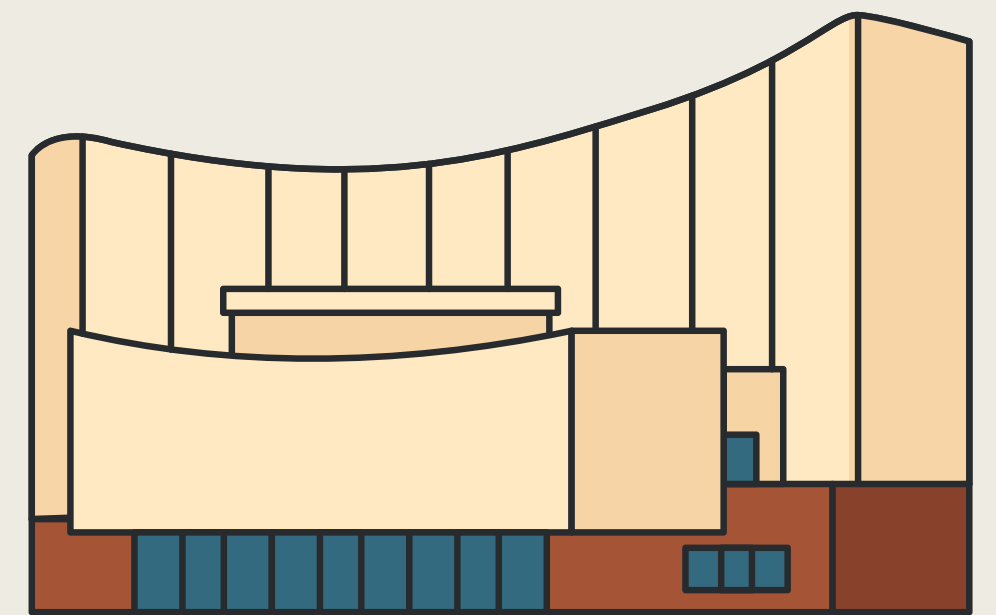
**Association Mosae évolue dans le secteur de la médiation artistique, culturelle et sociale, à la croisée des domaines de la culture, du bien-être et de la santé. L'association développe des projets artistiques et chorégraphiques au sein de structures hospitalières, médico-sociales et éducatives afin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

POLITIQUE



- 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

ÉCONOMIQUE



- 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

SOCIO-  
CULTUREL



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

TECHNOLOGIQUE



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

ENVIRONNEMENTA  
L



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

LÉGAL

# 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**

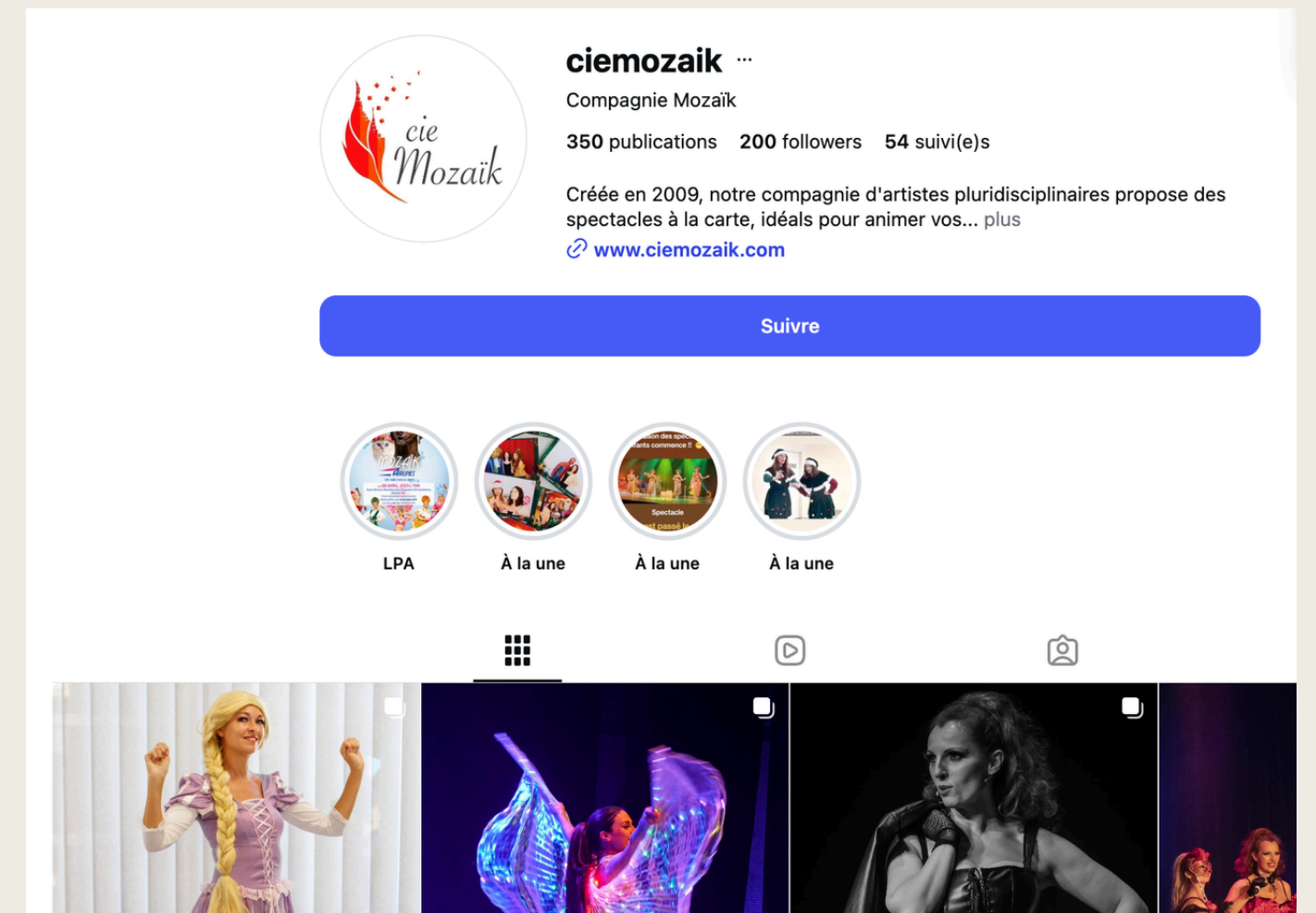
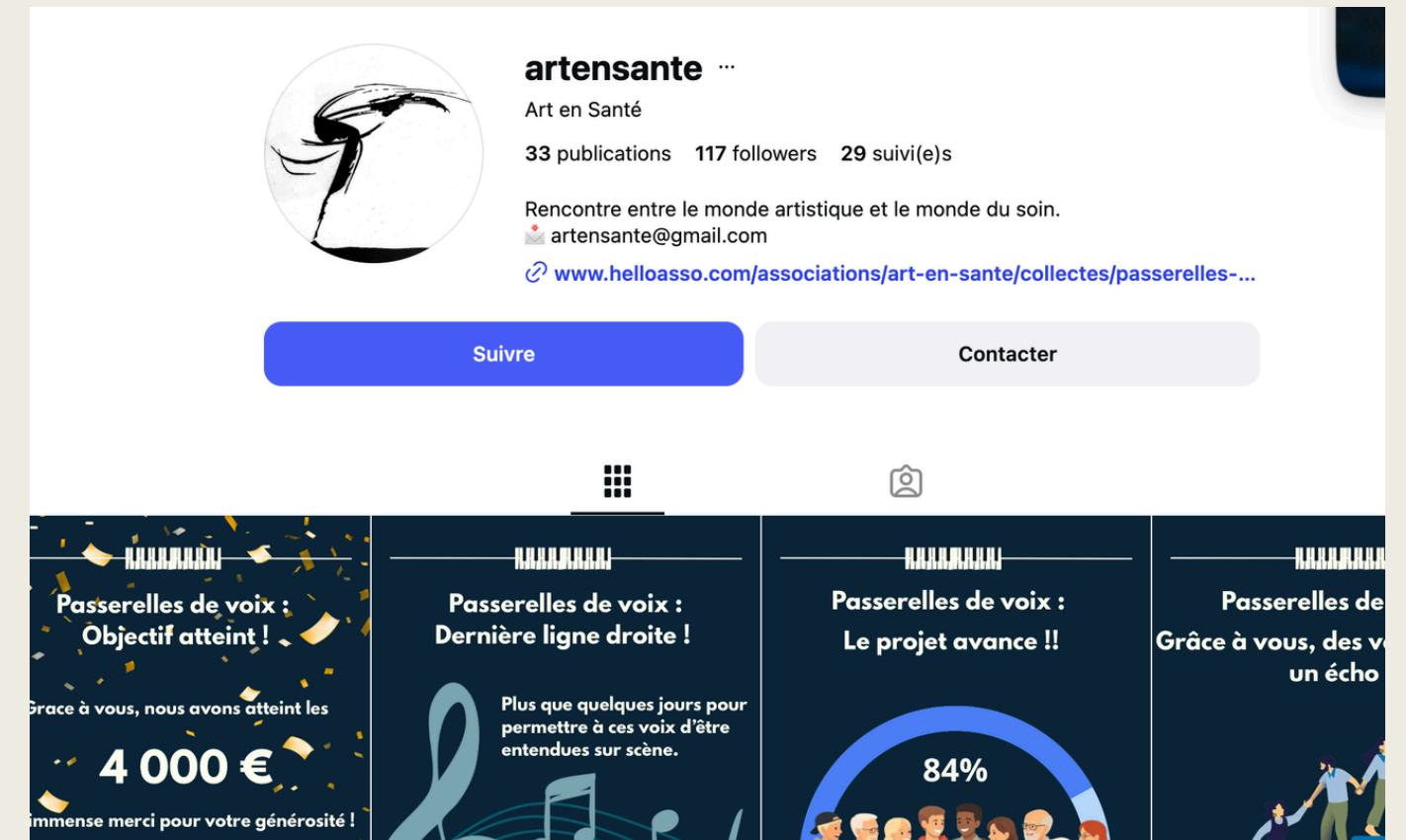
**NOMBRE DE DEMANDES DE PARTENARIAT SOURCES DE TRAFIC (RÉSEAUX  
SOCIAUX, RECHERCHE GOOGLE, DIRECT) POSITIONNEMENT SEO SUR  
REQUÊTES CLÉS (CULTURE EN SANTÉ, DANSE THÉRAPEUTIQUE, ETC.)**



# 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**



**O**

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



**W**

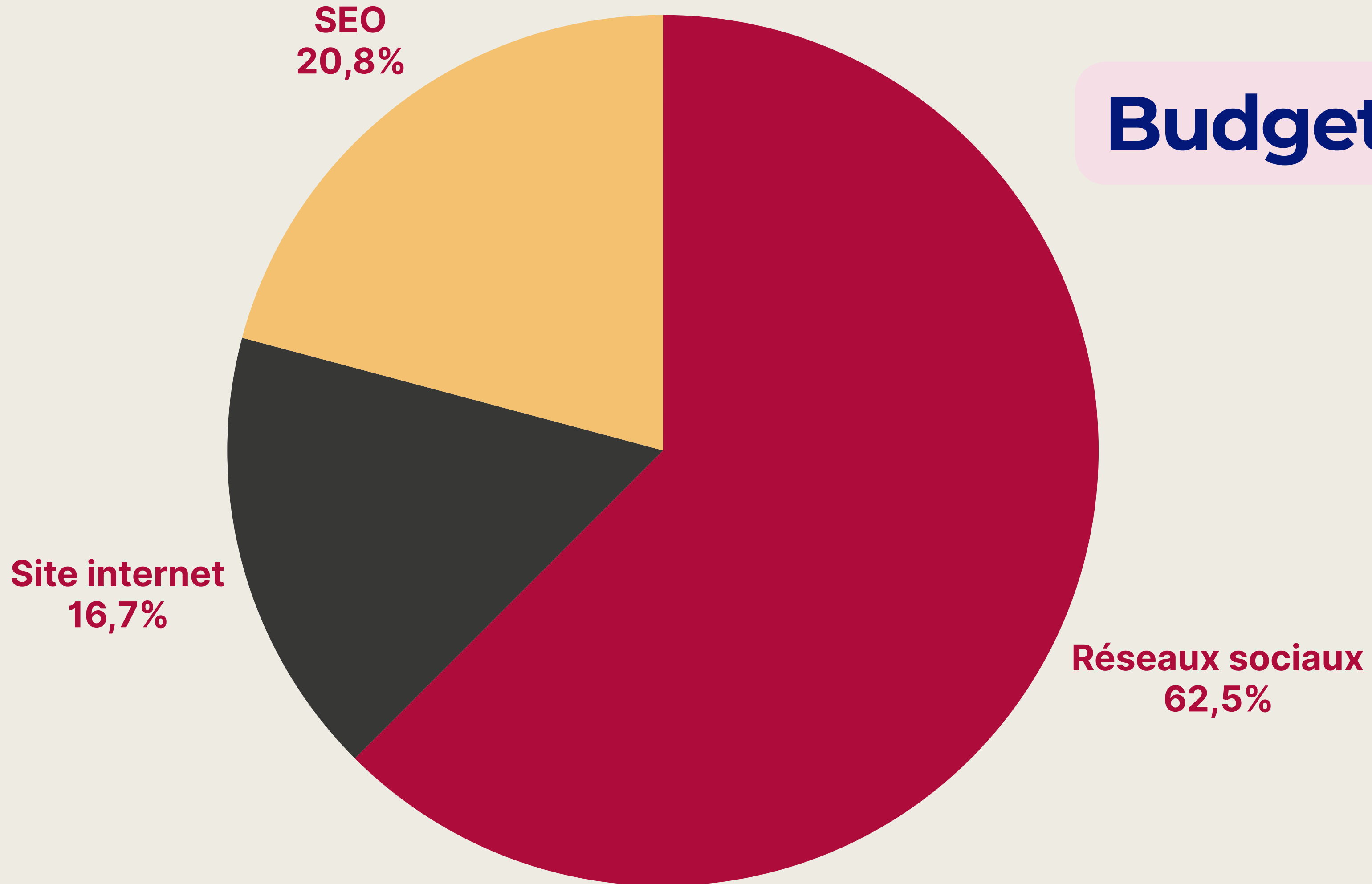
- **Visibilité digitale encore limitée**
- **Communication peu structurée et homogène**
  - **Manque de contenus immersifs (vidéo, terrain)**



**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.

## PROFIL

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

## 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.

# 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<br>Une intervention de danse en milieu hospitalier<br>Instagram /Facebook | 7                                                                    |
| 8        | 9     | 10<br>Comment l’art améliore le bien-être des patients à l’hôpital<br>Instagram/<br>Facebook | 11       | 12    | 13                                                                          | 14<br>Retour d’expérience d’un établissement partenaire<br>Instagram |
| 15       | 16    | 17<br>Le rôle de la culture dans le parcours de soin<br>Instagram                            | 18       | 19    | 20                                                                          | 21                                                                   |
| 22       | 23    | 24                                                                                           | 25       | 26    | 27                                                                          | 28                                                                   |





# **Les publications Récentes**

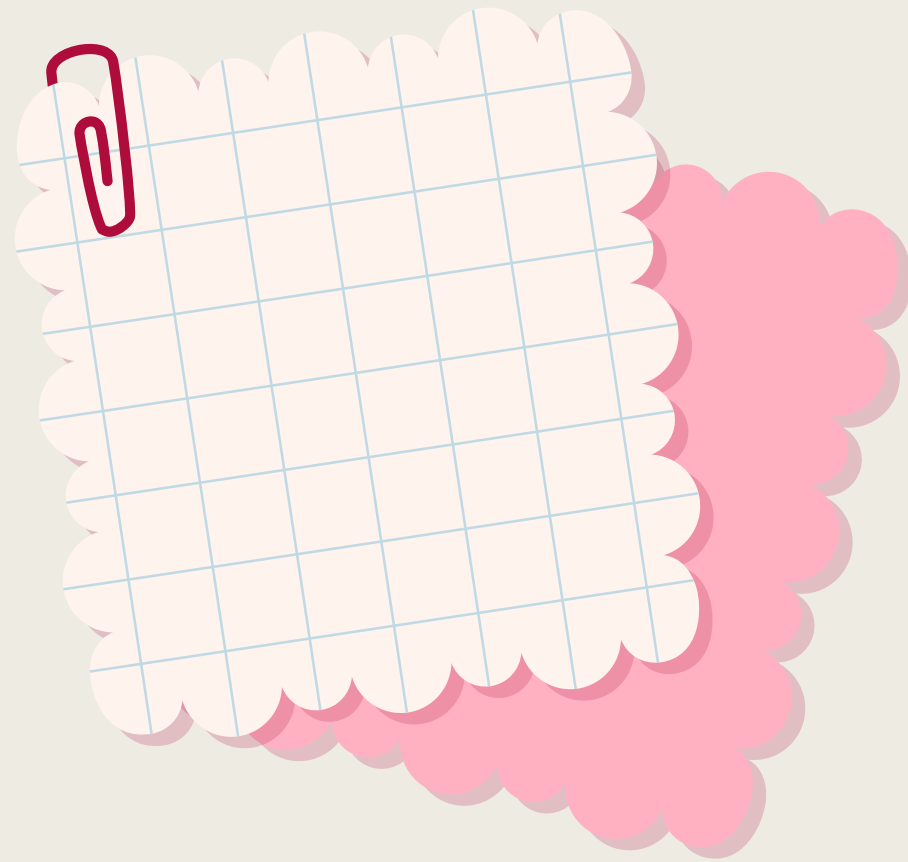








# Note Personnelle



# 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**



**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.**



+33 06-20-53-17-58



<https://anaellestudio.fr>



[martinicoanaelle@gmail.com](mailto:martinicoanaelle@gmail.com)



Lyon et ses alentours

**Linktree**  [AnaellestudioAgency2027](https://anaellestudioAgency2027)

# Contact

PRÉSENTÉ  
ANAËLLE MARTINICO