

Communication institutionnelle

Les défis communicationnels d'une association luttant
pour le maintien et la pérennité d'un cinéma de proximité :
le cas de Cinéma Joie



Par l'Agence Soraliric

Eric Guisolan

Solène Perrolle

Sarah Del Re

Elisa Rothenbühler

SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION
SOUS L'ENSEIGNEMENT DE M. ROMANO
MODULE DE COMMUNICATION ET MARKETING
SÉMINAIRE DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE
SEMESTRE DE PRINTEMPS 2021
DATE DE REMISE : JUIN 2021

Table des matières

Préambule	2
Etat des lieux	3
<i>Historique de Cinemajoie</i>	3
<i>Structure de l'association et différents membres</i>	4
<i>Analyse situationnelle de l'entreprise et de ses concurrents</i>	5
<i>Profil économique</i>	5
<i>Profil identitaire</i>	6
<i>Profil communicationnel</i>	7
<i>Autodiagnostic des relations publiques</i>	10
<i>Analyse situationnelle de l'environnements</i>	11
<i>Analyse PESTEL</i>	11
<i>Analyse des facteurs d'influence</i>	16
<i>Analyse situationnelle des parties prenantes</i>	20
Analyse du discours	23
<i>Les 5 niveaux logiques</i>	23
<i>Analyse des moyens utilisés actuellement</i>	25
<i>Analyse de la plateforme argumentaire</i>	26
<i>Analyse du discours</i>	37
Synthèse et matrice SWOT	39
Recommandations stratégiques	46
<i>Axe identitaire – Elisa Rothenbühler</i>	46
<i>Axe des publics relatifs – Sarah Del Re</i>	52
<i>Axe médiatique – Eric Guisolan</i>	59
<i>Axe discursif – Solène Perrolle</i>	65
Conclusion	71
Sources et références	72
<i>Support de cours</i>	72
<i>Sites web</i>	72
<i>Réseaux sociaux</i>	72

Préambule

Dans le cadre du cours Communication institutionnelle faisant partie du module de communication et marketing à l'Université de Neuchâtel, nous avons décidé de nous pencher sur le cas de Cinemajoie, association bénévole de cinéma située à Porrentruy, dans le canton du Jura.

Dans la situation sanitaire actuelle, le domaine du divertissement est extrêmement touché. Un nombre considérable d'entreprises ont été forcées à fermer leurs portes, les obligeant à stopper leurs activités. Néanmoins, la situation actuelle n'étant pas éternelle, ces dernières doivent continuer à communiquer et promouvoir leur domaine afin de ne pas s'éteindre à petit feu d'elles-mêmes.

Après avoir débriefé en groupe et proposé plusieurs idées d'institutions à analyser, nous nous sommes tournés vers notre premier choix et avons contacté l'entreprise en question. Cependant, le retour a été négatif, dû au surplus de travail et au manque de temps à nous accorder en raison de la crise. Nous avons ensuite rebondi en trouvant une autre piste : une association avec laquelle l'un des membres du groupe est très familier, étant donné que son père en fait partie. Suite à un premier contact par mail, nous avons reçu une réponse positive. Les responsables se sont montrés très enthousiastes et intéressés par le mandat proposé et se réjouissent d'avoir un retour sur la communication de leur association.

De plus, savoir que nous pourrions obtenir des informations rapidement grâce au lien de proximité liant notre collègue et l'un des membres de l'association était un point très positif et non négligeable, car dans cette période, de nombreuses enseignes ne sont pas disposées à donner de leur temps pour un tel projet. C'est pourquoi nous avons choisi cette association locale et pleine d'entrain qu'est Cinémajoie.

Pour la réalisation de notre travail, nous nous sommes en grande partie inspirés de la méthodologie proposée par Mr. Romano, professeur du cours "Communication institutionnelle" à l'Université de Neuchâtel. Parallèlement, un interview a eu lieu avec madame Marchetti et madame Duclay, les deux responsables de la communication de Cinémajoie, afin de collecter le maximum d'informations sur l'association.

Par la suite, nous avons opté pour une séance via Zoom afin de se rencontrer une première fois et mener une interview. Le cinéma étant fermé à ce moment-là, nous n'avons pas pu nous rendre sur place et visiter les lieux. En conséquence, elles nous ont envoyé des photographies et de nombreuses documentations. Elles sont restées à disposition pour répondre à nos diverses questions surgissant tout au long du travail.

Quant à notre dossier, nous allons donc délivrer une analyse complète grâce à plusieurs outils analytiques, qui graveront autour de la problématique suivante :

Comment le groupe communication peut aider à atteindre les objectifs qu'un cinéma de proximité, fonctionnant sur une base associative, s'est fixés ?

Dans un premier temps, l'exposition d'un état des lieux de la situation de l'association s'intéressera à son identité, ses clients, ses parties prenantes, les différents facteurs d'influence, son discours ainsi que ses moyens communicationnels engagés. Ensuite, la matrice SWOT sera utilisée comme outil permettant de synthétiser tous les points abordés. Au travers des recommandations personnelles délivrées par les quatre membres de notre groupe, nous donnerons également des conseils personnels dans le but d'améliorer encore davantage la communication institutionnelle du Cinémajoie sous quatre prismes différents : l'axe identitaire, l'axe discursif, l'axe médiatique et l'axe des publics relatifs.

Etat des lieux

Historique de Cinémajoie

Cinémajoie est un cinéma au cœur de la ville de Porrentruy. Cette ville et le cinéma ont une longue histoire, il semblerait que l'un des frères Lumière y soit venu plusieurs fois pour y présenter ces films. Dans les années 1980, Porrentruy compte deux cinémas : le Colisée et le Moulin, mais la fin du 20ème siècle amène une chute de fréquentation et le cinéma du Moulin doit fermer. Le Colisée, quant à lui, rencontre ses premières difficultés.

L'Association des Amis du Cinéma Colisée se crée pour soutenir l'activité du propriétaire de la salle, M. Jean-Louis Voisard. Malgré cet appui considérable, malgré le renouvellement complet des équipements de projection (grâce à l'appui de l'Etat jurassien, de la Municipalité de Porrentruy et du Syndicat intercommunal du District de Porrentruy), la situation du Colisée devient catastrophique et le propriétaire décide de vendre son bien. (Cinémajoie, www.cinemajoie.ch, 2021)

L'Association, qui pensait racheter le cinéma et l'exploiter, a dû renoncer au vu du prix de vente exigé. Le cinéma du Colisée ferme ses portes en 2016.

Cependant, l'Association refuse d'accepter que Porrentruy ne possède plus de cinéma. Elle considère qu'un cinéma est un atout majeur pour l'attractivité de la région et plusieurs localités attestent qu'il est possible de le faire si la salle de cinéma est exploitée par une association et beaucoup de bénévoles. En 2017, l'Association change de nom et devient "l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie" et elle relève le défi de ressusciter l'art du cinéma à Porrentruy et le Colisée devient *Cinémajoie*.

Structure de l'association et différents membres

L'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie est une association à but non-lucratif organisée ainsi : l'Assemblée Générale, qui siège une à deux fois par année, prend les décisions stratégiques et contrôle les activités du comité. Le comité, quant à lui, est l'organe exécutif de l'Association. Il est actuellement composé de 10 membres, nommés par l'Assemblée Générale. Les membres du comité doivent faire partie de l'Association. Il y a aussi le groupe opérationnel, composé du caissier, du secrétaire et des responsables des différents groupes de travail constitués. Ceux-ci doivent collaborer pour le bon fonctionnement de l'activité cinématographique. Ils sont également nommés par le comité. L'Association compte aussi une équipe d'animation qui comprend les bénévoles assignés aux différents groupes de travail. Ces groupes sont les suivants : l'accueil et la billetterie, les opérateurs, la communication et la programmation.

Le moteur de cette association est bien entendu le bénévolat, sans lequel cette activité ne serait pas réalisable. Les bénévoles sont actuellement une centaine. Toute la structure de l'Association est résumée dans l'organigramme ci-après :

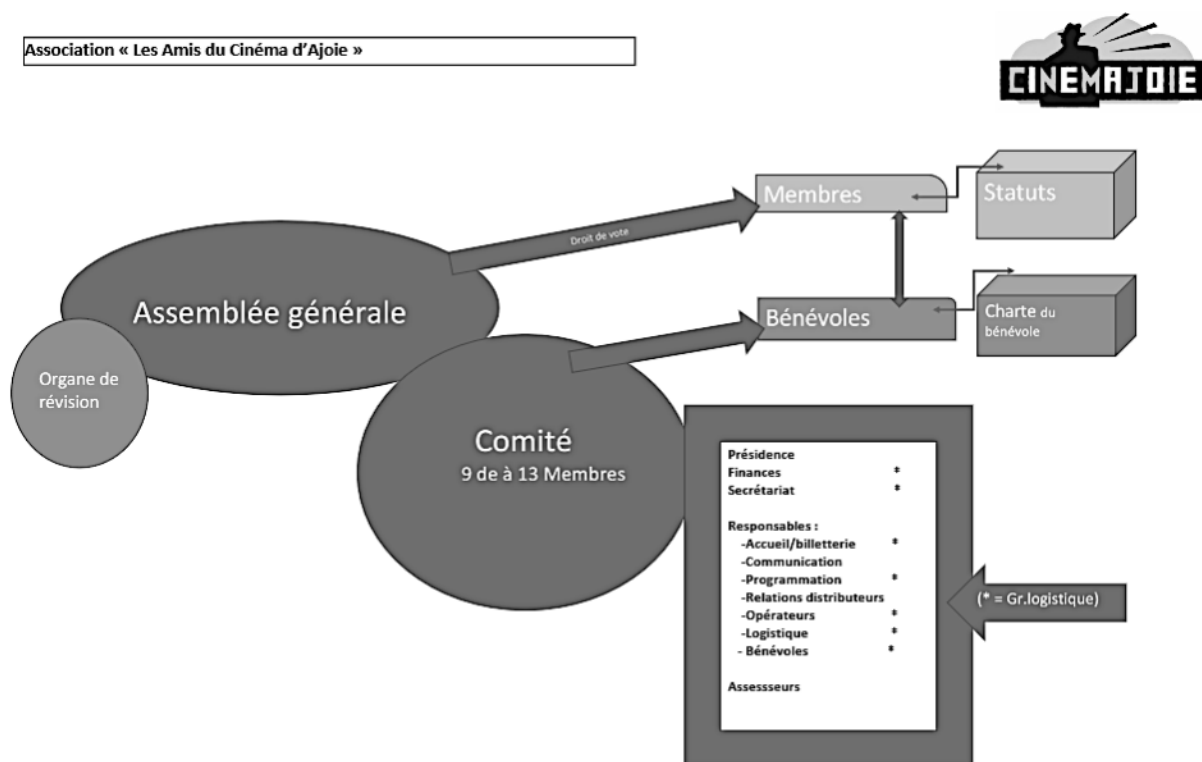


Figure 1 : source www.cinemajoie.ch, qui sommes-nous ?

*Analyse situationnelle de l'entreprise et de ses concurrents***Profil économique**

Secteur d'activité	L'Association des Amis du Cinéma D'Ajoie est active dans le secteur du divertissement avec son cinéma de proximité offrant un panel de films variés avec du cinéma d'auteur, quelques comédies françaises mais aussi parfois des grands blockbusters américains.
Rang sur le marché	Il n'est pas facile pour Cinémajoie d'établir son rang sur le marché. En effet, deux grands concurrents sont les multiples de Delémont et Audincourt qui ont des salles beaucoup plus grandes que celle de Cinémajoie. Le Cinéma "La Grange" à Delémont est quant à lui aussi géré par une association mais sa salle est un peu plus petite.
Concurrents	Un de ses grands concurrents est le cinéma de Delémont mais sa plus grande concurrence vient de la France, Porrentruy se trouvant près de la frontière française.
Taille	Le Cinémajoie compte une salle de cinéma se trouvant dans l'Aula du Collège St-Charles. Celle-ci peut accueillir au maximum 187 personnes dans des conditions sanitaires normales. La gérance du Cinémajoie se fait par une association. Les membres de celle-ci composent l'assemblée générale qui prend les décisions. L'organisation fine se fait par les 10 membres du comité et leurs départements. Les bénévoles forment une grande partie de l'équipe de travail et sont actuellement au nombre de 100.
Performance	En 2020, Cinémajoie a accueilli 5'616 spectateurs, ce qui fait une moyenne de 17 personnes par projections et 38 personnes par films. En 2019, le cinéma avait accueilli 11'439 spectateurs, presque le double de l'année 2020. Cela est dû en majeure partie au covid-19, qui a forcé Cinémajoie à fermer pendant 5 mois pendant 2020. En général, Cinémajoie propose entre 30 et 50 séances par mois et la moyenne de spectateurs par mois se trouvent environ vers les 800.
Origines	Comme expliqué dans l'historique, l'Association a décidé de reprendre la gérance d'un cinéma à Porrentruy suite à la fermeture de tous les cinémas de la ville.
Enjeux	L'enjeu majeur est la pérennité d'un cinéma de proximité dans la région de l'Ajoie.
Risques	Le Covid-19 a mis à mal beaucoup de projets de Cinémajoie et l'a empêché d'effectuer son activité pendant de longs mois. Il est impératif que la fréquentation

remonte au niveau d'avant le Covid-19 pour que l'activité soit rentable et que le cinéma puisse se développer comme il l'imagine.

Profil identitaire

Visions	Le but de cette association sans but lucratif est “d’assurer l’existence, l’exploitation et la promotion d’une salle de cinéma en Ajoie.”
Valeurs	Les deux grandes valeurs qui motivent Cinémajoie est une grande diversité de films proposés mais aussi un cinéma pour toutes et pour tous. Tout le monde devrait être capable de trouver son bonheur à Cinémajoie.
Ambitions	Son ambition est de redonner goût au cinéma à tout le monde en proposant une programmation alléchante et donner la possibilité au public de partager à nouveau une expérience cinématographique en groupe.
Logo	 Le logo a été créé par Yves Hanggi, un artiste jurassien réputé. Il fait apparaître les lettres de Cinémajoie en majuscule, inscrites alternativement en jaune et blanc. En arrière-plan se dresse la silhouette noire d’un homme avec un chapeau, une ombre jaune et trois traits noirs visant la direction de la silhouette. Un lien peut être fait entre l’image mystérieuse qu’envoie le logo et l’intrigue d’un film de cinéma. Cet aspect mystérieux est cohérent avec les couleurs utilisées, le jaune et le noir, qui peuvent rappeler le genre policier. La dynamique du dessin renvoie à la caractéristique centrale du cinéma, à savoir le mouvement. Les couleurs jaunes et noires, qui prédominent le logo, peuvent également être mises en lien avec la dimension régionale de Cinémajoie. Elles correspondent en effet aux couleurs du club de Hockey de la région, à savoir le HCA.

Profil communicationnel

<i>Communication externe</i>	
Fomulaire de contact	Cinémajorie ne possède pas d'adresse mail, ni de numéro de téléphone sur son site internet mais un formulaire de contact est disponible si besoin.
Site internet	Le site internet : https://cinemajorie.ch est divisé en deux parties : l'une parlant du cinéma, la programmation, les actualités, les événements, les tarifs et les valeurs. L'autre partie du site se concentre sur l'Association qui gère le cinéma et explique son fonctionnement, son histoire, qui sont ses partenaires etc...
Bulletin d'information	Cinémajorie publie un bulletin d'information sur son site à intervalles plus ou moins réguliers sur l'état du cinéma. Des courriels sont aussi envoyés sur une mailing list pour annoncer les événements et partager des informations. Une newsletter est possiblement envisagée pour le futur en différenciant possiblement les membres et les bénévoles.
Réseaux sociaux	Cinémajorie est présent sur Instagram et Facebook. Sur Instagram, tout comme sur Facebook, est postée la programmation par semaine et aussi les affiches des films à visionner. Des jeux ont aussi été organisés sur la page dans le passé. Chaque jour où il y a des projections sont postés en story instagram les noms des films diffusés et les horaires. Depuis peu, Cinémajorie poste aussi des résumés des films qui vont être prochainement diffusés pour renseigner son public et l'inciter à venir. Ci-dessous, se trouve la grille des posts instagram de Cinémajorie. Sur le haut, on peut voir un programme des films à venir et des affiches de films diffusés et sur le bas de la page se trouve un jeu proposé par Cinémajorie pour ses followers.



	
Affichage et flyers	Cinémajoie a aussi beaucoup recours à l’affichage à des endroits divers. Le cinémajoie a des endroits réservés dans plusieurs commerces pour pouvoir afficher sa programmation. Cela a été légèrement mis à mal par le covid-19 qui a forcé la fermeture momentanée de quelques commerces où Cinémajoie avait la possibilité d’afficher. Cinémajoie possède aussi quelques points d’attache dans la ville de Porrentruy où il lui est possible d’afficher leur publicité. Finalement, Cinémajoie envoie des flyers dans les boîtes aux lettres des communes environnantes lors de ses événements.
<i>Communication interne</i>	
Au sein de l’entreprise	La majeure partie de la communication interne se fait lors de l’Assemblée générale lorsque les grandes décisions sont prises. Sinon, les différents départements sont plus ou moins autonomes. Le groupe communication, par exemple, fait deux réunions par année et sinon les membres de ce groupe sont autonomes et communiquent parfois par whatsapp et par mail.

<i>Sponsoring</i>	
BCJ	La BCJ paie tous les programmes du Cinémajoie. Cela avait été fait pour l'année 2020 en vue des difficultés que vivaient le cinéma mais l'engagement a été reconduit pour l'année 2021.
Journal l'Ajoie	Cinémajoie et le journal l'Ajoie fonctionnent par échanges de visibilité. Suivant l'évènement, le journal écrira un article sur le cinéma et son actualité et le cinéma s'engagera à faire de la publicité pour le journal lors de cet évènement.
Partenariats avec associations	Si un film parle d'une thématique spéciale, Cinémajoie invitera peut-être une association en lien avec la thématique du film pour en discuter et se faire un peu de publicité. Cela est bénéfique pour les deux parties prenantes.

Cinémajoie ne reçoit pas beaucoup de sponsoring mais elle a reçu plusieurs soutiens pour débiter son activité dont : 75'000.- de la municipalité de Porrentruy et le syndicat intercommunal du district de Porrentruy, 130'000.- de la délégation jurassienne à la Loterie Romande et les autorités cantonales et 20'000 de la Fondation de famille SANDOZ. Lors de l'année 2020, elle a aussi reçu une aide la confédération et du canton pour pouvoir continuer son activité. Actuellement, l'Association ne peut pas effectuer elle-même de sponsoring au vu des prix élevés parfois demandés.



Autodiagnostic des relations publiques

Le projet d'entreprise . . .	OUI	NON
. . . est-il formalisé dans un document ?	X	
. . . a-t-il été actualisé au cours des 5 dernières années ?	X	
. . . a-t-il impliqué des parties prenantes internes ?	X	
. . . a-t-il impliqué des parties prenantes externes ?	X	
. . . a-t-il été présenté aux collaborateurs ?	X	
. . . a-t-il été assorti d'indicateurs de performance ?		X
<i>Sous-total</i>	5	1

Une cartographie des parties prenantes . . .	OUI	NON
. . . a-t-elle été élaborée ?		X
. . . indique-t-elle les positions (pour/neutre/contre) de chaque partie prenante ?		X
. . . est-elle régulièrement actualisée ?		X
<i>Sous-total</i>	0	3

Les thèmes stratégiques de l'entreprise . . .	OUI	NON
. . . ont-ils été identifiés ?		X
. . . sont-ils régulièrement suivis et actualisés/veille réglementaire (observation de l'évolution environnement politico-légal) ?		X
. . . ont-ils donné lieu à de la rédaction d'argumentaires (analyses, rapports, justifications ...)?		X
<i>Sous-total</i>	0	3

L'entreprise s'est-elle donnée les moyens de savoir ce que pensent d'elle . . .	OUI	NON
. . . ses collaborateurs ?	X	
. . . ses partenaires stratégiques ?		X

... les journalistes qui suivent son activité/son secteur ?		X
... les ONG qui s'intéressent à son activité ?		X
<i>Sous-total</i>	1	3

L'entreprise entretient-elle des relations avec ...	OUI	NON
... les journalistes ?	X	
... les analystes et/ou les influenceurs de son secteur ?		X
... les ONG (associations de consommateurs, de riverains, écologistes, etc.)		X
... les élus (locaux, nationaux, internationaux) ?		X
<i>Sous-total</i>	0	3

<i>Grand total</i>	6	13
--------------------	---	----

Analyse situationnelle de l'environnements

Cette partie analyse en profondeur les différentes sources d'influences et contraintes externes auxquelles Cinemajoie doit faire face. Grâce à une analyse PESTEL, nous allons dépeindre l'environnement dans lequel l'association se situe, en passant par les facteurs technologiques jusqu'à la situation actuelle liée au covid.

Analyse PESTEL

Qu'est-ce qu'une analyse PESTEL ?

Une analyse **PESTEL** a pour but d'évaluer l'influence des **facteurs externes** sur une entreprise. Les 6 facteurs étudiés sont : la **politique**, l'**économie**, le niveau **social**, la **technologie**, l'**écologie** et la **législation**. Nous avons ajouté un **facteur supplémentaire** : la crise sanitaire du **Covid-19**. Depuis 2020, le monde est bouleversé et fortement impacté par la situation exceptionnelle dans laquelle nous nous trouvons tous. Les entreprises ont dû revoir leurs modes de fonctionnement et ont dû se plier à des règles et restrictions strictes. Le domaine du divertissement étant l'un des plus impacté, nous avons jugé indispensable d'inclure le coronavirus comme facteur d'influence à part entière.



<i>Facteurs</i>	<i>Description de l'élément influenceur et du genre d'influence concernant le mandant et son offre</i>	<i>Tendances / évolution</i>	<i>POND</i>
<i>Politiques</i>	Normalement, le pouvoir politique n'a pas trop d'incidence sur le business du cinéma, cependant à cause de la pandémie du Coronavirus, son influence s'est aussi fait sentir dans les métiers de la culture.	Les pouvoirs politiques ont pris la décision de fermer les cinémas à deux reprises lors de la pandémie. Cela a fortement impacté Cinémajoie. Actuellement les cinémas sont ouverts mais quelques restrictions sont toujours en place et cela ne permet pas au cinéma d'être à 100% fonctionnel.	+++
<i>Économiques</i>	La forme associative prise par le cinéma fait que les budgets disponibles ne sont pas très élevés pour l'exploitation du cinéma. Le cinéma reçoit des aides de la Confédération s'ils passent un certain genre de films (par ex. des films étrangers). Cependant ces films sont moins grand public qu'une comédie française par exemple. Il y a parfois aussi des règles à respecter pour	L'équipe de communication interviewée ne dispose que d'un budget de 2'500.- par année, ce qui limite grandement leurs activités. Elle ne peut pas entreprendre tous les projets qu'elle souhaiterait. La programmation doit vraiment faire attention dans le choix des films pour être sûr que cela peut être rentable pour le cinéma. Il faut avoir une bonne balance entre les types de films et avoir un nombre de spectateurs élevés pour être sûr	+++ +++

	diffuser certains films (par ex. Joker devait être diffusé quatre fois dans la première semaine de sa sortie.)	de rentabiliser l'achat du film. Cela est compliqué avec l'incertitude amenée par le coronavirus	
	Cinémajoie est dépendent de beaucoup de bénévoles pour pouvoir faire tourner le cinéma.	Les bénévoles sont un peu plus de 100 mais ils sont une pierre angulaire du fonctionnement de Cinémajoie. Un recrutement plus conséquent permettrait encore un meilleur fonctionnement du cinéma.	++
	Le coronavirus a aussi empêché le cinéma de réaliser des recettes importantes pour les années 2020-2021	La pandémie a ravagé le secteur de la culture et Cinémajoie n'a malheureusement pas été épargné. Contraint à fermer pendant plusieurs mois, il a perdu des recettes importantes. Il a aussi empêché plusieurs projets de se réaliser.	+++
<i>Socioculturels, sociodémographiques</i>	Cinémajoie est grandement dépendant de la population pour son activité comme l'est toute entreprise dans le secteur culturel.	La fermeture des cinémas a forcé Cinémajoie à renoncer à son activité pendant plusieurs mois. La relation entre les clients a pu se péjorer pendant ce laps de temps.	++
	Les habitudes de consommation ont pu changer lors des confinements et fermetures.	Hors pandémie, le cinéma souffrait déjà de la concurrence des plateformes de streaming comme Netflix, Disney+ etc... Le confinement a peut-être renforcé cette concurrence et	+++

		certaines personnes pourraient ne plus être intéressées par l'expérience du cinéma et préféreraient rester chez elles et profiter d'un film dans le confort de leur maison.	
Technologiques	Le matériel de projection du Cinémajoie a été récupéré de l'ancien cinéma de Porrentruy.	Le matériel de projection est de bonne qualité cependant, la salle de cinéma (Aula du Collège St-Charles) ne permet pas de créer la même expérience pour un blockbuster qu'un autre cinéma pourrait créer. Comme ce n'est pas les premiers films que Cinémajoie désire montrer, ce n'est pas un grand problème pour eux.	+
Écologiques, environnementaux	L'environnement n'a pas grand impact sur Cinémajoie. Cependant, il essaie lui-même d'être respectueux avec ce dernier, en faisant des partenariats avec des business locaux, en utilisant des matériaux recyclés quand ils le peuvent et en limitant leur nombre d'impressions de programmes pour que le papier ne soit pas gaspillé par exemple.	L'environnement est une cause devenue très importante pour beaucoup de personnes et entreprises dernièrement. Être respectueux de l'environnement et le montrer dans sa communication peut être un atout pour Cinémajoie.	+
Légaux	Cinémajoie fonctionne grâce à l'Association des amis du cinéma d'Ajoie, de ce fait, les décisions le concernant se font	Le fait de devoir attendre l'AG pour certaines décisions peut empêcher Cinémajoie d'évoluer et cela peut aussi	++

	lors de l'assemblée générale annuelle grâce à des votes.	restreindre la liberté des groupes de travail.	
	Cinémajorie est locataire de l'Aula du Collège St-Charles et cette relation entraîne quelques règles à respecter pour l'utilisation de la salle. Il n'est pas possible de manger dans l'Aula par exemple.	Ces règles empêchent le cinéma de pouvoir vendre de la nourriture que des personnes pourraient consommer pendant le film, ce qui est souvent emblématique d'une expérience au cinéma.	++
	Cinémajorie a une charte graphique à suivre par rapport à son logo. En effet, celui-ci a été créé par un artiste de la région de l'Ajoie et la communication réalisée par Cinémajorie doit suivre la ligne graphique explicitée par l'artiste dans son logo.	Le cinéma ne semble pas avoir de souci à respecter cette charte et ne semble pas dérangé par celle-ci.	-
	Cinémajorie a des endroits désignés pour placer sa communication dans la commune de Porrentruy et ne doit pas s'adonner à l'affichage sauvage.	Cela ne semble pas empêcher le cinéma de réaliser son activité.	-
	Finalement, il y a des contraintes au niveau des réglementations cinématographiques légales.	Par exemple, les films grand succès comme le Joker sorti en 2019 requièrent au minimum 4 projections la première semaine de sortie. Pour un petit cinéma comme Cinémajorie, ceci n'est pas rentable, au contraire. Cependant, par la	+

		volonté de proposer des films grands succès mais aussi des films d'auteurs, le cinéma doit se "sacrifier" et accepter des pertes lors de telles projections.	
<i>Covid-19</i>	Le Covid-19 a chamboulé à peu près tous les domaines de la vie active et surtout le domaine culturel qui a dû suspendre ses activités pendant de longs mois. Cinémajoie en a aussi souffert.	On a pu le voir dans les autres thèmes de l'analyse PESTEL que le Covid-19 a fortement augmenté l'influence des facteurs externes sur Cinémajoie et précisément, les facteurs politiques, économiques et socioculturels. L'épidémie paralyse encore la vie active en 2021 et on ne sait pas pour sûr dans quelle direction cela va évoluer. Son influence sur Cinémajoie n'est sûrement pas encore finie.	+++

Analyse des facteurs d'influence

Chaque entreprise ou organisation est confrontée à des influences, directes ou indirectes. Leur pouvoir sur l'organisation ou l'entreprise peut être plus ou moins fort. L'identification de ces dernières est primordiale, car elle permet d'évaluer les risques et opportunités de l'institution analysée. Étant nombreux et hétéroclites, il est judicieux de scinder les influenceurs en deux groupes, distincts socio-démographiquement parlant.

Les *influenceurs directs* jouent un rôle de préconisation et de recommandation. En effet, ils parlent de l'institution, recommandent ses prestations (ici les films projetés). Ils ont un intérêt à le faire, car ils peuvent en dégager des bénéfices et avantages divers. Leur but premier est donc la bonne réputation de l'institution. Évidemment, pour que la réputation soit positive, les facteurs internes comme la culture d'entreprise ou le contact avec la clientèle doivent être honorables.

Les influenceurs directs de Cinémajoie sont :

- Le comité
- Les membres de l'association « Les Amis du Cinéma d'Ajoie »
- Les bénévoles
- Le Collège Saint-Charles
- Municipalité de Porrentruy
- Le Journal l'Ajoie

Le *comité* est composé de 9 à 13 membres. Il est défini comme l'organe exécutif de l'association. Ses membres sont obligatoirement des membres de l'association et sont nommés pour une période de minimum 3 ans. Il comprend les responsables de l'accueil, la communication, la programmation, les bénévoles, ... Ce dernier détient un fort pouvoir décisionnel. En effet, les décisions importantes concernant les tarifs ou tout autre changement de taille sont prises par le comité et les *membres de l'association*. Lors des assemblées générales qui ont lieu une à deux fois par an, les décisions sont tranchées par ces deux organes. Ces deux entités sont indispensables au bon fonctionnement du cinéma, car leurs choix influencent directement la stratégie employée et les moyens mis en place pour y parvenir.

Les *bénévoles* sont également des influenceurs directs, car en parlant autour d'eux du cinéma, ils ont en contrepartie une possibilité de continuer à être bénévole au sein de l'Association et ainsi attirer de nouveaux clients.

Un autre influenceur de taille est le *Collège Saint-Charles*. Comme vu précédemment, Cinémajoie se situe dans l'aula du collège. Il dépend donc fortement de son règlement, de par son statut de locataire du lieu. Jouissant d'une certaine liberté, Cinémajoie doit tout de même se tenir à certaines règles et contraintes instaurées par le Collège Saint-Charles. Par exemple, les places de parc qui étaient jusqu'alors disponibles dans la cour d'école pour les visiteurs du cinéma ont été retirées. Ceci impacte donc le cinéma. Encore, si l'école décide de faire un événement dans l'aula, c'est un jour de programmation en moins pour le cinéma.

La municipalité et le syndicat intercommunal du district de Porrentruy ont financé en partie le projet. Motivés par le projet, ils ont versé une somme afin que ce cinéma villageois voie le jour. Leur participation et considération mettent en évidence qu'une salle de cinéma est un atout spécial qui augmente l'attractivité de cette région et plus particulièrement ce village aux yeux des habitants.

La recommandation du Cinémajoie se fait en partie grâce à leur partenariat avec le *Journal l'Ajoie*. Ce dernier publie la programmation ainsi que d'autres informations importantes quand le cinéma le souhaite, et en échange Cinémajoie leur fait de la publicité lors d'événements.

Les *influenceurs indirects*, de leur côté, parlent également des prestations, mais n'ont pas d'avantage à le faire. Cela peut par exemple se traduire par un enfant qui en parle à un ami. Ces influenceurs ne sont pas forcément connus de l'institution. Quand ils vantent les mérites de Cinémajoie, cela découle d'une démarche spontanée. Ce segment de personnes est de ce fait très hétéroclite et les récepteurs très vastes. Dans cette catégorie, on retrouve également les leaders d'opinion, qui ont un rôle à part. Ces derniers se caractérisent par un certain pouvoir, une autorité ou une notoriété qui va influencer la communauté. Ces personnes sont primordiales, car elles permettent d'influencer le jugement des personnes qui les écoutent. Dans le cas de Cinémajoie, les leaders d'opinions peuvent, en faisant éloge du cinéma, amener de nouveaux clients potentiels à l'organisation, que ce soit en tant que client ou nouveau membre de l'association.

Identifier ces leaders est primordial, car comme on a pu le comprendre, ce sont eux qui contribuent à une bonne stratégie de relations publiques. De plus, ces leaders influencent autant dans leur sphère privée que professionnelle, ce qui élargit le champ des possibles. Plus il y en a, plus la visibilité d'une institution augmente.

À l'ère digitale actuelle, les réseaux sociaux sont un excellent facteur de visibilité. En effet, ils offrent une large visibilité, qui de plus est rapide. Les leaders d'opinion passant par ce biais sont donc profitables à l'institution. Ceux-ci émanent un sentiment de proximité et de confiance. Dans le cas de Cinémajoie, les leaders d'opinion sont plus complexes à identifier, car ils ne vendent pas de produits, mais proposent des services audiovisuels (des films). Puisque les films sont toujours différents, il est difficile de recommander ce type de service, d'autant plus que la sensibilité et les goûts cinématographiques sont très subjectifs et personnels. Cependant, la recommandation peut être faite au niveau de l'ambiance du cinéma, de la qualité du service client, de la qualité de visionnage, de la salle, ... Ces faits plus tangibles peuvent être partagés par le bouche-à-oreille et ainsi attirer de nouveaux visiteurs.

Les influenceurs indirects de Cinémajoie sont :

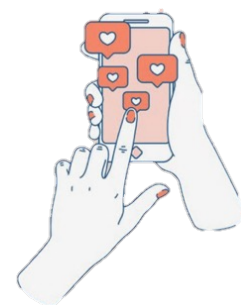
- L'ensemble de leurs clients
- Les clients de leurs clients
- Les donateurs
- Leurs followers
- Les leaders d'opinion

La recommandation du Cinémajoie se fait en partie grâce à leur partenariat avec le *Journal l'Ajoie*. Ce dernier publie la programmation ainsi que d'autres informations importantes quand le cinéma le souhaite, et en échange Cinémajoie leur fait de la publicité lors d'évènements.

L'ensemble de leurs clients a un rôle d'influenceurs lorsqu'ils transmettent leur expérience ou informent d'autres personnes. Le bouche-à-oreille est un moyen très efficace pour faire connaître cette structure, d'autant plus que dans une région villageoise, les gens se croisent souvent et conversent facilement, notamment sur la vie culturelle communautaire. Lorsque le mot se passe, *les clients de leurs clients* deviennent alors eux aussi des influenceurs indirects et la boule de neige informative continue.

Un influenceur indirect de taille est les *donateurs*. En effet, de par sa définition, un donateur fait un don, sans forcément attendre quelque chose en retour. Avec la période de crise sanitaire, le Cinémajoie a reçu beaucoup d'aides et de dons. Ces derniers portaient en principe de bon cœur et avaient pour but de pérenniser le lieu de divertissement qu'ils appréciaient certainement.

De nos jours les réseaux sociaux sont un indispensable dans le domaine de la publicité. Effectivement, les *followers* de Cinémajoie que ce soit sur *Instagram* ou *Facebook*, sont des gens plus ou moins actifs qui peuvent repartager du contenu. Ils le font d'autant plus s'ils sont eux-mêmes convaincus de l'offre et/ou ont eu une bonne expérience, ou encore parce qu'ils ont une certaine proximité avec l'association (un proche étant bénévole, être membre, etc...) et participent volontiers à l'essor de notoriété de celle-ci. En agissant ainsi, les followers donnent de la visibilité au cinéma. De plus, les tags et identifications sur leurs posts, permettent une diffusion rapide de l'information tout en valorisant l'association et ses services.



Cinémajoie ne bénéficie pas vraiment de *leaders d'opinion*, car la structure demeure jeune et relativement petite. Cependant, nous pouvons mentionner Yves Hänggi, artiste local (qui a fait le logo), qui participe à la diffusion d'information tels que des repostes d'événements Facebook ou des posts Instagram. Néanmoins, ses actions restent peu fréquentes.

Ce tableau résume ce qui a été mentionné ci-dessus.

<i>Influenceurs</i>	<i>Description de l'élément influenceur et du genre d'influence concernant le mandant et son offre</i>	<i>Tendances /évolution</i>	<i>POND</i>
<i>Influenceurs directs</i>	• Le comité • Les membres de l'association « Les Amis du Cinéma d'Ajoie » • Les bénévoles	Sans les influenceurs directs, l'association Cinémajoie ne verrait pas le jour ou du moins elle n'aurait pas de stratégie communicationnelle et organisationnelle efficace.	++

	• Le Collège Saint-Charles • Municipalité de Porrentruy • Le Journal l'Ajoie	En effet, ce sont eux qui au fil du temps adaptent les stratégies pour avoir une bonne réputation, transmettre les valeurs et permettre le développement de cette institution divertissante. Leurs diverses compétences mêlées à une stratégie communicationnelle cohérente ciblée engendrent la pérennité de l'association et son succès dans le temps.	
<i>Influenceurs indirects</i>	• Le Journal l'Ajoie • L'ensemble de leurs clients • Les clients de leurs clients • Les donateurs • Leurs followers • Les leaders d'opinion	Les influenceurs indirects sont aussi bénéfiques à l'association. Ils font profiter les autres d'informations en faisant du bouche-à-oreille ou alors en publiant un article, en participant financièrement, en faisant du bouche-à-oreille ou encore en suivant les dernières nouvelles publiées, que ce soit sur les réseaux sociaux ou par la newsletter, etc...	+
<i>Influenceurs / leaders d'opinion</i>	• Yves Hanggi	Cet artiste fait de temps en temps de la publicité pour Cinémajoie, mais c'est rare. Il faudrait donc s'allier à d'autres artistes ou leaders d'opinion régionaux.	++

Analyse situationnelle des parties prenantes

Cette partie du travail est consacrée aux parties prenantes de Cinémajoie. Ces dernières sont plus souvent connues sous leur terme anglophone : *stakeholders* et définissent les « ... individus et des groupements qui contribuent, volontairement ou non, à la capacité de créer de la valeur

et de l'activité et qui en sont ses bénéficiaires potentiels et/ou en assument les risques. »
(Romano, 2020)

A l'aide du tableau ci-dessous, nous établissons l'utilité et l'importance des différents publics quant à la réalisation de l'objectif du cinéma. Les réponses aux différentes questions du tableau sont pondérées de 1 (très faible) à 5 (très fort). Aussi, l'attribution d'un 0 montre une absence de réponse pour cette question. Par exemple, l'opinion de ses grands concurrents *Cinémont* et des salles françaises limitrophes sont inconnues. Il n'y a pour l'instant aucun article à ce sujet.

<i>Liste des publics utiles</i> (Pondération de 1 à 5, où 5 est très important)	<i>Ce public est-il décisionnaire ?</i>	<i>Ce public est-il un relais d'opinion ?</i>	<i>Ce public a-t-il un pouvoir de nuisance ?</i>	<i>Ce public est-il favorable ?</i>
<i>Médias</i>	1	5	5	5
<i>Bénévoles</i>	4	4	4	5
<i>Clients</i>	3	5	5	4
<i>Propriétaire</i>	3	3	5	5
<i>Comité</i>	5	5	5	5
<i>Donateurs</i>	1	4	4	5

Les plus grands influenceurs de Cinémajoie sont : les médias, les bénévoles, les clients, le propriétaire, le comité et les donateurs.

Les médias peuvent avoir une influence tant néfaste que bénéfique. Une bonne relation avec ce public est importante afin qu'ils parlent en bien du cinéma dans la région et qu'il se fasse toujours plus connaître, particulièrement en ses débuts. Cependant, il faut toujours rester vigilant avec les médias, car ils ne manquent pas de nuire à toute entreprise ou institution si un événement suspect survient. L'information circulant très rapidement, ceci peut avoir des répercussions conséquentes sur le nombre de visiteurs.

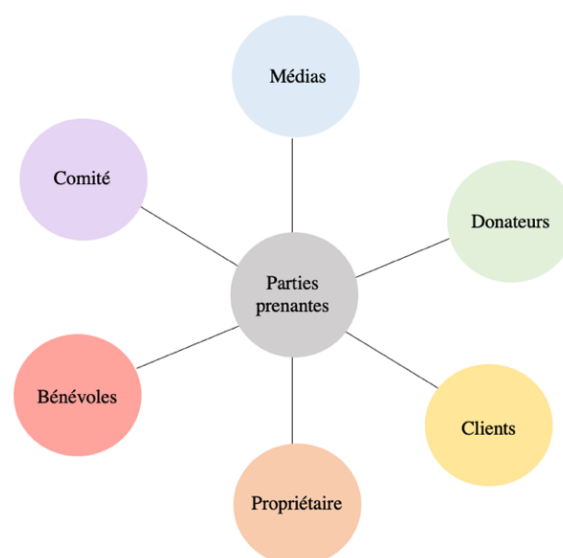
Les bénévoles vont également avoir une forte influence, car ce sont leurs actions et leurs compétences qui permettent au cinéma de tourner. Une bonne organisation et gestion de leur part est de mise.

Les clients peuvent eux aussi avoir une influence positive ou néfaste sur l'association. Effectivement, l'offre doit être plaisante à leurs yeux pour qu'ils consomment ce service de divertissement. Aussi, le bouche-à-oreille est un facteur important dans les villages. Une bonne expérience client partagée est une chance d'accueillir de nouveaux clients. A l'inverse, une mauvaise expérience peut ternir l'image de Cinémajoie.

Aussi, le propriétaire des lieux a également une influence majeure, car sans la location de cette aula, le grand écran Bruntrutain¹ n'aurait probablement pas vu le jour. Il est cependant profitable à cette école et au village d'avoir en son sein un lieu aussi divertissant et attrayant qu'est un cinéma.

Les donateurs sont une partie prenante positive, de par l'altruisme de leur geste. Ils n'ont pas de pouvoir décisionnel mais permettent en partie à Cinémajoie de mener à bien ses projets. Les donateurs croient en la structure et l'association et vont donc en général en dire du bien. Il est essentiel de valoriser ces aides, car le budget peut grandir grâce à elles.

Finalement, le comité est l'organe qui a le plus de pouvoir sur la réputation et la valeur de Cinémajoie. Le score maximal lui est attribué, car c'est lui qui gère l'association, décide de l'offre et de la manière dont elle est délivrée, grâce à sa stratégie de communication.



¹ Qui se réfère à la ville de Porrentruy.

Analyse du discours

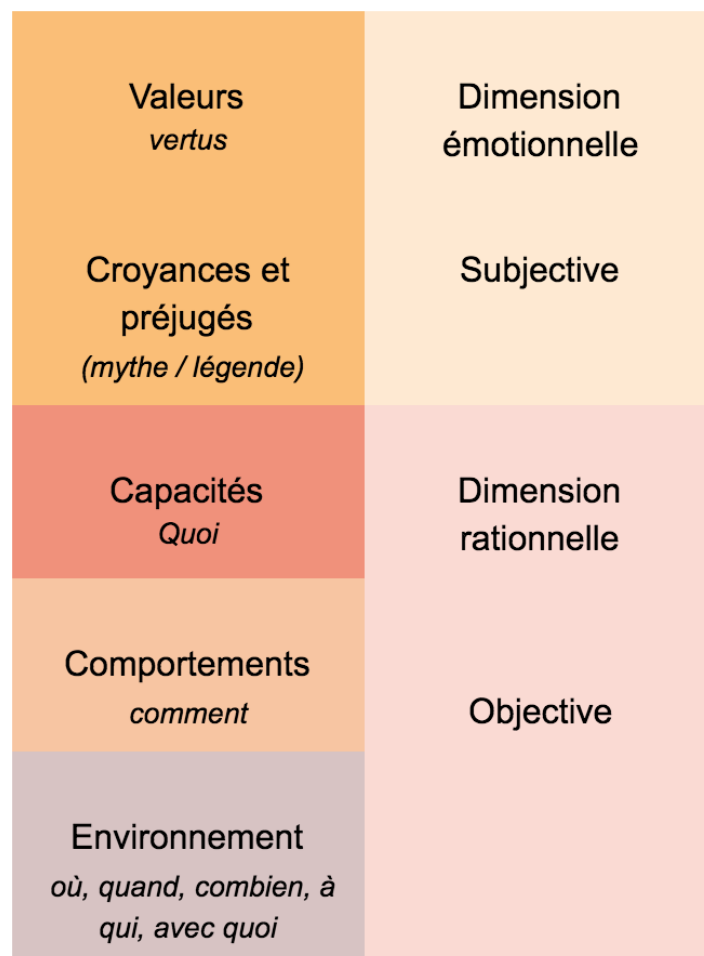
Les 5 niveaux logiques



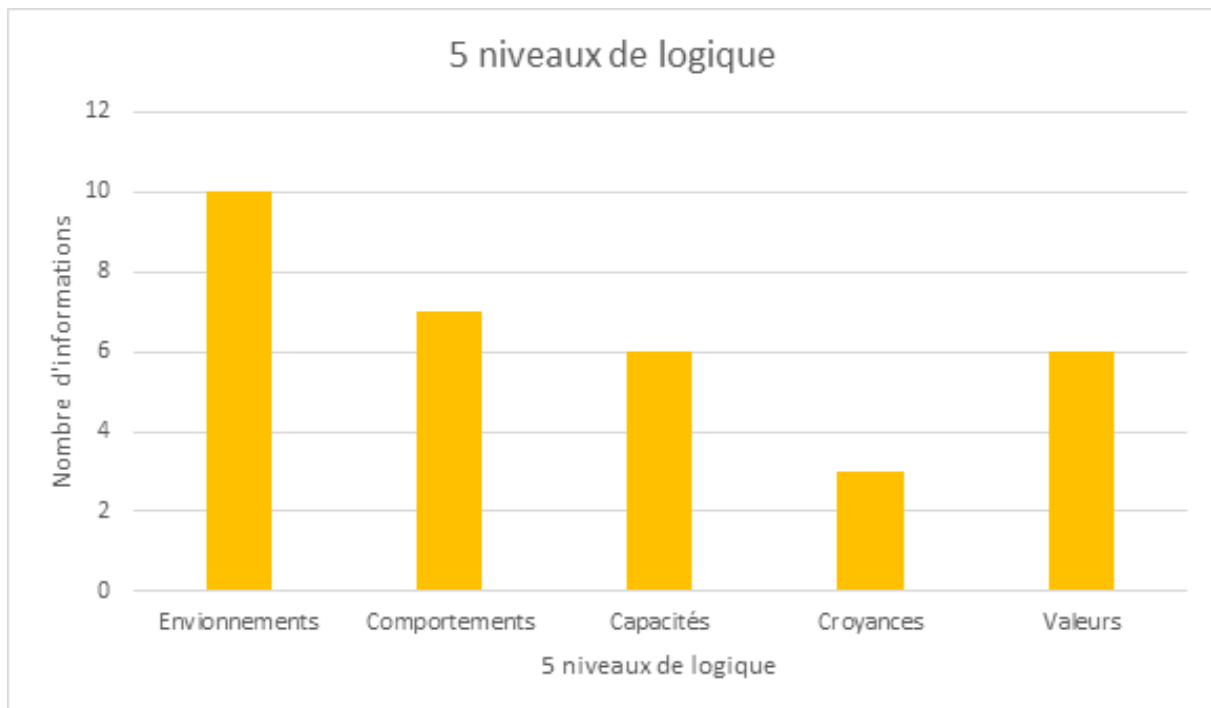
Qu'est-ce-que les 5NL ?

Les cinq niveaux logiques sont des processus cérébraux qui ont chacun un rôle et qui collaborent et s'organisent hiérarchiquement afin d'établir nos croyances. Robert Dilts a élaboré une pyramide montrant les différents niveaux sur lesquels notre pensée se base pour changer nos croyances et agir dans notre environnement. Cet outil aide à comprendre le fonctionnement d'une entreprise, de groupes ou d'individus afin d'atteindre les objectifs de la vision de ceux-ci.

Les 5NL se révèlent importants pour la création de l'image identitaire. Leur compréhension aide à la motivation d'une organisation, à l'alignement de tous sur la même vision, à ce que les valeurs communes soient comprises pour identifier les problèmes principaux, à faire des hypothèses et toujours tendre à améliorer l'organisation en tirant tous à la même corde.



Pour déterminer sur quels niveaux se base principalement le discours de Cinémajoie, nous avons choisi un segment d'interview² que le secrétaire de l'association a accordé à la Loterie Romande. Voici ce que nous avons pu évaluer :



Dans ce segment d'interview accordée par le secrétaire de l'Association du Cinémajoie à la Loterie Romande, nous remarquons que plus de deux tiers des informations relèvent d'arguments tangibles, et un tiers d'arguments émotionnels.

Les informations liées à l'environnement sont les principaux arguments du texte, suivies de près par les comportements et les capacités.

En ce qui concerne les arguments à dimension émotionnelle, ils se situent plutôt au niveau des valeurs et moins des croyances.

Ici, ce ne sont pas les performances qui sont principalement utilisées pour parler de Cinémajoie. Il s'agit déjà d'établir le contexte dans lequel Cinémajoie s'insère, avec les environnements. Les comportements et capacités décrits mettent l'accent sur l'association et ses bénévoles.

² Lien de l'interview : <https://www.loro.ch/fr/utilite-publique/projets-soutenus/cinemajoie>

La dimension émotionnelle se situe principalement au niveau des valeurs. Cinémajoie s'est donné une mission, et l'accomplissement de ses objectifs est un moyen de mettre en avant les valeurs qu'il souhaite véhiculer. Les motivations profondes sont explicites. Les croyances concernent ce que Cinémajoie imagine avoir déjà accomplie en vue de remplir sa mission.

Nous nous situons donc ici dans un discours institutionnel, qui met en avant l'association et son projet, ses origines, les valeurs qui l'ont poussé à vouloir accomplir une mission et le contexte, notamment les difficultés, dans lequel s'insère Cinémajoie.

Analyse des moyens utilisés actuellement

Internet	Le site de Cinémajoie fournit une information complète sur l'Association, le cinéma, les films qu'il est possible de voir. Il détaille également les origines de Cinémajoie, ainsi que ses valeurs.
Affichage	Des affiches pour promouvoir le Cinémajoie sont visibles dans tous les commerces de la ville de Porrentruy. Elles sont là de manière durable, et ne détaillent donc pas le programme de chaque semaine. Ces affiches montrent des dessins en rapport avec le cinéma dans le thème de l'identité visuelle de Cinémajoie. D'autres affichent détaillent le programme de chaque semaine. Elles ne sont visibles que sur quatre points particuliers de la ville de Porrentruy.
Réseaux sociaux	Cinémajoie est présent sur Facebook et Instagram. Le contenu présent sur ces plateformes se trouve principalement sous forme d'images : des affiches du programme, des affiches de films et des affiches d'annonces d'événements particuliers comme des discussions avec les réalisateurs et le public. Durant la période de fermeture du cinéma, Cinémajoie a tenté de rester actif sur les réseaux sociaux, notamment avec des petits concours qui incitaient à deviner de quel film l'image était tirée,

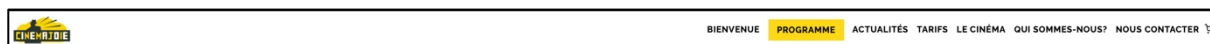


Analyse de la plateforme argumentaire

Lorsque nous tapons cinemajoie.ch dans une barre de recherche internet, nous tombons sur cette page d'accueil. Cette dernière se scinde en deux thèmes : le cinéma à gauche et l'Association à droite. Nous arrivons également sur cette page lorsque nous cliquons sur le logo du site en haut à gauche. Le cinéma regroupe des sous-onglets tel le



programme, les dernières actualités, les prochains événements, les tarifs, la salle ou encore les valeurs du cinéma ... Ces informations concernent donc davantage la structure du cinéma, les événements qui s'y passent et des informations pratiques comme le prix d'un billet. L'Association quant à elle nous renseigne sur qui fait partie du cinéma, comment devenir membre, qui sont les partenaires de Cinémajoie et partage également des photos. Cette partie droite de l'écran se concentre donc davantage sur le côté humain et vise également à recruter et motiver de nouveaux adhérents potentiels.



Dans la banderole supérieure du site internet, nous pouvons observer les sept onglets suivants : *Bienvenue*, *Programme*, *Actualités*, *Tarifs*, *Le cinéma*, *Qui sommes-nous ?*, *Nous contacter*, ainsi qu'un panier pour la vente de billets ou d'abonnements en ligne.

Nous allons à présent décortiquer et analyser chaque onglet afin de mettre en évidence le contenu de chacun d'eux. Le premier onglet est *Bienvenue (1)*. Cette page présente l'affiche suivante : Cette dernière mentionne une première valeur : « votre cinéma près de chez vous », qui indique d'emblée que c'est un endroit qui se veut proche de sa clientèle. Le *votre* indique également un sous-entendu d'unité, de mêmes valeurs, de même famille pour ainsi dire. Cette page Bienvenue inclut également des informations concernant la réouverture des cinémas (*Le Conseil fédéral a annoncé mercredi 14 avril la réouverture des cinémas sous*



La rubrique *Prochains évènements* (à gauche) présente les évènements à venir, avec les dates et les titres de ces derniers.

LES DERNIÈRES ACTUALITÉS

Découvrez en plus sur le cinéma, l'association au travers de nos bulletin d'information.



Bulletin d'info



ENFIN, CINEMAJOIE REPART...

Prochains Evénements

A NE PAS MANQUER ET À RECOMMANDER AUTOUR DE VOUS !

Dans notre programmation, il y a les films du « box office » qui sortent à Porrentruy presque en même temps que dans les grandes villes. Mais il y a aussi ces « événements » par lesquels CINEMAJOIE entend se singulariser :

8, 9 et 11 mai 2021
 « LES GRUES PARTENT EN DERNIER »

16 mai 2021
 « DES CROISSANTS POUR TOUT LE MONDE »

30 mai 2021
 « POMME DE DISCORDE »

Finally, the *Concept sanitaire covid-19* mentions the security rules applied by the cinema and proposes the detailed installation of the application MINDFUL in order to ensure the traceability of visitors in case of Covid.

L'onglet **Tarifs (4)** renseigne sur les différents prix des options proposées par Cinémajoie. On peut également y lire : « La raison d'être de l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie est de maintenir et développer pour Porrentruy et pour l'Ajoie une offre cinématographique aussi diversifiée et attractive que possible sans aucune perspective lucrative. »

Tarifs

La raison d'être de l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie est de maintenir et développer pour Porrentruy et pour l'Ajoie une offre cinématographique aussi diversifiée et attractive que possible sans aucune perspective lucrative.

Billets

Adultes :	13.-
AVS, AI, Chômage, Étudiants et membres cotisants	11.-
Enfants (jusqu'à 16 ans) :	10.-
CarteCulture	8.-
Carte famille (minimum 3 personnes)	10.- p/personne

cinématographique aussi diversifiée et attractive que possible sans aucune perspective lucrative. » Cet onglet est très riche en informations. Il y a le prix des billets à l'unité, des abonnements, la possibilité de faire des bons cadeaux, des informations sur les modes de paiements, sur les réservations et le cadre légal. Ce dernier conseille et informe notamment les visiteurs de l'âge requis pour certains films, selon la classification de *filmrating.ch*.

La salle

C'est où ?

CINEMAJOIE est installé depuis l'automne 2018 à la route de Belfort 16, dans l'ancienne aule du Collège Saint-Charles au rez-de-chaussée gauche du bâtiment des classes. Cet espace a fait l'objet d'une métamorphose complète qui s'est déroulée du printemps à l'automne 2018.



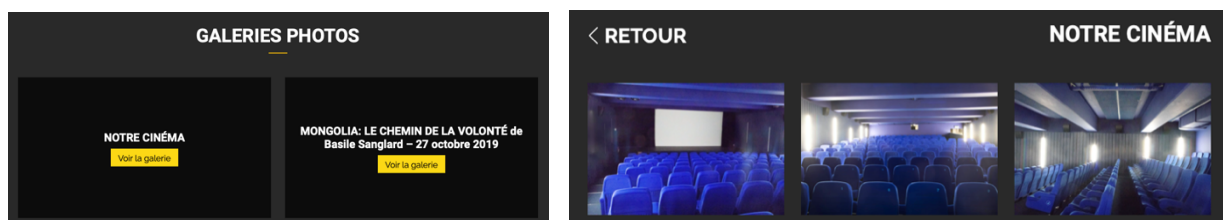
The fifth tab is named **Le cinéma (5)**. It contains five rubrics: **La salle**, **Nos valeurs**, **Qu'est-ce qu'on joue ?**, **Nos partenaires**, **Galleries photos**. **La salle** indicates the location on Google Maps of the cinema (to the left). One also finds information on the partnership with the Collège Saint-Charles, the equipment of the hall, information on the different local annexes such as the parking, as well as

photos de la salle et ses sièges. Sous *Nos valeurs*, on peut lire : une grande diversité et du cinéma pour tous. On trouve également des informations sur le déroulement d'une séance et une grille de projection.

L'ambition de l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie, c'est de faire de CINEMAJOIE, une véritable salle de cinéma qui assure au public une offre de films aussi importante et diversifiée que possible. Notre engagement consiste à proposer chaque semaine au public de Porrentruy et de l'Ajoie un programme qui comprenne jusqu'à douze projections et porte sur au moins trois films différents, ceci en principe durant 46 semaines par année. (...) CINEMAJOIE veut reconquérir un public qui a perdu l'habitude d'aller au cinéma. A cet effet, il entend aussi bien rendre compte des innombrables films qui viennent sur le marché que proposer des offres spécifiques répondant aux attentes de diverses composantes de la population. (Cinémajoie, 2021, onglet Nos valeurs)

Qu'est-ce qu'on joue nous amène sur les mêmes informations (la même page) que *Nos valeurs*. La rubrique *Nos partenaires* présente les différents soutiens dont bénéficie Cinémajoie. On y compte entre autres la Municipalité de Porrentruy et le Syndicat intercommunal du district de Porrentruy, La Délégation jurassienne à la Loterie romande et les autorités cantonales, de nombreux-ses donateurs-trices... La liste est très longue et détaillée. Le bas de la page est consacré à la publicité commerciale et culturelle.

La dernière rubrique *Galleries photos* met à disposition des photos de la salle de projection ainsi que des photos d'un événement. Cette page demeure cependant pauvre en photos et mériterait d'être alimentée.



L'avant dernier onglet *Qui sommes-nous ? (6)* est consacré à la présentation de l'association et est divisé en deux rubriques : *L'association* et *Devenir membre*. Dans la première, on peut y lire des informations sur l'historique de l'association, ses hauts et ses bas, un discours sur le bénévolat, l'assemblée générale, le comité, le groupe opérationnel, l'équipe d'animation, les différents groupes et un organigramme datant de 2020.

REJOIGNEZ-NOUS !

Avez-vous envie de participer à cette magnifique aventure que constitue CINEMAJOIE ?

Aimez-vous le cinéma ?

Jugez-vous indispensable que Porrentruy et l'Ajoie disposent d'une véritable salle de cinéma ?

Avez-vous envie de participer à cette magnifique aventure que constitue CINEMAJOIE ?

Formulaire d'inscription

VOTRE PRÉNOM (OBLIGATOIRE)

VOTRE NOM (OBLIGATOIRE)

RUE ET N° (OBLIGATOIRE)

VOTRE ADRESSE DE MESSAGERIE (OBLIGATOIRE)

CHOISISSEZ LE-S SECTEUR-S DANS LE-SQUEL-S VOUS SOUHAITEZ VOUS INVESTIR *

Administration

Envoyer

La rubrique *Devenir membre* est, de son côté, destinée au recrutement de nouveaux volontaires et bénévoles en les motivant. On peut y voir des informations sur les cotisations annuelles, les avantages promis ainsi qu'un formulaire d'inscription. En bas de page, on nous donne des conseils sur comment soutenir le cinéma.

Finalement, le dernier onglet *Nous contacter (7)* inclut un formulaire de contact simple.

La banderole inférieure (pied de page) du site inclut le logo en noir et blanc, un plan du site, l'adresse du cinéma, les deux colonnes (le cinéma et l'association) vues précédemment ainsi que le copyright. On a également accès à un menu déroulant à droite lorsque l'on rétrécit la page internet, qui reprend les sept onglets.

	Le cinéma	L'association
Association des Amis du Cinéma d'Ajoie CP 1021 - 2900 Porrentruy 1	Programme Dernières actualités Prochains Evénements Concept sanitaire COVID-19 Tarifs Nos valeurs La salle Nous contacter	Qui sommes-nous? Devenir membre Nous contacter Nos partenaires Galeries photos
Nous contacter		
© Cinémajoie 2021		

En commentaire général, on peut observer que le site internet est très bien construit. Les couleurs sont en cohérence avec le logo (code couleurs jaune et gris), couleurs que nous retrouvons dans les différentes pages et visuels du site. La navigation se fait facilement, le

listage est très explicite, les onglets sont clairs et sont classés par nature de contenus et ne sont pas trop nombreux. L'arborescence est donc assez équilibrée et l'identification des informations se fait rapidement.

Néanmoins, certains chemins de navigation sont à notre sens encore trop complexes (d'un point de vue des visiteurs). Par exemple, l'onglet *le cinéma – qu'est-ce qu'on joue ?* nous amène sur les valeurs. Nous devons scroller en bas pour arriver au déroulement des séances et la grille de référence pour les projections ordinaires. La rubrique *valeurs* et *qu'est-ce qu'on joue ?* renvoient donc à la même page. Cela crée une redondance d'informations et le visiteur est un peu perdu. Il serait, selon nous, plus clair et rapide de diviser clairement le contenu dans les deux rubriques. Un autre point négatif à mettre en lumière est le possible surplus d'informations dans certains onglets et l'effet parfois « brouillon ». Il y a dans l'ensemble très peu de fautes d'orthographe (par exemple l'onglet *Actualités – dernières actualités* : « nos bulletin d'information »).

Pour conclure, certaines pages concentrent également peut-être trop d'informations, notamment *Nos partenaires*. La volonté de partager un maximum d'informations et fournir une documentation complète est très admirable, mais le visiteur peut facilement se perdre dans tout ce texte. Une réduction du texte serait peut-être judicieuse.

Ci-dessous se trouve un résumé de tout ce qui vient d'être mentionné.

<i>Onglet</i>	<i>Message</i>	<i>Thème</i>	<i>Points de preuves</i>
	<i>Bienvenue à Cinémajoie</i> <i>Salle de cinéma de</i> <i>Porrentruy et de l'Ajoie</i>	Joie Cinéma Accueil Localisation	Message accueillant avec un « Bienvenue », se montre convivial de par son nom comportant le mot « joie ». On associe ce cinéma à un lieu sympathique . Informe également sur sa localité .

BIENVENUE	<i>Bienvenue</i> <i>Cinemajoie</i> <i>Votre cinéma près de chez vous. Votre cinéma est de retour.</i>	Accueil Promesse Proximité	Le cinéma se montre <i>proche de son public</i>, de sa population et se manifeste comme pouvant à nouveau les accueillir (restrictions levées) avec « Votre cinéma est de retour ». Le mot « votre » est très <i>inclusif</i> : ce cinéma est convivial.
PROGRAMME	<i>Le programme</i> <i>Programme en version PDF</i>	Informatif	<i>Informations</i> sur le programme
ACTUALITÉS DERNIÈRES ACTUALITÉS PROCHAINS ÉVÉNEMENTS CONCEPT SANITAIRE COVID-19	<i>Dernières actualités</i> <i>Découvrez en plus sur le cinéma, l'association au travers de nos bulletin d'information.</i> <i>Prochains évènements</i> <i>A NE PAS MANQUER ET À RECOMMANDER AUTOUR DE VOUS !</i> <i>Dans notre programmation, il y a les films du « box office » qui sortent à Porrentruy presque en même temps que dans les grandes villes. Mais il y a aussi ces « événements » par lesquels CINEMAJOIE entend se singulariser : ...</i>	Information Recommandation Promesse Créativité	L'annonce des actualités montre une <i>dynamique</i> du cinéma : il informe et ses informations sont mises à jour régulièrement. Il <i>prévient</i> sa clientèle de ce qui arrive dans un futur proche et il recommande d'en informer les autres. L'écriture en majuscule montre une insistance, qu'il faut <i>informer les autres</i> afin qu'ils puissent profiter de l'offre proposée. Une promesse est également

			faite : le cinéma se montre compétent en proposant les derniers films dans un timing proche des grandes salles de cinéma. Le cinéma se montre ambitieux et créatif en offrant un programme riche et intéressant autant en cinématographie qu'en événements. Enfin, des informations sur la sécurité entreprise par l'association concernant les mesures sanitaires apparaissent. Cela rend le cinéma responsable.
	Concept sanitaire Covid-19 Notre concept de sécurité développé remplit, voire dépasse les exigences fixées par les autorités fédérales.	Sécurité	
TARIFS	Tarifs La raison d'être de l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie est de maintenir et développer pour Porrentruy et pour l'Ajoie une offre cinématographique aussi diversifiée et attractive que possible sans aucune perspective lucrative.	Valeur Originalité	Son but est de divertir la population alentours et d'apporter une richesse culturelle à ce village. L'association à but non lucratif propose un divertissement abordable et mise sur une grande variété pour contenter tout le monde.

LE CINÉMA LA SALLE NOS VALEURS QU'EST-CE QU'ON JOUE ? NOS PARTENAIRES GALERIES PHOTOS	La salle <i>CINEMAJOIE est installé depuis l'automne 2018 à la route de Belfort 16, dans l'ancienne aula du Collège Saint-Charles au rez-de-chaussée gauche du bâtiment des classes. Cet espace a fait l'objet d'une métamorphose complète qui s'est déroulée du printemps à l'automne 2018...</i>		Installée dans une école, établissement public, cette salle de cinéma a bel et bien été rénovée afin d'être utilisable pour sa nouvelle fonction. Situé à un endroit connu de tous (l'école), le cinéma est facile d'accès et aisément trouvable.
	Nos valeurs <i>Une grande diversité</i> <i>Du cinéma pour toutes et tous</i>	Histoire	
	Qu'est-ce qu'on joue <i>Déroulement d'une séance</i> <i>La grille de référence pour les projections ordinaires</i> <i>Relâches</i>	Valeurs	Les valeurs de l'Association sont transmises par les termes <i>diversité</i>, et <i>cinéma pour toutes et tous</i>. C'est un lieu inclusif, qui permet à chacun-e d'y trouver son compte et prendre du plaisir.
	Nos partenaires <i>Une opération aussi audacieuse et complexe que la création et</i>	Informations	Informations quant au <i>déroulement</i> des séances (agenda annuel, horaire, genre etc)
		Partenaires	« <i>On est pas seuls</i> » montre que du soutien est reçu pour que ce

	<i>l'exploitation régulière d'une salle de cinéma associative à Porrentruy n'a pu être menée à bien que grâce à l'appui et à la générosité d'une foule d'interlocuteurs.</i> <i>On n'est pas seuls !</i> <i>Nos soutiens</i> <i>Nos partenaires</i> <i>De la publicité à Cinemajoie</i> Galleries photos • <i>Notre cinéma : voir la galerie</i> • <i>Mongolia : le chemin de la volonté de Basile Sanglard – 27 octobre 2019 : voir la galerie</i>	Photos	divertissement continue à voir le jour. Les partenaires et autres personnes soutenant l'association y sont pour beaucoup et l'association est reconnaissante envers ces derniers. Quelques photos d'événements passés sont diffusées.
QUI SOMMES-NOUS? L'ASSOCIATION DEVENIR MEMBRE	L'association <i>CINEMAJOIE est géré sur une base essentiellement bénévole par une association, l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie, qui a pris le relais de l'Association des Amis du Colisée. Le but de cette association sans but lucratif est "d'assurer l'existence, l'exploitation et la promotion d'une salle de cinéma en Ajoie."</i>	Histoire de l'entreprise But	L'association a vu le jour grâce à plusieurs bénévoles passionnés. Le but étant de promouvoir le cinéma local et d'offrir un divertissement à cette région jurassienne. L'association donne l'opportunité à quiconque de devenir membre et ainsi profiter de cette expérience entre passionnés.

	Devenir membre REJOIGNEZ-NOUS ! Avez-vous envie de participer à cette magnifique aventure que constitue CINEMAJOIE ? Aimez-vous le cinéma ? Jugez-vous indispensable que Porrentruy et l'Ajoie disposent d'une véritable salle de cinéma ? Avez-vous envie de participer à cette magnifique aventure que constitue CINEMAJOIE ? Devenez membre de l'équipe d'animation En mettant à disposition du temps libre, de l'énergie et des compétences. • Choisissez-le ou les secteurs dans lesquels vous souhaitez vous investir, • Déterminez en toute liberté l'ampleur et les modalités de votre engagement.	Inclusion Recrutement	Aussi, un message d'invitation à s'investir et avoir la possibilité de rejoindre le groupe de bénévole est proposé dans la rubrique « devenez membres de l'équipe d'animation ». L'association se montre ouverte et accueillante à ce que de nouvelles recrues motivées et qualifiées rejoignent l'équipe en participant à la vie et l'arrière-scène du cinéma. Divers secteurs sont proposés. Une liberté en termes d'investissement en temps et en compétences est affirmée : « déterminez en toute liberté l'ampleur et les modalités de votre engagement. »
NOUS CONTACTER	<i>Nous contacter</i>	Contact	Information de contact qui permet d'atteindre facilement l'association par le biais d'un message électronique directement sur le site.

Analyse du discours

Positionnement	Cinémajoie se positionne comme une salle de cinéma de proximité cherchant à amener du dynamisme au sein d’une région en promouvant des productions cinématographiques diversifiées. La dimension régionale se retrouve dans le slogan de l’association « Votre cinéma près de chez vous », que l’on retrouve en page d’accueil du site et en photo de couverture sur Facebook (avant la réouverture autorisée par le CF, qui a engendré “Votre cinéma est de retour”). Le slogan est légèrement différent sur la page Instagram de l’association, où l’on retrouve l’inscription « Votre cinéma à Porrentruy ». Ces slogans montrent, certes, une proximité géographique du cinéma avec son public, mais aussi une proximité humaine, avec un aspect personnel, souligné par “votre cinéma”. En parallèle, il y a une volonté de mise en avant du 7ème art. Cela se perçoit dans le logo, qui fait référence aux films policiers et à l’importance du mouvement. La photo de couverture actuelle de la page Facebook présente un clap, objet emblématique du cinéma. Dans l’onglet “Nos valeurs” du site internet, on retrouve un texte qui explique le type de cinéma que promeut Cinémajoie, avec les sous-titres “Une grande diversité” et “Du cinéma pour toutes et tous”. Le cinéma souhaite s’adresser à un large public tout en proposant une gamme diversifiée de films.
Définition	La salle de cinéma est gérée par l’association “Les Amis du Cinémajoie”, qui propose chaque semaine la projection de plusieurs films. Elle organise parfois des événements autour de projections, comme des discussions avec le public.
Vision	L’association se voit comme un cinéma de petite envergure qui cherche à se faire une place au milieu d’un marché de cinémas plus grands, en jouant sur la proximité avec son public pour l’attirer et se démarquer.
Mission	Cinémajoie cherche à faire exister une salle de cinéma dans la petite région de l’Ajoie afin de proposer à sa population une possibilité de se divertir et de se cultiver, sans avoir à se déplacer trop loin. Elle participe donc aussi à donner du dynamisme à la région. Cette volonté est perceptible par le fait que les affiches du programme de Cinémajoie soient visibles dans tous les commerces de Porrentruy.

<i>Ambition</i>	Son ambition est d'accueillir un nombre important de spectateurs afin de faire perdurer son activité et éventuellement investir dans le but d'élargir son offre.
<i>Philosophie</i>	La philosophie de Cinémajoie est de partager des bons moments conviviaux avec son public de proximité et régional, autour de films d'auteurs mais aussi de films grand public.
<i>Personnalité</i>	Cinémajoie est un cinéma de proximité qui se veut proche de son public. Comme le cinéma est géré par des bénévoles, l'association est dans le don de soi avec son public. Le cinéma est un bien commun, qui appartient au public, comme on le retrouve dans le slogan avec "Votre cinéma".
<i>Promesse</i>	Cinémajoie promet une offre variée de productions cinématographiques à voir en Ajoie, chaque semaine, malgré sa petite taille par rapport aux autres cinémas. Cette promesse est visible dans l'onglet "Nos valeurs", visible sur le site : "L'ambition de l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie, c'est de faire de CINEMAJOIE, une véritable salle de cinéma qui assure au public une offre de films aussi importante et diversifiée que possible".
<i>Bénéfice</i>	Grâce à cinémajoie, le cinéma devient plus accessible, car il est proche du public d'un point de vue géographique. Il simplifie la sortie au cinéma. De plus, il permet d'agrandir l'attractivité de la ville de Porrentruy et de l'Ajoie en général.
<i>Tonalité</i>	Pour montrer sa proximité avec le public, Cinémajoie utilise une tonalité simple dans sa communication. Les messages sont courts et concis. Le site et les réseaux sociaux s'adressent directement au public, avec une dimension interactive. Sur Facebook, la page de Cinémajoie propose parfois des énigmes à propos du 7ème art afin de faire participer les utilisateurs qui suivent sa page à des concours.
<i>Contrainte</i>	La principale contrainte réside au niveau du budget. Cinémajoie lutte pour sa survie d'un point de vue économique. Il y a donc une part très limitée du budget consacré au groupe "Communication". De plus, le cinéma et sa communication sont gérés par des bénévoles non-professionnels, qui ont donc des ressources limitées en termes de temps et de connaissances.



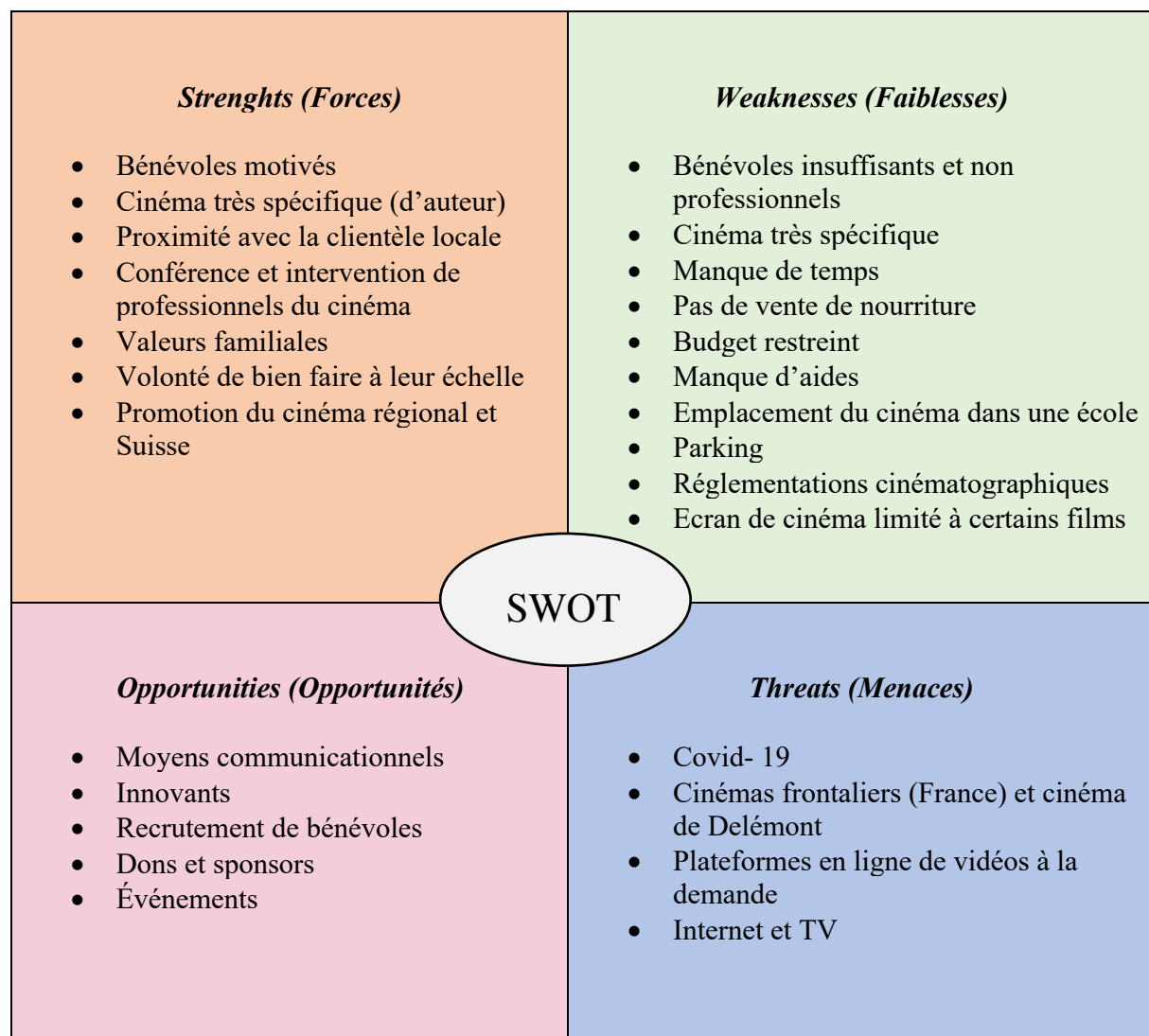
Synthèse et matrice SWOT

Qu'est-ce-que la matrice SWOT ?

C'est un outil stratégique utilisé par toute institution ou entreprise à but lucratif qui permet de déterminer les **forces**, **faiblesses**, **menaces** et **opportunités**.

Cette matrice se construit sur la base de différents facteurs clés de succès. Ces derniers correspondent aux éléments à maîtriser afin de se positionner au mieux sur un marché et ainsi obtenir un avantage concurrentiel. Ils sont la plupart du temps d'origine économique ou technologique. Ils peuvent également se situer au niveau des caractéristiques du produit ou service proposé et des compétences et du savoir-faire acquis.

Les forces et faiblesses sont la plupart du temps d'origine interne, contrairement aux menaces et opportunités de nature externe.



Strenghts (forces)

Nous allons débiter la synthèse de notre analyse par les forces de Cinémajoie. La plus importante est sans aucun doute la motivation incommensurable de ces bénévoles à faire revivre le cinéma. Sans leur volonté, le cinéma aurait probablement déjà disparu. Ils sont l'essence de cette aventure. Le comité cinéophile passionné souhaite redonner envie à un public ayant perdu l'habitude d'aller au cinéma de retrouver le plaisir de regarder un film de qualité sur grand écran, ainsi que l'aspect de communion et de partage qu'offre cette expérience. Leur désir de partage et de liens humains est leur moteur.



La diversité de l'offre à travers un programme riche et pour tous les goûts est également une force spécifique à Cinémajoie. La promotion de projection de films régionaux et suisses est également un critère fondamental car ces derniers sont souvent mis de côté dans le cinéma à plus grande échelle.

Aussi, divers événements sont au programme autour de thématiques spécifiques, avec notamment l'intervention de professionnels du domaine lors de conférences auxquelles sont parfois invités acteurs et réalisateurs des films projetés.

Aussi, la proximité avec les clients locaux mentionnée ci-dessus est une valeur non négligeable de l'association. *Tout le monde se connaît* dans le village de Porrentruy et ses alentours. L'ouverture de ce cinéma a produit un nouveau centre d'intérêt pour la communauté et a fait émerger de nouveaux sujets de discussions dans les villages. Le bouche-à-oreille a permis aux programmes cinématographiques d'être rapidement connus localement et la programmation est attrayante pour les habitants qui avaient soif de nouveauté. Le cinéma attire ainsi de nombreuses familles devant le grand écran de Porrentruy.

Une dernière force que nous pouvons mentionner est leur volonté de bien faire. En effet, les bénévoles se dévouent au bon fonctionnement du cinéma, à leur échelle de non-professionnels afin d'offrir un bol d'air frais à cette petite région jurassienne. Leur investissement en temps, notamment par la mise à disposition des compétences diverses des bénévoles passionnés, a permis à ce lieu culturel de voir le jour, de se maintenir et de continuer à se développer dans le temps (hors période Covid bien entendu...).



PROGRAMME DU 23 AVRIL AU 2 MAI 2020

19h00	LE GRIFF ALU ET AUTRES HISTOIRES DE MONSTRES	VF	animaux
20h00	COURS SIMPLEMENT SAUVAGE	VF	FTV
21h00	ADRIEL LES CONES	VF	comédie
22h00	LE GRIFF ALU ET AUTRES HISTOIRES DE MONSTRES	VF	animaux
23h00	ADRIEL LES CONES	VF	comédie
24h00	ADRIEL LES CONES	VF	comédie
25h00	THIEME SI NO EVEL, LE Diable INVISIBLE PAUL	VF	drame
26h00	MAESTRO CHINOIS	VF	comédie
27h00	LA COURSE A LOS GILES LA REVANCHE DES LIONS	VF	comédie
28h00	LA COURSE A LOS GILES LA REVANCHE DES LIONS	VF	comédie
29h00	THIEME SI NO EVEL, LE Diable INVISIBLE PAUL	VF	drame
30h00	MAESTRO CHINOIS	VF	comédie
31h00	MAESTRO CHINOIS	VF	comédie
1 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
2 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
3 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
4 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
5 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
6 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
7 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
8 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
9 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
10 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
11 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
12 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
13 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
14 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
15 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
16 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
17 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
18 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
19 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
20 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
21 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
22 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
23 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
24 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
25 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
26 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
27 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
28 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
29 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
30 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire
31 mai	PETITES DANSEUSES	VF	documentaire

Opportunities (opportunités)

Au niveau des opportunités, celle que nous mentionnerons principalement regroupe les moyens communicationnels. En effet, une variété de ceux-ci est à disposition de nos jours. Il en existe une panoplie. C'est donc une opportunité à ne pas manquer pour ce cinéma local de développer sa communication sur davantage de supports, afin d'attirer le plus de visiteurs possibles.



Depuis la réouverture des magasins et lieux de divertissement le 19 avril 2021, le Cinémajoie a l'opportunité de rouvrir ses rideaux et de reprendre sa communication en plein vol. L'affichage dans les endroits les plus fréquentés de Porrentruy et des villages voisins, ainsi que la distribution de flyers sur les tables des terrasses est un travail qui mérite d'être entrepris.

Plus la communication sera visible, plus la population retournera rapidement au cinéma se divertir et soutenir ce lieu. De plus, la communication sur les réseaux sociaux n'est pas négligeable, particulièrement s'ils désirent attirer davantage un public de jeunes adultes (clientèle au-dessous de 30 ans). Un contenu régulièrement mis à jour avec de nombreux rappels concernant la programmation et l'offre diversifiée ainsi que des sondages dans les stories Instagram sont nécessaires pour capter la clientèle portée sur le digital.

Concernant le site web, une équipe qui s'occupe uniquement de celui-ci devrait être mise en place afin de le tenir régulièrement à jour. La newsletter mériterait elle aussi d'être alimentée, notamment avec des contenus ciblés. Par exemple,



lors de l'inscription à celle-ci, les utilisateurs auraient la possibilité d'informer l'association sur leurs préférences et genres cinématographiques de prédilection ainsi que sur la tranche d'âge dans laquelle ils se trouvent. La newsletter serait alors d'autant plus efficace et personnalisée avec un mailing adéquatement dirigé et en rapport avec les intérêts des clients.

Une autre opportunité à saisir est les *événements innovants*. La saison estivale pointant gentiment le bout de son nez, organiser des séances de cinéma en plein air serait attrayant, d'autant plus en période Covid (moins de risques en étant dehors qu'en étant dans un endroit fermé). Cela attirerait d'autant plus un public jeune, car cela leur donne l'opportunité de se retrouver entre amis pour une belle soirée d'été.

Le public familial serait également bon public, car c'est l'occasion de faire une sortie en famille à un coût raisonnable. C'est donc une sortie estivale qui plaît généralement à tout un chacun. La vente d'encas deviendrait possible car cet événement est en extérieur et en conséquent le bénéfice se verrait augmenter.

De plus, un open air peut tout aussi bien regrouper divers artisans régionaux pour l'événement, tels que des food-trucks ou des stands de bars locaux afin de rassembler un maximum de personnes. Cela impacterait en bien la notoriété de l'association, en faisant de la publicité aux commerçants qui se trouvent aussi dans une situation catastrophique en cette période.



Le recrutement doit également être pris en compte. Une cible intéressante serait les jeunes qui apporteraient un regard neuf et différent des autres bénévoles déjà présents, plus âgés. Les jeunes sont, de plus, souvent disponibles en soirée ou le weekend, lorsque la plupart des films sont d'ailleurs programmés. Ou encore des femmes ou hommes au foyer souhaitant s'investir dans un projet régional et ouverts à mettre à disposition leurs compétences dans divers domaines (communication, management, innovation, etc...). Des publications sur les réseaux motivant des adhérents potentiels serait un bon moyen d'attirer du nouveau monde. Ces appels à volontaires pourraient également figurer en première page du site internet ainsi que sur les newsletters. La recherche de locaux motivés à donner de leur temps et à partager leur savoir-faire dans une ambiance conviviale est essentielle à l'essor du cinéma. En échange de leur temps, les bénévoles pourraient bénéficier de séances gratuites pour eux-mêmes et un de leur proche.

Une dernière opportunité à saisir pour la reprise du cinéma est selon nous la recherche de dons. On le sait bien. Le nerf de la guerre, c'est l'argent. C'est cependant une ressource dont manque fortement Cinémajoie. Faire appel à la solidarité en ces temps Covid est une initiative pour laquelle la plupart des gens sont sensibles. Une vague de solidarité et d'entraide envers les commerçants et domaines du divertissement a vu le jour. Les personnes sont d'autant plus enclines à donner lorsque la cause leur est proche géographiquement. Un petit ou grand don de la part des locaux peut faire la différence. Pour cela, divers moyens communicationnels peuvent en être les vaisseaux, tels que les réseaux sociaux avec une cagnotte collective par exemple, ou via internet : *“En un clic, votre contribution fera la différence”*.



Weaknesses (Faiblesses)

A présent, nous allons nous pencher sur les faiblesses de l'association. Il est important de noter que certaines forces mentionnées ci-dessus sont autant de faiblesses.

En premier lieu, la plus grande faiblesse et contrainte du cinéma est indéniablement le budget restreint. En effet, le cinéma étant jeune et artisanal, il manque d'investisseurs et de sponsors prêts à investir de grandes sommes dans ce lieu. Il peut par chance compter sur certains dons et réductions sur les affiches et flyers par exemple. Néanmoins, même avec quelques frais déduits, la facture reste très salée pour cette petite institution. Aussi, la communication coûte très chère, notamment l'impression de grands panneaux publicitaires. Ce domaine d'activité est donc limité par un budget serré et doit donc s'adapter, en ne pouvant mettre certains moyens communicationnels sur pied.

Une autre zone d'ombre est le manque de bénévoles. Le cinéma profite déjà d'une centaine de personnes motivées et impliquées dans la projection, l'accueil, la communication, la comptabilité et tous les autres domaines. Cependant, dans une optique de développement et de croissance de l'association, un nombre supplémentaire de volontaires et qualifiés est indispensable. Les bénévoles actuels sont soit des retraités ou alors des personnes qui ont un travail à côté, et par conséquent moins de temps à consacrer au cinéma. Aussi, ils ne sont pas professionnels dans le domaine et beaucoup apprennent de jour en jour sur le tas. Selon les responsables de la communication, des bénévoles jeunes amèneraient un bol de fraîcheur, surtout au niveau de la communication, car les bénévoles actuels connaissent les techniques classiques de communication mais manquent d'expérience dans les méthodes plus modernes, comme la maîtrise de PhotoShop et autres plateformes. Aussi, elles admettent être en manque d'inspiration et de créativité pour la mise en place de moyens communicationnels.

Au niveau du cinéma en lui-même, plusieurs faiblesses sont à relever.

Premièrement, la salle obscure se situe dans l'aula d'un internat. De ce fait, le lieu est toujours habité et occupé. Le cinéma n'est donc pas propriétaire des lieux et est soumis à certaines restrictions, la plus grande

étant l'interdiction de vendre et de consommer de la nourriture à l'intérieur. Le combo cinéma-popcorn ne peut pas se faire et c'est un grand trou dans les caisses. La vente de boissons et de



snacks est souvent un bonus important dans les recettes des cinémas, donc c'est sans hésitation un manque à gagner pour Cinémajoie.

Un autre point lié à l'emplacement est le parking. Devant l'école se trouvaient des places de parc que les visiteurs du cinéma pouvaient utiliser, mais depuis plusieurs mois, celles-ci sont inaccessibles car des poteaux ont été placés afin d'en interdire le stationnement.

Finalement, il y a des faiblesses et contraintes au niveau des réglementations cinématographiques légales. Par exemple, les films grand succès comme le Joker sorti en 2019 requièrent au minimum 4 projections la première semaine de sortie. Pour un petit cinéma comme le Cinémajoie, ceci n'est pas

Communication institutionnelle UniNe Printemps 2021 rentable, au contraire. Il fait des pertes. Cependant, par la volonté de proposer des films grands succès mais aussi des films d'auteurs, le cinéma doit se "sacrifier" et accepter des pertes lors de telles projections.

Un dernier point concerne l'écran de cinéma qui ne permet pas de diffuser des films de haute qualité quand il s'agit de films en 3D par exemple. Ce n'est pas un écran dernier cri et ne permet donc pas d'offrir une proposition de valeur de qualité comparable aux technologies des grands cinémas.

Threats (Menaces)

Finalement, nous allons nous intéresser aux menaces auxquelles le Cinémajoie doit faire face. Premièrement et non des moindres, la situation sanitaire liée au covid a considérablement impacté le domaine de la culture, dont les cinémas. Ces derniers ont été forcés de fermer leurs rideaux durant plusieurs longs mois entre 2020 et 2021. Par chance, le 19 avril dernier les salles ont pu rouvrir et ainsi reprendre du service. Néanmoins, cette longue période creuse a fortement impacté la situation financière de l'association, étant dans l'incapacité d'encaisser des entrées.

De surcroît, l'industrie cinématographique en général a été retardée dans les tournages et donc les diffusions dans les salles. De nombreux films qui auraient dû sortir en 2020 ou 2021 ont donc été repoussés, ce qui empêche aux cinémas de



proposer plusieurs films potentiellement à succès, qui permettraient de renflouer les caisses.

Dans la continuité de ce cercle vicieux, le Cinémajoie qui recevait avant le covid des dons de certains commerces ou autres personnes et entités ne peuvent plus en bénéficier, car la crise a impacté les finances de beaucoup. Les commerces n'ont donc pas les moyens de sponsoriser le cinéma, car eux-mêmes sont en catastrophe financière.

Une autre menace est la concurrence limitrophe et régionale. En effet, il est bien connu que les entrées en Suisse pour le cinéma sont parfois chères. Beaucoup de résidents Suisse habitant dans le Jura traversent donc facilement la frontière française, par souci économique mais également par souci de programmation. Les grands cinémas proposent un plus large éventail de films comparé au petit cinéma Bruntunain. Le cinéma de Delémont, plus grand, est également un concurrent de taille. Le Cinémajoie doit donc tenter de se démarquer par sa proposition de valeur différente de ses concurrents : les films d'auteurs.

Une menace implantée depuis des années est la mise sur le marché des *Plateformes en ligne de vidéos à la demande*. Celles-ci regroupent notamment Netflix, Amazon Prime, Swisscom TV, ou encore Disney+ sorti lors du confinement l'année passée. Ces plateformes sont une menace, car même si le cinéma est une entité physique et ne propose pas la même expérience, au niveau économique il est moins rentable de voir des films au cinéma que d'attendre qu'il sorte sur des plateformes en ligne (légal avec abonnement ou illégal gratuites) ou encore à la télévision.

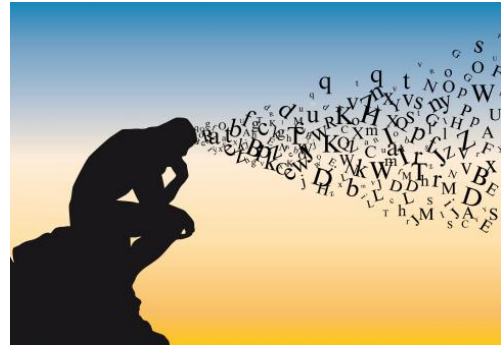


Il est donc important de continuer d'attirer des clients dans les cinémas, car avec la digitalisation et l'immense disponibilité des films en ligne, ce lieu culturel rencontre de moins en moins de clients, en particulier les jeunes qui préfèrent regarder des séries ou des films dans leur salon.

Recommandations stratégiques

Axe identitaire – Elisa Rothenbühler

La communication d'une institution est primordiale pour faire transparaître notamment sa philosophie par le biais de trois points essentiels justifiant son existence. Il s'agit de sa *vision* du monde dans lequel elle se trouve et interagit avec son environnement. Ensuite, la *mission* qu'elle se donne comprenant des buts fixés et compatibles avec son environnement, et finalement *l'éthique*, qui englobe toutes les valeurs prônées par l'institution. Cette philosophie est un fil conducteur qui permet à l'institution d'amener une cohérence et une fiabilité dans sa communication en général afin de poursuivre son activité et de se démarquer au mieux dans un monde bondé d'adversaires et d'informations.



Dans ce travail personnel je fournirai des critiques et recommandations à propos de l'identité de Cinémajoie dans le but d'amener de nouvelles pistes générales de réflexions et des propositions d'améliorations. Cette association locale et familiale a des challenges différents de ceux des grandes enseignes cinématographiques. C'est pourquoi la façon dont elle se démarque en communiquant son identité et sa philosophie, est importante car elle doit d'autant plus se faire connaître et s'imposer sur un marché déjà bien servi. Il est donc primordial de soigner son image et d'exposer de la bonne manière ses valeurs aux yeux de ces publics afin qu'ils puissent les connaître et s'y référer.

De plus, l'air digital a amené la possibilité d'avoir accès à des films via des plateformes d'achats comme nous l'avons mentionnée dans notre analyse des concurrents. Par conséquent, les



cinémas ne connaissent plus les mêmes files d'attente qu'autrefois devant leur billetterie. C'est pourquoi, de nos jours, il est d'autant plus important que le secteur du cinéma communique efficacement, rapidement et à l'aide des bons moyens. Ceci, afin que les programmations cinématographiques ne passent pas à la trappe et

surtout, pour redonner envie aux gens de venir apprécier un film sur grand écran. Là, se trouve une des valeurs exprimées par l'association.

« CINEMAJOIE veut reconquérir un public qui a perdu l'habitude d'aller au cinéma. »



Elle prône une grande diversité dans son programme. Un cinéma satisfaisant les grands et les petits est une de ses devises. Les projections montrent des films allant du cinéma régional suisse aux plus grands tops du moment ! La volonté de proposer une variété de choix cinématographique amène à sa deuxième valeur qui est « du cinéma pour toutes et tous ». C'est un point très positif à relever qui est bien entrepris et qui selon moi doit être maintenu. Le fait que chacun puisse y trouver son compte en termes de préférences cinématographiques, apporte une certaine richesse et augmente la notoriété du cinéma, ce qui n'est pas négligeable.

Aussi, des valeurs *familiales et communautaires* sont au centre de la philosophie de ce cinéma villageois qui souhaite être un lieu de rencontre et d'échange. L'association se montre très ouverte et accessible à de nouvelles suggestions d'offres autour de divers thèmes à projeter sur le grand écran. L'accessibilité de son équipe est également un avantage et un bienfait dû à sa taille et à son caractère local. Il est selon moi important de préserver cet aspect car se montrer proches de sa clientèle est un bon moyen pour ce cinéma de se faire apprécier de tous. De plus, s'il veut se développer et se faire connaître davantage jusqu'à devenir un lieu de référence pour cette région, la proximité avec la population est de mise.

Recommandation 1 - Renforcer le contact avec les médias pour rendre son identité' plus visible



Cinémajoie a à notre sens trop peu de relations avec les journalistes (presse écrite, télévision, radio, etc.). En conséquent, le public a peu l'occasion de se renseigner sur l'association via des articles ou la presse écrite. Anciennement sous un autre nom, l'association « Cinémajoie » et ses bénévoles sont actifs sous cette dénomination depuis 2017, on peut donc considérer qu'elle est encore jeune. Cependant, il ne faut pas qu'elle tarde à se développer davantage et à se positionner de la bonne manière. C'est pourquoi il est temps que sa visibilité auprès des médias

soit grandissante tout en gardant en tête qu'elle a un budget limité qui provient principalement des dons reçus des entreprises locales des alentours. Une grande campagne publicitaire n'est donc pas une option (à moins que celle-ci soit offerte).

Étant un atout pour cette commune jurassienne, je recommande à cette association de s'associer avec la commune afin de figurer davantage dans le bulletin de commune et régional. La rédaction de ce dernier pourrait alors mettre en avant l'association et la décrire comme un lieu attractif et divertissant en y mentionnant également son caractère familiale et conviviale de part ces divers événements organisés. Cette initiative lui permettrait de gagner en visibilité et en notoriété aux yeux du public jurassien et de toucher plus de clients potentiels. Cela renforcerait également l'image locale et familiale dont ne manque pas de faire part Cinémajoie.

Aussi, de nouvelles formes d'événements seraient les bienvenus. Notamment, je recommande à Cinémajoie de faire le pari d'un cinéma open air pour la saison estivale. Certes, c'est un événement qui demande une préparation et un investissement différent, voir plus conséquent de la part des bénévoles, mais cela leur donnerait en retour une nouvelle forme de visibilité. De plus, ce serait une manière d'attirer davantage la population des jeunes adultes, car passer une soirée d'été dehors entre amis est une activité très appréciée.

Cette expérience cinématographique permettrait également à la commune de Porrentruy d'être davantage attrayante l'été. Je recommande donc à Cinémajoie de se renseigner auprès de la commune et/ou des agriculteurs locaux à propos de la recherche d'un terrain permettant d'accueillir la mise en place d'un tel événement pour cette région jurassienne. Ce moyen est en cohérence avec ses valeurs et son identité actuelle, qui sont entre autres, d'être attractif, d'être un lieu de rencontre et de divertissement donnant l'occasion de sociabiliser. En effet, ces séances open air permettraient de rassembler la population locale ainsi que de créer un lien avec les journalistes en les y conviant.

Recommandation 2 – Attirer la population des jeunes adultes tout en faisant transparaître ses valeurs

Bien que l'ambiance familiale soit au cœur des valeurs de l'association, le comité exprime son souhait d'attirer davantage un public de jeunes (adolescents et jeunes adultes) et non pas uniquement des familles.

Premièrement, j'encourage Cinémajoie à maintenir leurs prix attractifs étudiants, AVS, chômage et membres. Ceux-ci sont en accord avec leurs valeurs prônant *un cinéma pour tous*, et c'est une fois de plus, une façon de se positionner en tant que divertissement ouvert et où chacun peut y trouver son compte.

Afin d'aller un peu plus loin dans la réflexion à propos de *comment* attirer davantage une clientèle de jeunes adultes, je propose la recommandation suivante qui est d'instaurer un système de cartes de fidélité. Par exemple, celui-ci impliquerait que la 10^{ème} séance est offerte pour le client. Ainsi, d'une part cela inciterait et motiverait les clients à venir voir leurs films souhaités dans ce cinéma plutôt qu'ailleurs. Et d'autre part, l'association adopterait sur le moyen et long terme une clientèle fidèle et plus régulière.



Pour mettre ces cartes de fidélité en place, il faudrait proposer cet avantage aux clients lors de l'achat d'un ticket que ce soit sur le site web ou à la caisse des tickets d'entrée. Aussi, cinémajoie en retirerait un avantage certain, car de manière générale, les cartes fidélité font émerger un sentiment de redevabilité envers l'institution. Son caractère matériel procure également un rappel de l'existence du lieu en question. Au final, les deux partis sont gagnants.

Recommandation 3 – Améliorer l'image d'un « vrai cinéma »

Un point surprenant à relever et qui mènera à ma dernière recommandation, est le fait qu'il n'est pas permis de consommer de la nourriture durant les séances de cinéma. Un critère qui, pour certains fans de cinéma, est important et qui est communément associé à ce divertissement. Effectivement, cinéma rime avec pop-corn, glaces, sucreries, etc...

Pour Cinémajoie, le fait d'être locataire des lieux est péjorant sur ce point car c'est le propriétaire qui a fixé cette règle. Cependant, une solution plaisante tant pour le propriétaire que pour l'association mériterait d'être réfléchie pour remédier à cet aspect. Cela permettrait au cinéma de s'identifier davantage en tant que « vrai cinéma » correspondant à la vision partagée de celui-ci impliquant popcorn et grignotage.



Pour remédier à cela, diverses possibilités sont à recommander. Une solution qui pourrait convaincre le propriétaire des lieux d'accepter la consommation de nourriture dans cette aula, est de proposer un ou des bénévoles concierges qui s'assureraient de la propreté de la salle après chaque séance de visionnage. De plus, pour réduire les éventuels désagréments d'odeur de nourriture dans le hall d'entrée, spécifiquement celle de la machine à pop-corn par exemple, je recommanderais de faire un petit stand nourriture à l'extérieur devant l'entrée du cinéma. Pour cela je propose deux options. La première est celle d'organiser ceci en interne, c'est-à-dire qu'il faudrait un nouveau secteur « cantine » au sein de l'organisation de l'association. Cela requerrait un ou deux bénévoles supplémentaires pour la mise en place, le service et le démontage de ce stand. Il pourrait être très rudimentaire, comprenant une table, un frigo pour les boissons, les glaces etc... ainsi que la fameuse machine à pop-corn. Il faudrait évidemment se renseigner sur le plan légal et obtenir une autorisation de vente de nourriture. De plus, l'association en retirerait une entrée d'argent supplémentaire, ce qui n'est pas négligeable.



La deuxième option que je propose pour cette recommandation serait de contacter des externes, par exemple des entreprises ou particuliers possédant des « foodtrucks ». Cette option serait plus légère pour Cinémajoie d'un point de vue organisationnel car la préparation du stand ne lui incomberait pas. Cependant, la rentrée d'argent serait moins ou pas du tout en faveur du cinéma. De plus, il faudrait que le ou les foodtrucks en question soient disponibles de manière systématique en fonction des horaires d'ouvertures du cinéma. Cela impliquerait également d'avoir une personne responsable de contacter ces services et de s'assurer qu'un planning est mis en place et fonctionne en tournus entre les différents agents. Ou encore, qu'un seul foodtruck soit mandaté de manière permanente pour cet effet.

En conclusion de cette partie de recommandation stratégique personnelle, il a été délivré quelques critiques et recommandations à propos de l'axe identitaire de Cinémajoie. Cette association doit rendre ses valeurs et son image à travers sa communication d'autant plus visible et s'assurer qu'elles soient perçues par ses clients et futurs potentiels clients, de manière identique à celles voulues par le comité.

Afin d'atteindre un public plus large et avoir davantage de clients comme il nous l'a été formulé par l'association, Cinémajoie devra communiquer de manière toujours plus claire afin que ces nouveaux clients saisissent le plus rapidement et efficacement possible quels sont ses valeurs, ses objectifs et sa philosophie.

Finalement, de manière générale j'encourage Cinémajoie à continuer de défendre et d'exposer les valeurs qu'elle démontre tout en se concentrant sur le fait que la communication de celles-ci soient précises et facile à cerner pour ces clients cibles.



Axe des publics relatifs – Sarah Del Re

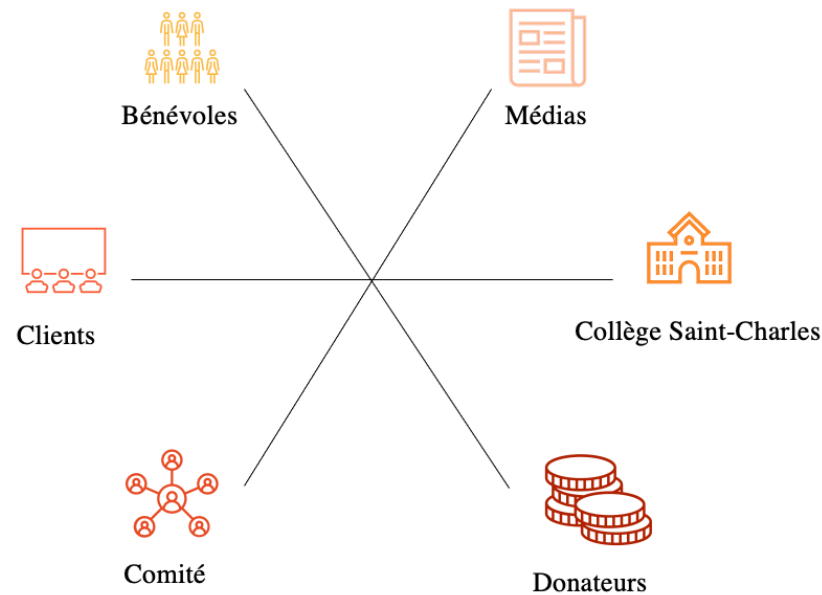
L'équipe de Cinémajoie investit beaucoup d'efforts dans l'implantation de relations stables, pérennes et de confiance avec ses publics relatifs. Ces dernières sont essentielles pour la structure qui mise sur la convivialité et la proximité avec ses clients, ses bénévoles et toutes autres parties prenantes.

Malgré ses nombreuses qualités et son savoir-faire, l'institution connaît certaines lacunes et limites. Cette recommandation stratégique aura donc pour but de donner des conseils à Cinémajoie sur les manières d'améliorer ses relations avec les parties prenantes et ainsi assurer une croissance du cinéma.

La communication institutionnelle a pour finalité de gérer la réputation – et donc l'image – des entreprises et institutions. Afin d'établir des relations privilégiées et de confiance entre Cinémajoie et ses autres membres liés, il est essentiel de connaître les particularités de chaque partie prenante et leur fournir des messages personnalisés et adaptés. Je vais donc, pour chaque partie prenante, tenter de donner des recommandations spécifiques.

Cette recommandation stratégique se composera donc comme suit. En premier lieu, je délivrerai des conseils sur les relations avec les médias. Ensuite, je me concentrerai sur les relations avec les communautés et les clients, puis conclurai avec les relations avec les bénévoles et les donateurs.

Pour rappel, les parties prenantes de Cinémajoie sont les médias, les clients, les donateurs, les bénévoles, le comité et le propriétaire. Dans cette recommandation stratégique, je ne me prononcerai pas sur le comité et le propriétaire (Le Collège Saint-Charles), car le comité a son mode de faire qui semble convenir et être efficace – et je ne dispose pas d'assez d'informations internes pour me prononcer sur son fonctionnement. De même, le propriétaire est une entité à part, sur lequel Cinémajoie n'a pas de pouvoir, car le cinéma est locataire. Je me concentrerai donc sur les quatre autres publics.



Les relations avec les médias



Les médias permettent de mettre en avant les entreprises. Ces derniers peuvent être un journal, une radio, la télévision, ... Comme mentionné précédemment dans le travail, les médias peuvent avoir une influence tant néfaste que bénéfique pour toute entreprise. Leur influence est taille et les informations et la valeur véhiculées à travers elles peuvent fortement impacter l'image que l'on se n'importe quelle institution ou entreprise.

Cinémajoie doit connaître les spécificités de chaque média afin de savoir quelle information fournir, pour que cette dernière soit la plus adéquate et ait l'effet escompté sur le public visé. Les relations doivent également reposer sur une confiance mutuelle entre le cinéma et les médias, car cette dernière permet d'établir des relations stables et saines.



Le grand écran de Porrentruy détient un contrat avec le Journal l'Ajoie. Ce dernier publie occasionnellement des articles sur la programmation du cinéma.

Même si ce contrat est un bon atout, Cinémajoie pourrait viser plus large. En effet, il pourrait approcher une radio locale ou régionale. Étant donné que l'institution est limitée par un budget, le contrat pourrait par exemple se faire ainsi : la radio diffuse des informations une fois par semaine sur le programme et en échange, les animateurs radio pourraient recevoir une entrée gratuite par mois pour venir au cinéma ou d'autres offres avantageuses.

De surcroît, afin d'attirer de nouveaux clients, la radio pourrait une fois par mois organiser un concours pour qu'un auditeur gagne deux entrées gratuites. Le jeu pourrait par exemple consister à poser une question cinématographique (quel acteur joue dans ..., sorti en ... ?), et l'auditeur doit appeler la radio. La radio bénéficierait ainsi d'une animation et en échange, Cinémajoie augmenterait sa visibilité. En effet, même si deux ventes de billets ne sont pas effectuées puisqu'ils sont offerts, passer à la radio donne davantage de visibilité au cinéma et les deux billets « sacrifiés » sont aisément rentabilisés. Cinémajoie pourrait également afficher le logo de la radio sur ses murs. Cet échange de visibilité serait selon moi bénéfique et je recommande donc à Cinémajoie d'élargir son champ des médias, car la portée de ces derniers peut réellement mener à une hausse de visibilité et de visiteurs.



Les relations avec les clients

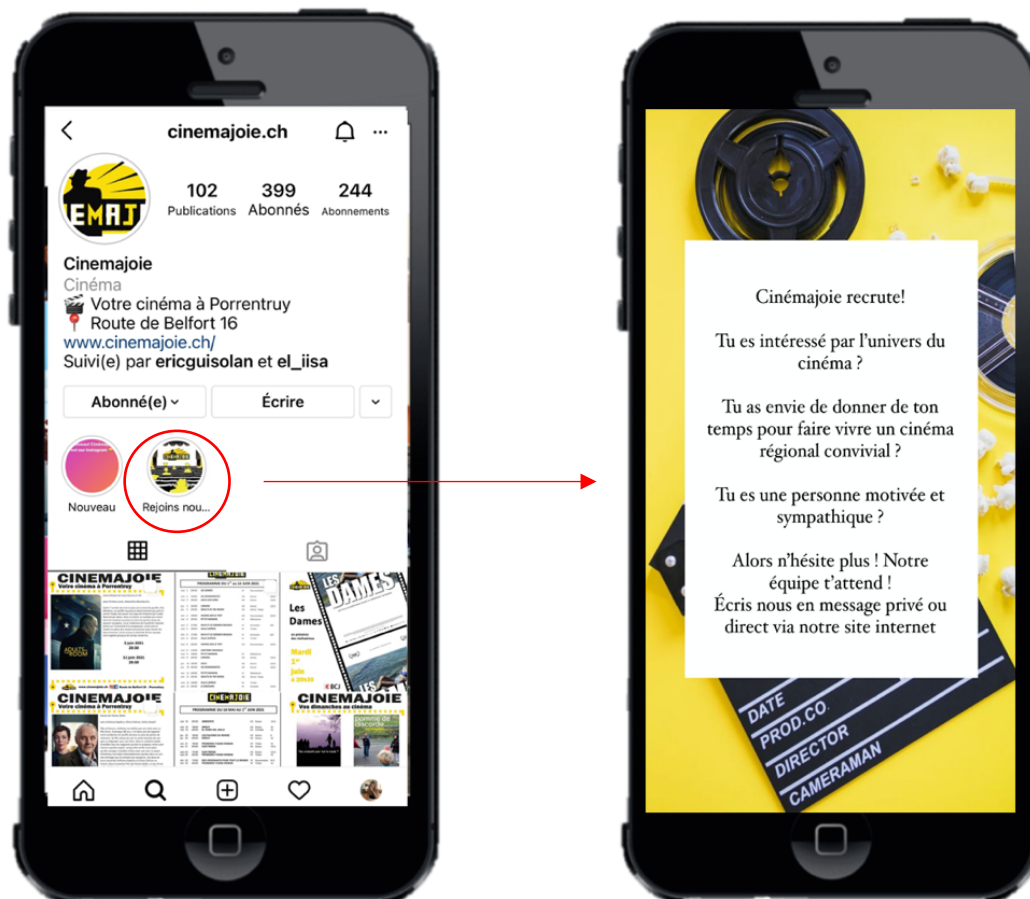


Cinémajoie détient une clientèle de proximité, principalement des alentours de Porrentruy et de la ville-même. Ce champ est donc assez restreint. Afin d'augmenter le nombre d'entrées, il est essentiel que le cinéma entretienne une relation de confiance avec ses visiteurs. Ces derniers se verront satisfaits du service client, de l'ambiance qui règne dans ce lieu de divertissement et vont, en conséquence, mettre en marche le processus de bouche-à-oreille.

Puisque Cinémajoie ne détient pas beaucoup de fonds dédiés à la communication et la publicité, il est contraint de se reposer sur ses clients pour lui faire de la publicité. De nos jours et plus que jamais, l'opinion publique est primordiale pour l'image de toute entreprise ou institution. De nos jours, les informations circulent à une vitesse extraordinaire. De ce fait, si Cinémajoie demeure un endroit convivial, le bouche-à-oreille sera nécessairement positif. À l'inverse, une mauvaise expérience par un client qui transmet l'information plus loin peut être néfaste pour l'image du cinéma. Pour ces raisons-là, Cinémajoie doit continuer d'instaurer un climat positif et accueillant avec ses clients, car la confiance de ces derniers est une base essentielle pour assurer la pérennité du lieu.

A l'ère digitale actuelle, les réseaux sociaux sont une arme puissante pour étendre la visibilité de toute institution très rapidement. Cinémajoie a un total de 399 followers (au 31 mai 2021). Cependant, le nombre de « j'aime » par poste n'est pas énorme. Afin d'augmenter leur visibilité, inclure ses *followers* et ainsi échanger avec eux et tisser des liens, l'institution pourrait par exemple créer des sondages en story, avec par exemple une image de film et un sondage

« est-ce que tu viens ? oui ou non ». Aussi, dans leurs postes Instagram, ils pourraient ajouter « N'hésitez pas à partager l'information autour de vous ! ». Ces petits détails peuvent faire la différence, car l'internaute ne verra pas le post comme un simple partage d'information, mais comme une invitation à faire partie de la communauté Cinémajoie, de loin ou de près.



Afin d'attirer un bon nombre de visiteurs lors des séances, un mailing personnalisé pourrait être mis en place. Par exemple, le mail pourrait être accrocheur, en disant : « Si vous aviez aimé ..., vous allez sans hésiter aimer le nouveau film de ... N'attendez plus et réservez vos places dès maintenant sur cinémajoie.ch ! »

De tous les genres de films proposés à Cinémajoie, le cinéma d'auteur est sans aucun doute celui qui lui tient plus à cœur. Des réalisateurs viennent d'ailleurs assez souvent lors des diffusions à Cinémajoie, ce qui plaît au public, comme nous l'ont confié les responsables de la communication.

Afin mettre encore davantage ce genre de films en avant, le cinéma pourrait faire des « semaines du cinéma d’auteur » (ou d’autres thématiques, dans la mesure du possible évidemment). Pour ces événements, des flyers pourraient être distribués dans les boîtes aux lettres ou alors mis à disposition dans les commerces et des affiches pourraient être installées sur des lieux stratégiques et fréquentés.



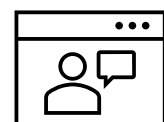
Figure 2 : prototype d’affiche

Les relations avec les bénévoles



Cinémajoie, de par son essence associative, dépend de bénévoles qui donnent de leur temps pour l’organisation des séances, la caisse, la comptabilité et bien d’autres tâches. Sans eux, la structure ne pourrait pas tourner. L’une des faiblesses du cinéma est cependant son nombre insuffisant de bénévoles nécessaires à son expansion.

Les réseaux sociaux pourraient servir de biais au recrutement de nouvelles personnes motivées à rejoindre l’équipe. Encore une fois, Cinémajoie pourrait faire des postes par exemple une fois par mois pour tenter de motiver des personnes. Aussi, sur les comptes Instagram et Facebook, Cinémajoie pourrait créer une série de petites vidéos dans lesquelles des bénévoles pourraient dire ce qu’ils aiment dans le fait de



faire partie de cette aventure. Les témoignages ont un fort impact sur les émotions des personnes et, de plus, donner la parole aux gens concernés crédibilise les propos et inspire confiance.

Lors de l'entretien mené avec les deux responsables de la communication, ces dernières nous ont confié arriver « à court d'idées », ou du moins à court de savoir-faire pour mettre en œuvre ces idées. Des bénévoles détenant des connaissances techniques et digitales seraient donc un atout pour le cinéma, car cela permettrait de, premièrement, déléguer davantage le travail, et surtout, d'avoir des esprits créatifs en plus au sein de l'équipe.

Les relations avec les donateurs



Lorsqu'une structure comme Cinémajoie se met en place et a des ambitions de croissance, les donateurs sont essentiels. En effet, leur aide permet en partie à Cinémajoie de mener à bien ses projets.

Il est, selon moi, important de donner en retour, surtout par des gestes. Pour les plus grands donateurs, Cinémajoie pourrait par exemple offrir des places ou alors organiser une fois par an un petit apéro auquel seraient conviés les donateurs - et sponsors.

Pour les plus gros projets qui nécessitent des sommes d'argent importantes, une cagnotte collective sur les réseaux sociaux (site de *crowdfunding* comme leetchi) pourrait être mise en place. Si l'information est partagée plus loin, la somme récoltée peut être intéressante. Afin de récolter de l'argent, il faut jouer sur les émotions, ou alors montrer concrètement à quoi cette somme servirait. Par exemple, si Cinémajoie décide d'organiser un open air, la cagnotte leetchi pourrait s'intituler ainsi :



Faites un don pour que le premier open air de Cinémajoie voie le jour !

Une autre manière de récolter des dons serait de mettre une option de don sur le site internet. Lors d'achat de tickets, le client aurait la possibilité d'ajouter la somme qu'il désire en plus du prix de son ticket.

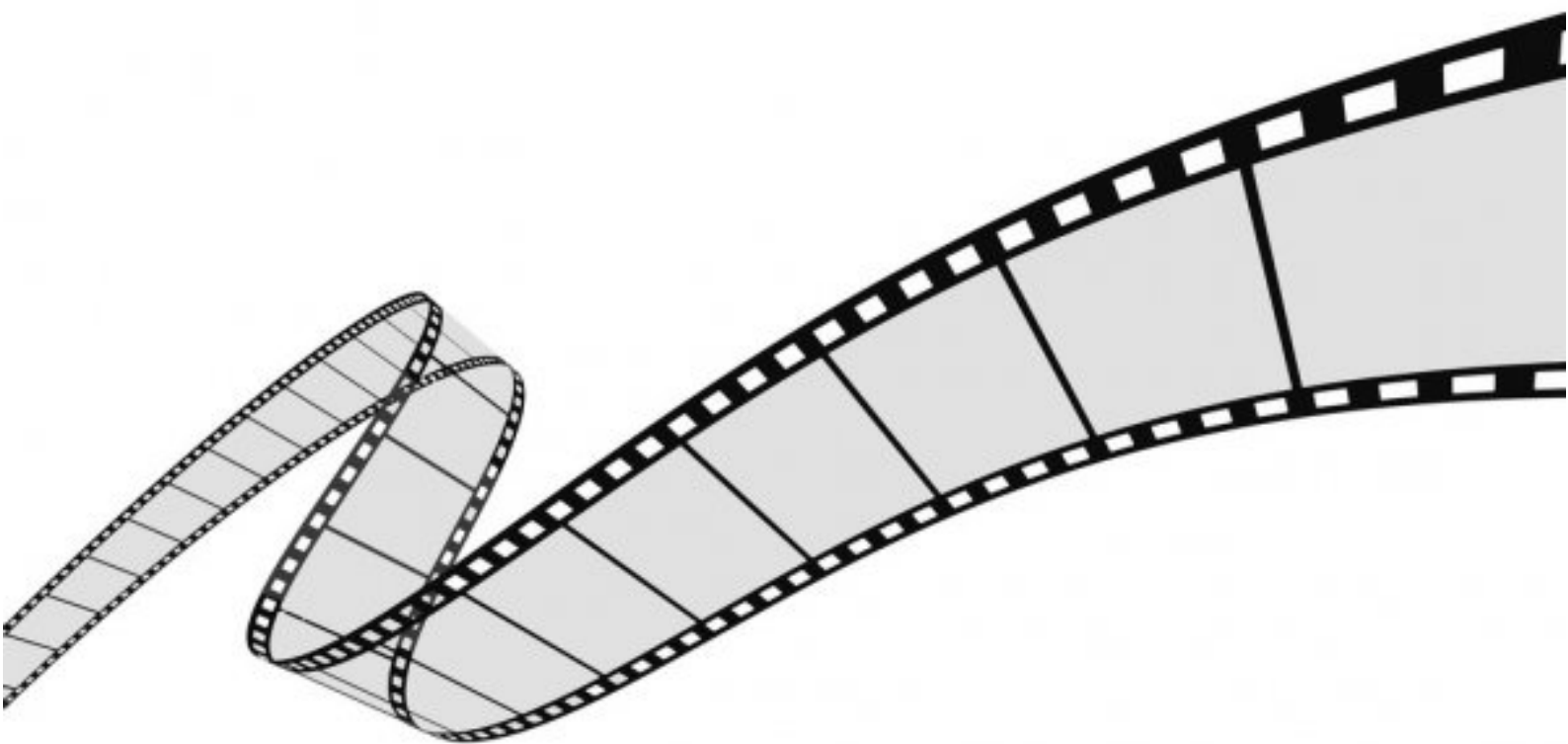
Les sponsors mentionnés plus tôt dans le travail ne sont malheureusement pas assez nombreux. Cinémajoie jouit déjà de relations avec le Journal l'Ajoie et des rabais sur les flyers et affiches, mais ce n'est pas suffisant pour réduire les frais et attirer assez de monde. Le soutien financier

pourrait donc se faire par le biais de flyers envoyés aux entreprises régionales les motivant à faire un don pour que cette structure ne disparaisse pas, ou alors, dans le meilleur des cas, devenir sponsor de la structure.

Conclusion

Suite à l'analyse des parties prenantes de Cinémajoie ainsi qu'aux recommandations qui leur sont dédiées, nous remarquons que certains éléments sont plus importants que d'autres. La recherche active de bénévoles doit être une priorité pour le cinéma, car sans eux, la structure ne peut fonctionner et, sans en augmenter le nombre, Cinémajoie ne peut espérer croître.

Par ces quelques recommandations, Cinémajoie peut saisir des opportunités dans le but d'attirer de nouveaux clients, de maintenir ses relations stables déjà établies et de poursuivre sa stratégie de croissance, en mettant l'accent sur l'acquisition de nouveaux bénévoles et sur la recherche de fonds.

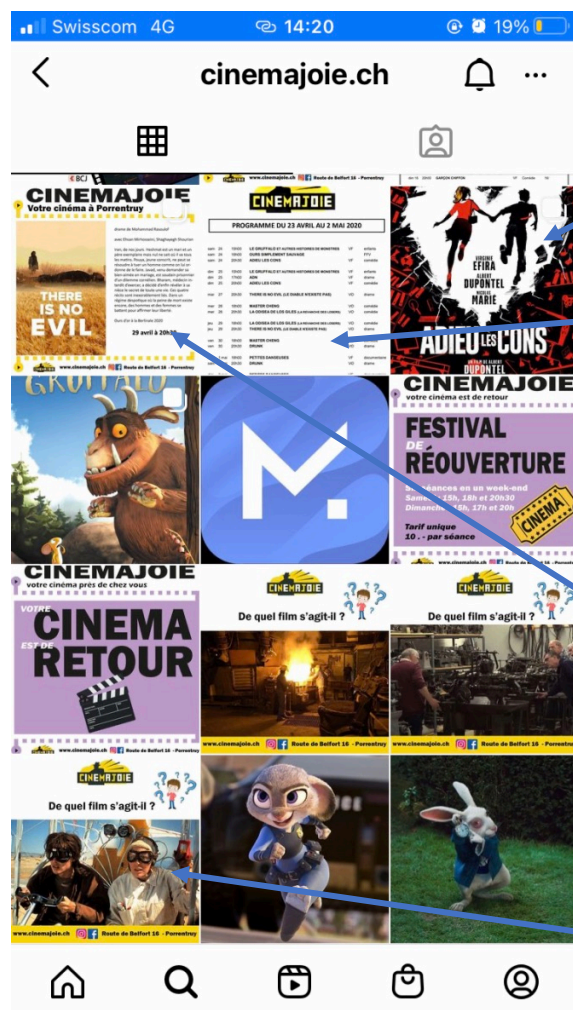


Axe médiatique – Eric Guisolan

Comme mentionné dans le corps de travail, Cinémajoie utilise différents médias pour communiquer avec son public : les réseaux sociaux (Instagram et Facebook), son site internet ainsi que l’affichage public. Cette recommandation consistera à analyser l’utilisation de ceux-ci et de proposer quelques pistes d’amélioration. Quelques conseils supplémentaires seront aussi donnés.

1. Les réseaux sociaux (Instagram et Facebook)

Cinémajoie est présent sur Facebook et Instagram et le contenu est pratiquement similaire sur les deux plateformes. Voici un exemple de la grille de posts Instagram :



Les affiches de certains films diffusés sont postées en grand.

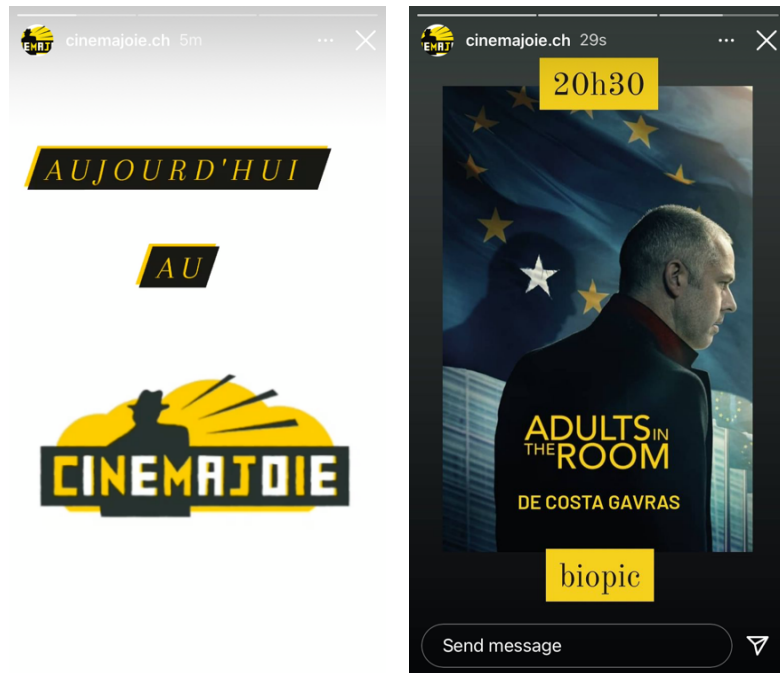
Ces posts (contenant plusieurs photos) présentent la programmation sur deux semaines avec les jours et heures de diffusion. Depuis peu, la description en détail des films peut être trouvée sur les photos à la suite de la programmation.

Certains posts contiennent plusieurs photos avec les affiches des films, leur synopsis et aussi leurs acteurs et réalisateurs. Les jours où ces films peuvent être visionnés sont aussi mentionnés.

Cinémajoie propose aussi sur sa page Instagram quelques jeux. Cela s’est fait surtout pendant la fermeture due au covid-19.

³ Capture d’écran de la grille Instagram de Cinémajoie

Cinémajorie sait utiliser les réseaux sociaux. En effet, il poste souvent, les informations sont claires et elles peuvent être trouvées rapidement. Les client-e-s ont tout ce dont ils ont besoin pour se rendre au Cinémajoie. Le cinéma poste aussi tous les jours en « story Instagram » l’affiche des deux films diffusés ce jour-là pour que ses abonné-e-s puissent avoir un rappel.



4

Cela est une extrêmement bonne idée car cela permet de se rendre visible jour après jour auprès de ses abonné-e-s. Cependant, les posts de Cinémajoie ne reçoivent pas beaucoup de feedback, que ce soit sur Instagram ou sur Facebook... Au 2 juin 2021, le cinéma comptabilise 399 abonné-e-s sur Instagram et 828 personnes sont abonnées à sa page Facebook mais ses posts ne suscitent qu’une poignée de likes.

Cela peut s’expliquer par le fait qu’une majeure partie des client-e-s fidèles de Cinémajoie se trouve plus dans l’âge de la cinquantaine, voire à la retraite. Les réseaux sociaux ne sont pas le fort des personnes se trouvant dans cette zone d’âge. Un des buts de Cinémajoie est de recruter de nouveaux-elles client-e-s et surtout un public plus jeune. Une communication axée sur les réseaux sociaux est la parfaite stratégie pour cela.

Pour remédier à ce manque de retour de la part des abonné-e-s, il serait intéressant pour Cinémajoie de les inclure plus dans sa communication sur les réseaux sociaux. Il pourrait, par exemple, leur poser des questions, leur demander s’ils viendront voir les films, proposer des sondages etc... Instagram offre toutes ces possibilités. Il serait bénéfique pour Cinémajoie d’utiliser à leur maximum les outils que cette plateforme offre pour un meilleur résultat. Le

⁴ Captures d’écran de story Instagram de Cinémajoie

cinéma pourrait même demander au public quels films il désirerait voir au cinéma, pour l'inclure dans la décision d'achat des prochains films !

Le fait de réaliser des concours ou des jeux sur sa page est aussi un bon moyen de faire participer le public. Comme dit plus haut, cela a déjà été fait par Cinémajoie. Leur préparation peut sembler chronophage mais ceux-ci permettraient de montrer davantage que Cinémajoie se soucie de son public et qu'il a à cœur d'entretenir une relation avec lui. Le cinéma pourrait offrir des places au gagnant du concours par exemple.

Un autre moyen de booster la visibilité des publications de Cinémajoie serait de demander aux membres de l'Association et aux bénévoles de partager les publications sur leurs pages personnelles. Cela permettrait aux ami-e-s et à la famille de ces personnes d'être informées et cela pourrait les encourager à partager ces publications à leur tour. Cela est un moyen facile de faire passer le mot à toujours plus de monde.

L'histoire et le fonctionnement de Cinémajoie ne sont pas forcément montrés sur les réseaux sociaux. Cela pourrait être une bonne idée de faire une vidéo de présentation de l'Association et de montrer comment fonctionne Cinémajoie. Ces éléments, peut-être méconnus par les personnes qui ont suivi le cinéma grâce aux réseaux sociaux, pourraient motiver certaines personnes à soutenir le cinéma s'ils apprenaient que celui-ci est géré par une association à but non lucratif.

Cette recommandation s'appuie plus sur la plateforme Instagram, celle-ci étant plus en vogue actuellement chez les populations plus jeunes. Facebook offre à peu près les mêmes outils mais est plus populaire chez les personnes plus âgées, d'où l'importance de le garder. Mais la communication faite sur ce réseau peut rester plus simple.

2. Le site internet

Le site internet de Cinémajoie est très complet et l'on peut y trouver plein d'informations concernant le cinéma mais aussi sur l'Association. A l'arrivée sur le site, les onglets sont facilement repérables. Le fonctionnement associatif de Cinémajoie est entièrement expliqué sur le site, ce qui est important puisqu'il ne figure pas sur les réseaux sociaux. Cela permet aux

personnes ayant vu une affiche du cinéma de pouvoir se renseigner sur celui-ci en profondeur. Cependant, le site pourrait être légèrement simplifié du point de vue de son contenu. Comme mentionné dans le corps de texte, l'onglet partenaires est beaucoup trop développé et ses informations ne sont pas des plus pertinentes pour l'internaute. Cet onglet pourrait être raccourci voire même supprimé si ces informations ne sont pas nécessaires pour le site.

Sur le site internet se trouvait un bulletin d'information qui était réalisé de manière assez « artisanale », comme nous l'avaient témoigné les responsables de la communication de Cinémajoie. Il y avait le projet de réaliser une newsletter un peu mieux construite et de l'envoyer aux membres et bénévoles de l'Association. Nous étions aussi favorables à ce projet. Il semblerait que dans le courant de ce travail, cela ait été réalisé. Ci-dessous, se trouve le début du « bulletin de liaison » posté sur le site en date du 27 mai 2021.

**BULLETIN DE LIAISON****27 mai 2021****69****LE BULLETIN DE LIAISON ÉLARGIT SON PUBLIC**

Jusqu'à présent, ce bulletin de liaison était diffusé uniquement aux bénévoles de CINÉMAJOIE. Expérience faite sur 68 numéros, il a été décidé de maintenir ce « journal d'entreprise » et d'en élargir la diffusion en l'adressant désormais à toutes les personnes concernées par la vie de notre cinéma, membres de l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie, spectateurs/trices enregistrés dans nos fichiers et, bien sûr, bénévoles. Cette nouvelle version, dont le contenu et la conception graphique seront appelés à s'améliorer, paraîtra au rythme d'une livraison par mois. Elle devrait servir de trait d'union à tous les partenaires de CINÉMAJOIE. Quant aux bénévoles, ils/elles continueront, en fonction des besoins, de recevoir occasionnellement des informations spécifiques à l'exercice de leurs tâches.

5

Cette newsletter parle des actualités de Cinémajoie, de ses projets et des événements à venir. Cela fait un excellent lien avec le public. Son occurrence mensuelle permet de garder ce lien régulier. Il serait pertinent d'envoyer cette newsletter par mail à toutes les personnes concernées, de façon à atteindre aussi celles qui ne vont pas sur le site de manière systématique. Cela leur permettrait d'avoir les informations directement. La programmation pourrait être jointe à ce bulletin de liaison pour que les personnes puissent se renseigner sur ce qu'il y a à voir à Cinémajoie.



⁵ Capture d'écran du bulletin de liaison posté sur www.cinemajoie.ch

3. Affichage public

Cinémajoie est présent dans l’affichage public de Porrentruy, par exemple dans les commerces, au cinéma, dans les restaurants et à la commune. Il possède aussi quelques points d’attache dans l’espace public. Des flyers sont aussi envoyés aux populations alentours. C’est une bonne stratégie qui est entreprise par Cinémajoie. L’affichage public permet de capter l’attention des passant-e-s et de les rendre curieux. Cela permet aussi d’être vu par des personnes ne possédant pas de réseaux sociaux comme les personnes plus âgées. Les couleurs utilisées dans la communication de Cinémajoie sont de plus tape-à-l’œil, ce qui joue en leur faveur.

Cependant, il est toujours possible de faire plus. L’affichage public pourrait être étendu dans les villes et villages environnants pour se créer un public fidèle dans les alentours de Porrentruy. Cinémajoie pourrait aussi se rendre visible lors de manifestations villageoises avec des stands d’information pour présenter l’Association et le cinéma et ainsi inciter les villageois-e-s à venir découvrir le cinéma.

4. Autres recommandations

Cinémajoie n’a malheureusement pas un budget communication très élevé. Ces prochaines recommandations sont à prendre en compte dans le cas éventuel d’un budget plus conséquent. Il pourrait être intéressant de faire de la publicité pour Cinémajoie sur les radios et télévisions locales, dans les quotidiens environnants pour afin de se faire connaître davantage. Cela permettrait encore une fois de toucher un public plus vaste.

Le sponsoring serait aussi un bon moyen d’agrandir son public. En parrainant des évènements et associations du Jura, Cinémajoie pourrait installer une relation durable avec le public jurassien et se créer une place au cœur de la vie publique jurassienne. Cependant, cela semble impossible pour l’instant, comme cela nous été communiqué par le groupe communication de Cinémajoie. Mais cela est une idée à garder en tête pour le futur.

Participer à une émission de télévision pourrait aussi booster la visibilité de Cinémajoie. Par exemple, l’émission de la RTS Couleurs Locales pourrait faire un reportage de présentation de Cinémajoie et de son fonctionnement associatif. Cela est tout de même atypique. Comme ce

phénomène est particulier mais dont on peut trouver quelques exemples dans la région Jura-Jura bernois, une émission comme Mise au Point, Temps Présent ou même TTC (pour l'aspect économique) pourrait entreprendre de faire un reportage sur cette thématique en général et interviewer plusieurs cinémas de la région fonctionnant selon le même principe. Cela permettrait une collaboration entre les cinémas mais aussi de leur assurer une plus grande visibilité.

5. Conclusion

Pour conclure, on peut dire que Cinémajoie sait tirer profit des différents moyens de communication qui s'offrent à lui. Cependant, nous espérons que ces quelques pistes d'amélioration pourront l'aider à en tirer davantage parti. Les points majeurs que Cinémajoie peut améliorer actuellement concernent sa présence sur les réseaux sociaux. Ce sont quelques changements qui sont facilement réalisables, peu coûteux et qui peuvent lui offrir une meilleure visibilité.

Cette plus grande visibilité pourrait lui amener plus de client-e-s, lui permettant d'entreprendre par la suite de plus grands projets communicationnels. Cela pourrait créer un cercle vertueux qui amènerait perpétuellement de nouvelles personnes à tenter l'expérience cinématographique que Cinémajoie propose.



Axe discursif – Solène Perrolle***Introduction***

Cette recommandation s'intéresse à l'axe discursif de la communication institutionnelle de Cinémajoie, c'est-à-dire au discours développé par l'association pour parler d'elle-même. Le but est de se pencher sur les messages envoyés par l'association sur le plan sémantique et sémiologique, et d'en évaluer la cohérence et la pertinence avec l'ensemble de sa communication. Nous allons ainsi analyser les mots, slogans, expressions et autres déclarations qui nous semblent judicieux pour saisir la stratégie globale, mais également les signes et leurs significations.

Dans un premier temps, nous nous pencherons sur la dimension régionale, locale du cinéma, Nous évoquerons comment la question de la région et de la proximité avec le public sont traitées dans le discours de Cinémajoie. Nous verrons aussi les limites que peut avoir un tel positionnement identitaire, et comment ne pas se laisser enfermer dans cette identité. Nous analyserons également comment Cinémajoie mise sur certaines valeurs pour se démarquer face à la concurrence, et mettre en avant sa singularité. Nous passerons enfin en revue la manière de parler et de mettre en avant les bénévoles de Cinémajoie, qui sont le moteur de l'association. Nous évaluerons leur présence dans la communication de Cinémajoie, en expliquant en quoi cette présence peut être importante et efficace du point de vue communicationnelle.

Cinémajoie, un cinéma ancré dans une région

Intéressons-nous premièrement à la manière de communiquer la dimension régionale de Cinémajoie : sur le plan sémantique, le nom « Cinémajoie » est déjà un choix qui démontre la centralité de la région de l'Ajoie dans le projet. En effet, on retrouve le mot « Ajoie » dans ce nom, ce qui démontre que la région fait intrinsèquement partie de l'identité de la salle de cinéma. Un autre point à soulever en ce sens est la manière dont se présente Cinémajoie lorsque nous entrons sur son site : « salle de cinéma de Porrentruy et de l'Ajoie ». C'est ce « de Porrentruy » et « de l'Ajoie » qui sont ici pertinents à analyser. Le choix a été fait de ne pas écrire « à Porrentruy » et « en Ajoie », ce qui souligne que cette information ne se résume pas seulement à une indication géographique, nous sommes ici plutôt dans un phénomène de communication. Cette préposition communique que cette salle de cinéma appartient, au sens figuré, à la ville de Porrentruy et à la région de l'Ajoie, et qu'un lien fort les unit.

Ce lien est ensuite développé sur le site. Sous l'onglet « qui sommes-nous ? », nous retrouvons des explications quant aux origines de l'association. Encore une fois, la région est présentée comme un élément central, le mot étant employé à plusieurs reprises. Plus précisément, l'association tente de développer les liens entre le cinéma et l'Ajoie de manière générale pour justifier son existence.

De manière moins explicite, la thématique de l'Ajoie peut également se retrouver dans les couleurs les plus utilisées pour représenter Cinémajoie, que l'on retrouve dans le logo, les affiches et le site. Il n'est pas possible de définir précisément ce que représentent ces couleurs, à savoir le jaune et le noir. Elles peuvent en effet faire référence au genre du film policier, mais elles sont également similaires à celles du HCA, club de hockey très populaire en Ajoie. Il est aussi intéressant de noter à ce sujet que le logo a été créé par l'artiste Yves Hänggi. Faire appel à un artiste local est aussi le signe d'une volonté de s'inscrire dans le dynamisme culturel régional.

L'autre caractéristique mise en avant dans la dimension régionale de Cinémajoie est la proximité avec le public. Cette proximité est signalée sur le plan géographique, mais aussi sur un niveau plus abstrait. Cette double proximité est déjà perceptible dans le slogan, que l'on retrouve sur le site et les réseaux sociaux : « votre cinéma près de chez vous ». Ce slogan résume ainsi le principal atout que cherche à mettre en valeur Cinémajoie, à savoir donner la possibilité d'aller au cinéma sans avoir à se déplacer trop loin. Mais il est aussi intéressant de remarquer l'utilisation du pronom possessif « votre », qui souligne justement cette seconde idée de proximité avec le public. Cette manière de s'adresser aux potentiels visiteurs de Cinémajoie rappelle la singularité de cette salle de cinéma, gérée par une association à but non lucratif. Ce « notre » renvoie à l'idée que Cinémajoie est un bien public, et que les spectateurs ne sont pas considérés comme de simples consommateurs, mais comme des citoyens qui prennent part à une action collective.

Nous avons donc vu que Cinémajoie mise sur une échelle locale dans son discours, en mettant en avant l'identité de la région et la proximité avec son public. Cela semble pertinent, car c'est en effet une caractéristique objective et un atout majeur de ce cinéma, qui lui permet de se démarquer par rapport à ses concurrents, plus grands mais aussi plus lointains pour le public ajoïlot. Cependant, il est important de veiller à ne pas se laisser enfermer dans cette dimension locale. Cinémajoie est avant tout un cinéma, et promeut donc un art qui peut permettre de

s'échapper du quotidien, de rêver de nouveaux horizons. Il serait donc intéressant de jouer sur les deux pôles que sont la proximité et l'évasion.

Pour se faire, au niveau sémantique, il est possible d'inclure plus de termes en rapport avec le rêve, l'imaginaire ou l'évasion. Le slogan pourrait ainsi devenir « évadez-vous près de chez vous ». Il serait aussi possible d'agir sur les réseaux sociaux, où les postes qui mettent en avant une projection sont souvent accompagnés de phrases banales, qui ne constituent pas une amorce (annexe 1). Nous pourrions ici aussi imaginer plus d'appels à la rêverie dans ces postes, qui constitueraient des accroches plus marquantes : « laissez-vous embarquer par... » « voyager avec... », ou encore « venez rêver en voyant... ». Tous ces termes permettraient de recentrer la communication sur son objet principal : le 7^{ème} art.

Cinémajoie, entre diversité et authenticité

Cinémajoie ne ressemble pas aux autres cinémas, de par sa petite taille et le fait qu'il soit géré par une association. Mais cette singularité est aussi un atout et une manière de se différencier de ses concurrents. Les couleurs jaunes et noires en sont un bon exemple, puisque la couleur habituellement associée au cinéma est le rouge. Ce visuel informe donc déjà les potentiels spectateurs de la particularité de ce lieu.

Cependant, Cinémajoie cherche aussi à répondre aux attentes que le public peut avoir au sujet d'un cinéma. L'une des grandes valeurs de l'association est de proposer une grande diversité de projections. Sur le site, sous l'onglet « Le cinéma », une section nommée « nos valeurs » détaille la volonté d'offrir un cinéma diversifié pour le public. Un texte explique ce qu'on pourrait nommer la « mission » de Cinémajoie. On pourrait la résumer aux deux intertitres qui pavent le texte : « une grande diversité » et « du cinéma pour toutes et tous ! ». Ces intertitres, mis en avant grâce à une police d'écriture plus grande et surlignés en noir, montre à quel point Cinémajoie est attaché au fait de garantir un large choix de films à projeter. Si l'on se penche sur le fond du message, on peut remarquer cette phrase intéressante :

« [...] faire de CINEMAJOIE, une véritable salle de cinéma qui assure au public une offre de films aussi importante et diversifiée que possible. » (Cinemajoie.ch)

Nous questionnons ici la pertinence de l'utilisation du terme « véritable ». Cinémajoie est une petite salle par rapport à ses concurrents. Néanmoins, étant donné sa volonté de proposer une gamme variée de projections, l'association cherche ici à éviter qu'on prenne sa salle pour un cinéma « au rabais ». Est-ce pour autant pertinent de se justifier ainsi ? L'utilisation de ce terme semblerait étonnante pour une salle de plus grande envergure, car non nécessaire. Le public

potentiel pourrait y voir un aveu de faiblesse. Nous pourrions y préférer le terme « authentique », car il connoterait plutôt une sorte de retour aux sources, qui permettrait de se démarquer des cinémas de type « multiplexes » plutôt que de se justifier envers eux.

Cette authenticité est d'ailleurs mise en avant dans cette même section, où l'on rappelle qu'une séance de cinéma et aussi une expérience collective :

L'ambiance de communion et d'échange qui résulte de la réunion dans une même salle d'un groupe de personnes découvrant ensemble un même film, une expérience unique qui peut se prolonger par des débats à la sortie de la salle. (Cinemajoie.ch)

Cette idée se poursuit aussi sur l'une des affiches, représentant un dessin qui met en scène des personnages tous différents les uns des autres dans une salle de cinéma (annexe 2). Il y a donc ici un élément communicationnel, l'authenticité, qu'il est possible de développer.

À ce sujet, nous pouvons émettre une critique en nous penchant sur une autre affiche, à savoir l'affiche de communication de reprise lors de la réouverture des cinémas au mois de juin 2020 (annexe 3). Cette affiche présente trois dessins distincts : un projecteur, un parapluie qui protège des sièges de cinéma du coronavirus, et des tickets à prix réduits. Ces éléments mettent en avant les changements amenés par la reprise (protocole de protection face au virus, prix réduits exceptionnels pendant une certaine période). Il aurait été cependant pertinent d'ajouter cette dimension collective ici. Bien que le protocole sanitaire ne permette pas de remplir une salle de cinéma, il aurait été intéressant de mettre en avant ces différents personnages visibles dans la salle de cinéma, afin de rappeler ce qui alors pouvait presque être du domaine de la nostalgie, à savoir se retrouver à plusieurs dans une salle de cinéma, et ne pas focaliser cette communication sur des éléments en rapport avec les changements nécessaires pour la réouverture. On communiquerait ainsi à propos de la plus-value de la salle de cinéma face à des concurrents indirects que peuvent être les appareils électroniques domestiques (télévision, ordinateur, portable). Mettre en avant cette dimension collective semble très judicieux dans un contexte où le cinéma en général n'est de loin plus le seul moyen de voir des films, et semble cohérent avec la connotation « authentique » sur laquelle Cinémajoie a tout intérêt à miser au niveau de la communication.

Les bénévoles, la plus grande richesse de Cinémajoie

Nous avons déjà évoqué plus haut le fait que Cinémajoie se voulait être un bien public, et sans but lucratif. En effet, le site présente les bénévoles comme « le moteur » du projet. Cette base bénévole est aussi mise en avant dans la presse. On peut y lire :

Il faut un certain degré d'utopie pour ouvrir un cinéma aujourd'hui car la tendance générale est quand même à la disparition de plusieurs salles. Mais rouvrir un cinéma différent, ça a du sens. (RFJ, 2018)

Ici, François Laville, le secrétaire de l'association fait référence au travail bénévole lorsqu'il évoque « un cinéma différent ». Il souligne donc que le bénévolat rend possible l'existence de Cinémajoie.

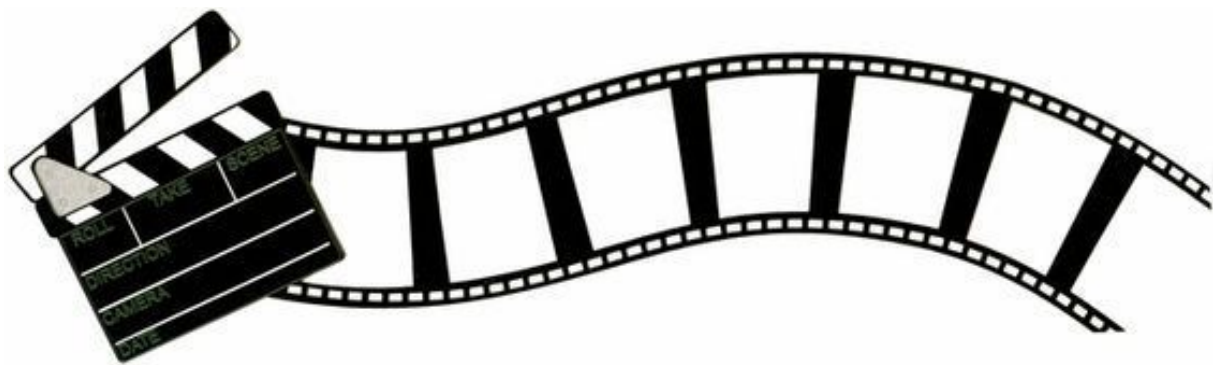
Pierre-Alain Fridez, président de l'association, fait également référence à cette nécessité de travailler sur une base associative :

Pour Pierre-Alain Fridez, président de l'Association des Amis du Cinéma d'Ajoie, le cinéma est un lieu de découverte, de convivialité, un lieu de réflexion. "Mais il faut être clair, on ne peut plus vivre d'un cinéma dans une région comme l'Ajoie", concède-t-il. En revanche, grâce à l'engagement de la centaine de bénévoles, le Cinémajoie est rentable puisqu'il n'y a pas de frais de personnel. (RTS, 2019)

On comprend ici l'importance de ces bénévoles. Ils sont une richesse pour l'association, et il semble judicieux de les mettre en valeur. Pourtant, ils sont peu visibles dans la communication. Les mettre à l'honneur permettrait de renforcer la proximité entre le public et Cinémajoie. Pour se faire, les bénévoles pourraient apparaître plus souvent sur les réseaux sociaux de Cinémajoie, par exemple en postant des photos d'eux en train de travailler. Il serait aussi possible de leur consacrer un album dans la galerie photo du site. Pour aller encore plus loin, certains bénévoles pourrait aussi avoir un portrait consacré à leur personne sur les réseaux sociaux. À intervalle régulier, on pourrait imaginer des postes qui se focalisent sur la présentation d'une personne, en évoquant les raisons qui l'ont poussée à s'investir dans l'association. À travers leur engagement, il serait alors possible de communiquer au public la mission de Cinémajoie.

Conclusion

La réflexion autour du discours élaboré par Cinémajoie semble très riche. L'identité est clairement visible au niveau du langage jusque dans certains détails amenant des éléments communicationnels précieux. Cela est particulièrement vrai à propos de la relation que Cinémajoie souhaite entretenir avec le public, avec une proximité tissée grâce à des astuces sémantiques simples. Nous avons cependant relevé qu'il était important que Cinémajoie propose un lieu où l'on peut s'évader, en ne s'enfermant pas dans une identité trop familière, mais en surprenant aussi le public. Cinémajoie est un cinéma à part entière, qui malgré sa petite taille, doit remplir la mission d'un cinéma. Le discours que tient Cinémajoie autour du 7^{ème} art qui permet de rassembler, de partager et d'échanger avec autrui pourrait être développé, ce qui mettrait en avant l'intérêt de l'existence de Cinémajoie, et permettrait de travailler encore l'image de ce dernier. Valoriser davantage les bénévoles est aussi un autre point qui remettrait le rapport humain au cœur de la communication. Globalement, Cinémajoie peut encore affiner sa communication sur certains détails en développant des propositions stimulantes. La stratégie actuelle est cependant très cohérente, et communique l'essentiel de l'identité de Cinémajoie.



Conclusion

Comme mentionné au début de ce travail, la problématique était la suivante : *comment le groupe communication peut aider à atteindre les objectifs qu'un cinéma de proximité, fonctionnant sur une base associative, s'est fixés ?*

Au travers de l'analyse complète et des recommandations stratégiques que nous avons délivrées, nous avons cherché à donner des conseils et avons présenté les forces et faiblesses de l'institution, sur lesquelles elle doit se baser pour améliorer sa stratégie. Plusieurs éléments clés peuvent être mis en relief.

Premièrement, il en ressort que l'aspect financier et budgétaire est la principale zone d'ombre de Cinémajoie. En effet, l'association manque de fonds, fonds qui pourraient être le catalyseur de leurs possibilités de développement. Nos recommandations sur ce sujet peuvent donc permettre d'améliorer cet aspect, notamment en prenant en compte celles qu'ils peuvent réaliser gratuitement. Ils pourraient par ces biais améliorer la visibilité de Cinémajoie et ainsi convaincre de futurs spectateurs à venir chez eux. Puis, avec plus de clients, l'équipe communication pourrait bénéficier de plus de fonds qui permettrait d'entreprendre de plus grands projets communicationnels.

Cinémajoie adopte une stratégie de communication globalement cohérente. Les points forts de l'Association sont en général mis en valeur. La proximité est un élément clé particulièrement bien exploité sur le plan communicationnel. La petite salle arrive à se montrer comme un cinéma proche de son public. Cinémajoie parvient aussi à faire ressortir sa singularité, en se démarquant des autres salles de cinéma, que cela soit par les couleurs utilisées, la programmation diversifiée qui tente de proposer des films moins populaires et parfois anciens, ou encore l'organisation d'événements exceptionnels, comme des conférences ou des discussions autour d'une projection. Tous ces éléments convergent vers un même message : Cinémajoie est un lieu unique.

En conclusion, on peut voir que Cinémajoie a de grandes possibilités de développement et dispose d'un large panel de moyens pour y parvenir. Le cinéma profite déjà de grandes forces, notamment un soutien du village et de clients fidèles. Si les bénévoles et le comité se concentrent d'abord sur la recherche de fonds et la recherche de bénévoles supplémentaires - combo essentiel - de nombreuses améliorations pourront être mises en place, permettant ainsi la croissance et la pérennité du petit écran de Porrentruy. À eux de jouer dès à présent !

CLAP DE FIN

Sources et références

Support de cours

ROMANO, M., (2020), Manuel pratique de communication institutionnelle, Méthodes et outils de la gestion des relations publiques [document PDF]. Support de cours : Cours « Communication institutionnelle », Université de Neuchâtel, Sciences de l'information et de la communication, année académique 2019-2020.

Sites web

Le site internet de Cinémajoie : <https://cinemajoie.ch>

Réseaux sociaux

Le compte Facebook de Cinémajoie : <https://www.facebook.com/CinemajoiePorrentruy>

Le compte instagram de Cinémajoie : @cinemajoie.ch : <https://www.instagram.com/cinemajoie.ch/>

Recommandations stratégiques

Les illustrations des parties personnelles ont été trouvées sur le site internet de Cinémajoie.

Sources et annexes de l'axe discursif

- Article RFJ : <https://www.rfj.ch/rfj/Actualite/Region/20180925-Le-cinema-renait-de-ses-cendres-a-Porrentruy.html>
- Article RTS : <https://www.rts.ch/info/culture/cinema/10140019-porrentruy-retrouve-un-cinema-grace-a-la-mobilisation-de-sa-population.html>
- Annexe 1 : Postes Facebook présentant les projections à venir

Cinémajoie
20 mai, 08:00 · 🌐

Ce soir à Cinémajoie : <https://cinemajoie.ch/programmation/>

NEMAJOIE CINEMA

cinéma à Porrentruy

drame de Magnus von Horn
avec Magdalena Kolesnik

Trois jours dans la vie de motivatrice de fitness des médias sociaux a fait d'elle bien qu'elle ait des centaines de followers, qu'elle soit endormie et admirée par ses recherches une véritable

19 mai 2021 à 18h00
20 mai 2021 à 18h00
29 mai 2021 à 18h00

drame de Byambasuren Davaa en VO
avec Bat-Ireedui Batmunkh, Enerel Tumen

« Quand le dernier filon d'or aura été tiré tombera en poussière » dit une chanson crier dans une émission de casting. Ce g la steppe de Mongolie dans un commun tonnel. Quand Amra est à l'école, sa mè peu de chèvres. Son père travaille comm sur le marché local le fromage de chèvre Mais leur espace vital est menacé par des balisées qui cherchent de l'or. Le père d'Al résistance contre l'exploitation. Le garçon suivre les traces de son père ou bien son j La réalisatrice Byambasuren Davaa s'est t internationale avec ses documentaires « Le lie » et « L'Histoire du chameau qui pleure Oscar. « Les Racines du Monde », son pre un bijou cinématographique aux images s une histoire de famille multi-générationn croyable coin du monde : engagé, envolt

20 mai 2021 à 18h00
26 mai 2021 à 18h00

www.cinemajoie.ch Route de Bell www.cinemajoie.ch Route de Bell

Cinémajoie
26 mai, 08:00 · 🌐

Deux films à ne surtout pas rater ce soir à Cinémajoie. Vos places sur <https://cinemajoie.ch/programmation/>

NEMAJOIE CINEMA

cinéma à Porrentruy

drame de Byambasuren Davaa en VO
avec Bat-Ireedui Batmunkh, Enerel Tumen

« Quand le dernier filon d'or aura été tiré tombera en poussière » dit une chanson crier dans une émission de casting. Ce g la steppe de Mongolie dans un commun tonnel. Quand Amra est à l'école, sa mè peu de chèvres. Son père travaille comm sur le marché local le fromage de chèvre Mais leur espace vital est menacé par des balisées qui cherchent de l'or. Le père d'Al résistance contre l'exploitation. Le garçon suivre les traces de son père ou bien son j La réalisatrice Byambasuren Davaa s'est t internationale avec ses documentaires « Le lie » et « L'Histoire du chameau qui pleure Oscar. « Les Racines du Monde », son pre un bijou cinématographique aux images s une histoire de famille multi-générationn croyable coin du monde : engagé, envolt

20 mai 2021 à 18h00
26 mai 2021 à 18h00

drame de Armand Gatti
avec Armand Gatti, Tété et fille Animent le moment le moi père se d'embl meence qu'elle d'Anth vers étr leurs o livrent, authen tateur c ment n

20 mai 2021 à 18h00
26 mai 2021 à 18h00

www.cinemajoie.ch Route de Bell www.cinemajoie.ch

Cinémajoie
4 juin, 08:00 · 🌐

Ce soir sur la toile de Cinémajoie <https://cinemajoie.ch/programmation/>

NEMAJOIE CINEMA

cinéma à Porrentruy

documentaire de Aldo Gugolz

Fabiano, 38 ans, va devenir père. vaches et fait de son mieux pour alpin que ses parents hippies ont dans les années 1970. Mais rien i il est endetté et se sent coupable nière, un travailleur au noir macé mortel. Sa mort le hante. Comme peuvent-ils construire une vie enc tances aussi difficiles ?

4 juin 21 à 18:00
8 juin 21 à 18:00

dram avec Nelly avec Mari bois Un r Nelly une i sa pé Avec venu meni Ma v mère

4 juin 21 à 18:00
8 juin 21 à 18:00

www.cinemajoie.ch Route de Bell www.cinemajoie.ch Route de Bell

Cinémajoie
25 mai, 08:00 · 🌐

Plus une minute à perdre, pour le film de ce soir à Cinémajoie, réservez vos places sur : <https://cinemajoie.ch/programmation/>

CINEMAJOIE

Votre cinéma à Porrentruy

comédie dramatique de Gabrielle Couperthwaite

avec Casey Affleck, Jason Segel, Dakota Johnson

OUR FRIEND raconte l'histoire vraie, émouvante, déchirante et captivante de la famille Toague, Matt (Casey Affleck, lauréat d'un Academy Award), un journaliste, ses deux jeunes filles et sa femme Nicole (Dakota Johnson) dont la vie est bouleversée par un cancer en phase terminale. Alors que les responsabilités de Matt en tant que proche aidant et parent l'accablent et l'épuisent de plus en plus, le meilleur ami du couple, Daine Fauchow (Jason Segel), propose de lui venir en aide. Ce dernier réalise alors le lourd tribut payé par Matt, Nicole et les deux filles, et met sa vie entre parenthèses pour rester auprès de ses amis. Même s'il est compliqué à gérer, ce geste généreux va avoir un impact plus important et plus profond que quiconque aurait pu l'imaginer.

21 mai 2021 à 20h30
22 mai 2021 à 17h30
25 mai 2021 à 20h30

www.cinemajoie.ch Route de Belfort 16 - Porrentruy

- Annexe 2 : Affiche de promotion pour Cinémajoie



- Annexe 3 : Affiche de réouverture

CINÉMAJOIE

**RÉOUVERTURE
LE MARDI 9 JUIN !**

Toute l'équipe de Cinémajoie
se réjouit de vous revoir
autour d'une belle
programmation

**LA SANTÉ DE TOUS
AU COEUR DE NOTRE
PRÉOCCUPATION**

Notre concept de sécurité
assure votre protection

NOUVEAUTES

NOUVEAUTES

**UNE RENTRÉE
À PRIX RÉDUIT**

Du 9 juin au 31 août 2020,
Cinémajoie vous propose
vos places à 10 chf.

www.cinemajoie.ch Route de Belfort 16 - Porrentruy