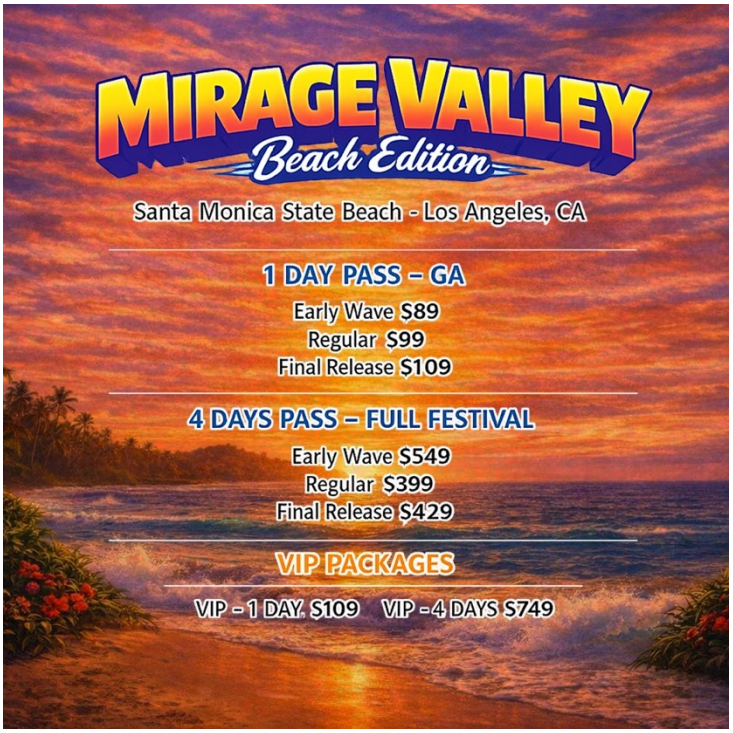
POST INSTAGRAM (M2810)
LUCA PANCHAUD
3 SHEDS

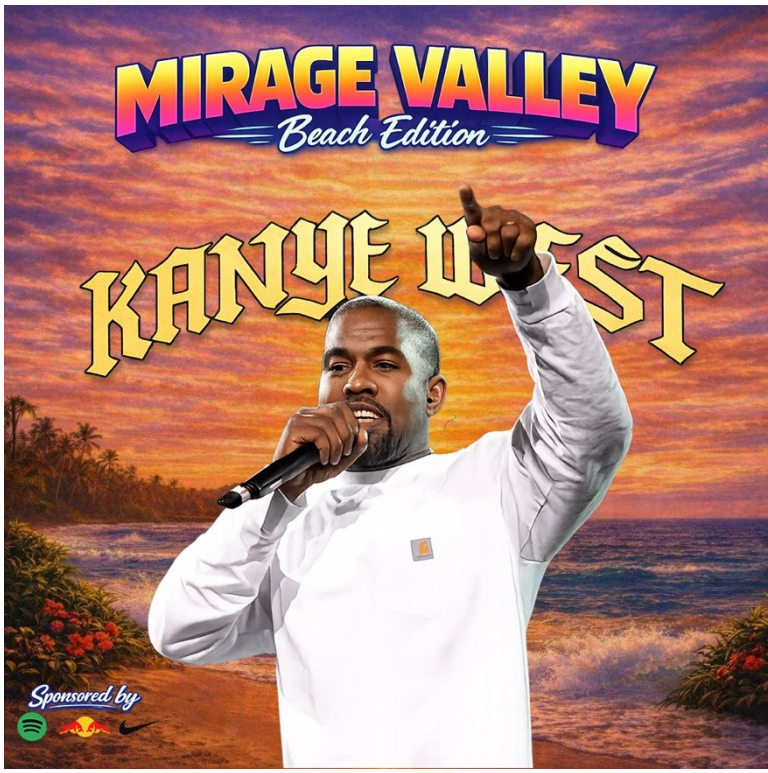


Je publierai l'affiche environ huits mois avant l'événement afin de disposer d'un délai suffisant pour promouvoir le festival et le faire connaître auprès du public visé et des futurs participants.



Je publierai l'affiche des tarifs et ouvrirai la billetterie une semaine après l'annonce du festival, soit environ cinq mois avant le début de l'événement, avec les prix standards.





Les trois publications ci-
dessous serviront à
révéler les têtes d'affiche
de chaque journée du
festival. Elles seront diffusées
avec un intervalle
d'environ deux semaines
afin de maintenir
l'engouement,

faire monter l'attente et
capter l'attention des
futurs festivaliers, des
passionnés de musique et
du public en général











Les trois premières publications annoncent les artistes de la line-up, répartis sur les différentes journées du festival. Elles seront diffusées environ trois mois avant l'événement, avec un intervalle d'une semaine ou de quelques jours encore entre chaque post afin de maintenir l'attention et faire monter l'attente. Et concernant les horaires ils seront mis directement sur les chaque jours ou il y a les artistes à gauche des personnes énoncer.



La publication annonçant le jeu concours sera partagée environ deux à trois semaines avant le festival afin d'attirer l'attention sur l'événement, susciter l'intérêt du public et encourager un maximum de participations pour par la suite d'augmenter la popularisation du festival pendant et des années encore après.

Les jours de publications des post :

Les publications seront principalement diffusées les vendredis, samedis, dimanches et lundis, avec quelques posts ponctuels le mercredi. D'après l'analyse effectuée, ces jours correspondent aux périodes où l'activité des utilisateurs sur Instagram est la plus élevée. Cela permet d'augmenter la visibilité des contenus, de favoriser les partages et de générer davantage d'engagement. Cette stratégie vise donc à maximiser la portée des publications et à renforcer la présence du festival sur les réseaux sociaux.

Les Hashtags

Les hashtags intégrés aux publications — comme ceux liés à la ville, aux artistes, aux styles musicaux ou au lieu du festival — jouent un rôle essentiel dans l'augmentation de la visibilité sur Instagram. Ils permettent d'associer chaque contenu à des thématiques recherchées, à des communautés déjà actives et à des tendances populaires. Cette approche aide à élargir la portée des posts, à renforcer l'engagement du public et à installer une identité numérique forte autour du Mirage Valley Festival.

Exemples de hashtags adaptés :

- #TravisScott
- #KanyeWest
- #KendrickLamar
- #LosAngelesCity
- #MirageValleyFestival
- #RapHipHopTrap
- #SantaMonicaBeach

Texte sur les sponsors – Mirage Valley Festival :

Les sponsors jouent un rôle essentiel dans la réussite du Mirage Valley Festival. Grâce à leur soutien, le festival bénéficie non seulement d'une visibilité accrue, mais aussi de ressources permettant d'améliorer l'expérience des festivaliers. Les marques partenaires associées à l'événement telles que Spotify, Red Bull et Nike renforcent l'image moderne, dynamique et internationale du festival.

Spotify

En tant que plateforme musicale mondiale, Spotify apporte une dimension digitale forte au festival. Leur présence permettrait de proposer des playlists officielles, des recommandations personnalisées et des contenus exclusifs liés aux artistes présents. **Hashtags associés :** #SpotifyPartner #MusicEverywhere #MirageValleyPlaylist

Red Bull

Red Bull incarne l'énergie, la performance et l'intensité — des valeurs parfaitement alignées avec l'ambiance du Mirage Valley Festival. Leur soutien pourrait se traduire par des stands, des zones chill, ou encore des activations spéciales pour dynamiser l'événement. **Hashtags associés :** #RedBullEnergy #GivesYouWings #FestivalVibes

Nike

Nike représente le mouvement, la créativité et l'expression personnelle. Leur partenariat renforcerait l'identité visuelle du festival et pourrait inclure du merchandising exclusif, des collaborations artistiques ou des espaces interactifs pour les festivaliers. **Hashtags associés :** #NikeOfficial #JustDoIt #MirageValleyStyle

Conclusion des trois sponsors

L’association de ces trois marques emblématiques contribue à donner au Mirage Valley Festival une image professionnelle, moderne et internationale. Grâce à leur notoriété et à leur influence, le festival gagne en crédibilité et en visibilité sur les réseaux sociaux, notamment via l’utilisation de hashtags ciblés permettant d’amplifier la portée des publications et de toucher des communautés variées.

Les post possible durant le festival

Comme il s’agissait d’un module à réaliser visant à créer un festival fictif et à élaborer un planning de publications, je n’ai pas réalisé l’ensemble des posts prévus dans le calendrier éditorial. Dans un contexte réel, j’aurais publié quotidiennement du contenu pendant le festival, notamment des stories en direct, des interviews d’artistes, des coulisses et des moments forts capturés sur place.

Cependant, je n’ai pas pu respecter les délais de publication initialement planifiés, car je travaillais simultanément sur un autre projet ainsi que sur un second module. Cette charge de travail a rendu difficile la création et la diffusion régulière des contenus prévus dans le cadre du planning.