

# CONSTRUIRE ET FIDÉLISER SON PUBLIC

NIVEAU : TOUS - \* Nouveauté

DURÉE : 7 H

La clé d'un événement réussi, c'est un public présent et de qualité. Dans un contexte où les lecteurs sont très sollicités, leur mobilisation peut s'avérer complexe, générant parfois stress et incertitude. La communication seule ne suffit pas : programmation, ciblage, discours et fidélisation jouent un rôle déterminant. Quelle programmation ? Pour qui ? Comment en parler ? Et surtout, comment faire revenir le public ? Cette formation vous permet de structurer votre démarche et de mettre en place des actions concrètes pour développer et fidéliser vos audiences.

SESSIONS : Du 30/06/2026 au 30/06/2026

TARIF ENTREPRISE : 500 € HT — TARIF PARTICULIER : 360 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

## OBJECTIFS

- Définir une stratégie d'événement à court, moyen et long terme
- Identifier des publics / définir son public cible
- Élargir son public / recruter de nouveaux spectateur·ices
- Fidéliser le public
- Communiquer avant, pendant et après l'événement

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Études de cas à partir des expériences des participant·es
- Échanges personnalisés avec le·a formateur·ice
- Mises en situation

## FORMATEUR

Un·e intervenant·e médiateur·rice et animateur·rice de rencontres pour de nombreux événements (salons et festivals du livre), également formateur·rice expérimenté·e dans un cadre culturel et universitaire

## PUBLICS

- Chargé·e de communication, d'animation culturelle
- Chargé·e d'action culturelle en bibliothèque, université ou autres institutions
- Programmateur·ice littéraire ou culturel·le
- Libraires, bibliothécaires... toute personne amenée chargée d'organiser des événements publics et professionnels

Si vous vous identifiez comme une Personne en Situation de Handicap : afin de bien vous recevoir, contactez notre équipe à l'adresse [formations@fontaineolivres.com](mailto:formations@fontaineolivres.com) pour évaluer ensemble les adaptations et accessibilités nécessaires pour participer à notre formation.

## PRE-REQUIS

- Il n'y a pas de prérequis particulier pour cette formation.

## PROGRAMME

### I. Construire son public

- Assurer la lisibilité de son événement  
Librairie, festivals, bibliothèques, rencontres..
- Les lignes de force de sa programmation
- La périodicité et la fréquence des événements
- Les leviers de communication
- Les éléments à concevoir en amont

#### • Définir son public cible

- Cartographie des différents publics
- À qui s'adresse la programmation ?
- Coeur de cible et public plus éloignés
- Premier état des lieux de son audience

#### • Recruter de nouveaux spectateur.ices

- Comment élargir son public ?
- Agglomérer des publics : les partenariats
- Les événements participatifs : club de lecture, ateliers, etc...

### Cas pratique A

#### Analyse collective d'une programmation réelle réussie

Librairie, bibliothèque, festival..

Objectifs :

- Identifier les publics visés
- Comprendre les choix éditoriaux
- Analyser les leviers de mobilisation

### Cas pratique B

#### Analyse d'un cas qui ne fonctionne pas

Objectifs :

- Identifier les points de blocage
- Proposer des pistes d'amélioration :
  - Public cible
  - Formats
  - Communication
  - Fidélisation

### II. Fidéliser son public

- Connaitre et comprendre son public
- Outils de collecte des données

- Bases de données

- Engendrer de l'implication
- Qualité d'accueil, inclusion, accessibilité
- Interaction avec les publics
- Suivi post-événement

#### • Communiquer pour renforcer l'adhésion

- Les leviers de communication
- Le rétroplanning (avant et après)
- Les supports locaux à votre disposition.

### Cas pratique C

#### • Atelier de mise en application

À partir des problématiques identifiées par les participant-es :

- Élaboration d'un plan d'action
- Travail sur des cas concrets
- Adaptation aux contextes spécifiques

### Approche pédagogique

Pour chaque séquence :

- Dialogue entre apports théoriques et cas particuliers
- Échanges à partir des situations des participant-es
- Appui sur des exemples de bonnes pratiques

Exemples mobilisés :

- Médiathèque de l'Écho
- Villa Gillet
- Maison de la Poésie
- Théâtre de la Ville

### MODALITES PÉDAGOGIQUES

- En présentiel ou à distance

### MODALITES PÉDAGOGIQUES

- En présentiel ou à distance

### SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

- Supports théoriques
- Documents de travail issus d'exemples concrets
- Bibliographie, sitographie, institutions utiles

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation continue par des mises en situation
- Auto-évaluation des compétences