

## CD Audio



TYPE D'OUTIL : AUDIOVISUEL



### Objectifs

- ▶ Alerter, sensibiliser, appeler à l'action ou au don. Promouvoir un programme, une organisation, une culture. Plaidoyer. Tout en divertissant.



### Cibles

- ▶ Grand public



### Étapes de la réalisation

#### CONCEPTION

Un CD audio est un outil de communication rare et coûteux mais qui peut avoir un bon impact. La musique est un bon vecteur pour transmettre des messages. Trouver un moyen de financement (mécénat, dons, « crowdfunding » avec <http://www.kisskissbankbank.com/> par ex.). Déterminer les objectifs, les cibles et principaux messages. Faire appel à des professionnels : studio d'enregistrement, ingénieur du son, graphiste. Déterminer

quels artistes contacter, leur envoyer une présentation du projet. Concevoir la jaquette et éventuellement un petit livret intérieur expliquant le projet. Possibilité d'organiser des concerts pour démultiplier la notoriété.

#### PRODUCTION et POST-PRODUCTION

Répétitions, enregistrements, photos, rédaction/impression des textes de la jaquette/du livret, production des CD, conditionnement.

#### Points d'attention :

S'assurer que l'image, la réputation des artistes est cohérente avec l'organisation et ses messages. Faire signer des contrats avec les artistes.



### Contenu

Les morceaux de musique doivent illustrer les messages. Ne pas oublier de mettre sur la jaquette les contacts de l'organisation, son logo et celui des partenaires.

#### MESSAGE

Sensibilisation à une cause, un programme, alerte, appel à l'action, au don.

#### IMAGES

Penser au copyright, aux droits d'auteurs à respecter et à indiquer sur le CD, aux autorisations de captation d'images des personnes, des lieux.



### Diffusion

Distribution/vente dans les locaux de l'organisation, via un réseau de distributeur, lors d'événements ou de concerts. Diffusion en tout ou en partie (certains morceaux seulement, extraits) sur Internet et les réseaux sociaux, suivant le modèle économique choisi, diffusion à la télévision, sur les radios.



### Indicateurs

- Nombre de CD produits/distribués/vendus.
- Nombre d'écoutes/téléchargements sur Internet, nombre de spectateurs.



### Exemples

CD audio de Tiniguena « *Kil ki dinos ten balor* ». Voir fiche Exemple ci-dessous et la jaquette du CD.

# EXEMPLE CD Audio

CD AUDIO DE TINIGUENA « KIL KI DINOS TEN BALOR »

## Contexte :

Tiniguena est une ONG bissau-guinéenne fondée en 1991. Elle promeut un développement participatif et durable basé sur la conservation des ressources naturelles et culturelles et l'exercice de la citoyenneté. Le CD a été réalisé après un concert.

## Type d'outil

Audio-visuel

## Langue

Créole - Portugais

## Caractéristiques techniques

Un CD audio composé de 18 morceaux de musique + jaquette cartonnée.  
Durée approximative : 96 mn.  
Réalisé en 2011.  
Co-production.

## Cibles

Tous publics lusophones

## Portée géographique

Nationale



## Messages clés

Préservez notre culture, notre gastronomie, notre biodiversité.

## Facilité d'utilisation



nécessite un lecteur de CD et l'électricité

## Adaptabilité à différents contextes



## Utilisation sur la durée



## Réplicabilité\*



cet outil ne peut pas être reproduit tel quel pour une autre organisation, et le coût d'une nouvelle édition est assez élevé.



## Objectif

A travers la musique, promouvoir les produits locaux de Guinée Bissau et leurs producteurs, ainsi que la gastronomie et la biodiversité.



- Support de communication original.
- La musique est un bon vecteur pour transmettre des messages. Les morceaux de musique illustrent les messages.
- CD et jaquette bien réalisés.
- Message clairement mis en avant sur la première page de la jaquette et à l'intérieur.



- Support limité aux lusophones.
- Produit complexe et cher à réaliser.
- Il manque les coordonnées de l'ONG (adresse, n° de tél., site web...) qui permettraient d'en savoir plus sur elle, de prendre contact.

\* Réplicabilité : capacité d'être reproduit tel quel ou avec peu de modifications pour une autre organisation + capacité à être reproduit (re-tirage, copie...).