Une ressource publiée sur tmnlab.com

La Maison de la Culture de Grenoble fait appel à l'agence Graphéine pour sa saison 21-22

Posted on 18 mai 2022 by Clément Coustenoble

Ouverte en 1968, la MC2: Grenoble est « intrinsèquement une maison de création », expliquait en août 2021 dans un entretien à *La Terrasse* Arnaud Meunier, qui a succédé à Jean-Paul Angot en janvier 2021 au poste de directeur.

> La MC2 bénéficie d'un équipement unique en France – 22 000 mètres carrés, 4 salles de spectacles, 3 salles de répétition, un auditorium de 1 000 places à l'acoustique exceptionnelle. Et suite à la fusion en 2014 avec le Centre Dramatique National des Alpes, la MC2 a hérité de ses compétences et savoir-faire avec les ateliers de fabrication de décors et de costumes. Ces atouts en font une scène nationale particulière, qui possède tout le champ possible de la production
>
> *entretien avec Arnaud Meunier et Maxime Fleuriot, La Terrasse, 19 août 2021*

Défendant un projet qui vise à recentrer la MC2 sur son identité de maison de production, dans toutes les disciplines du spectacle vivant, y compris dans le domaine du numérique, Arnaud Meunier affirme également sa volonté de développer de nouvelles relations avec le public sous le signe de l'inclusion.

Dans ce contexte, la MC2 a fait appel à l'agence de communication Graphéine. Pour les visuels de la saison 21-22 ; « au sortir de deux ans de Covid, période ayant fortement modifié les habitudes de « consommation culturelle », il s'agissait de concevoir une campagne de communication visant à interpeller les publics en faveur du spectacle vivant et de les inciter à revenir dans les salles de la MC2. »



Marion Labouré, responsable communication de la MC2, affirme que les retours des publics ont plutôt été positifs.

> Certains se sont interrogés sur le sens de cette campagne, mais le choix des mots – proche du vocabulaire de tout un chacun – a permis de bien assimiler le côté « décalé ». […] Un commerçant s'est même amusé à répondre à notre campagne sur les réseaux sociaux en utilisant les mêmes termes.
>
> *Marion Labouré, responsable communication de la MC2*

Cette campagne, qui se décline en une série de messages décalés et questionne la société du numérique, est à découvrir sur le site de l'agence Graphéine. « Derrière chaque message se cache une opportunité de valoriser le rôle de la création et des lieux culturels comme facteur de lien social, de rencontres fertiles, de sensibilités tangibles et d'émotions partagées. »

Lire l'entretien avec Arnaud Meunier et Maxime Fleuriot (*La Terrasse*, 19 août 2021)

Découvrir la collaboration avec le studio Graphéine