



CHRISTMAS FESTIVAL

Analyse marketing

Clara Berchier, Lucien Contesse, Elio Le Coq, Gabriel Papaux



BRAND NEW VISION

CHRISTMAS
FESTIVAL





TABLE DES MATIERES

DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE	4
BUT ET OBJECTIFS	4
ORGANISATION	4
HIERARCHIE	5
COUVERTURE GEOGRAPHIQUE	5
QUELQUES CHIFFRES	5
ANALYSE SWOT	6
AMELIORATIONS FUTURES	6
CONCEPTS STRATEGIQUES	7
ANALYSE 4P	8
Prix	8
Place (distribution)	8
Produit	8
Promotion	11
ANALYSE DES CONCURRENTS	12
QUESTIONNAIRE	14
Produit	17
Prix	18
Place	19
Promotion	20

CHRISTMAS
FESTIVAL



BRAND NEW VISION



DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

Le Christmas Festival, créé en 2002, est un festival de musique se déroulant à la salle polyvalente du Pâquier dans le canton de Fribourg. Ce festival propose une variété d'artistes et se tient chaque année durant un week-end vers la période de Noël. Il se distingue par son accessibilité dès 16 ans et sa labellisation SmartEvent depuis 2018, un label fribourgeois visant à réduire les risques en milieu festif.

BUT ET OBJECTIFS

L'objectif principal du Christmas Festival est de divertir le public en organisant des soirées durant un week-end, tout mettant en vente des billets et des boissons. Le but est de susciter des émotions à chaque édition et de faire découvrir les sociétés de jeunesse aux visiteurs sous un angle fondamentalement différent.

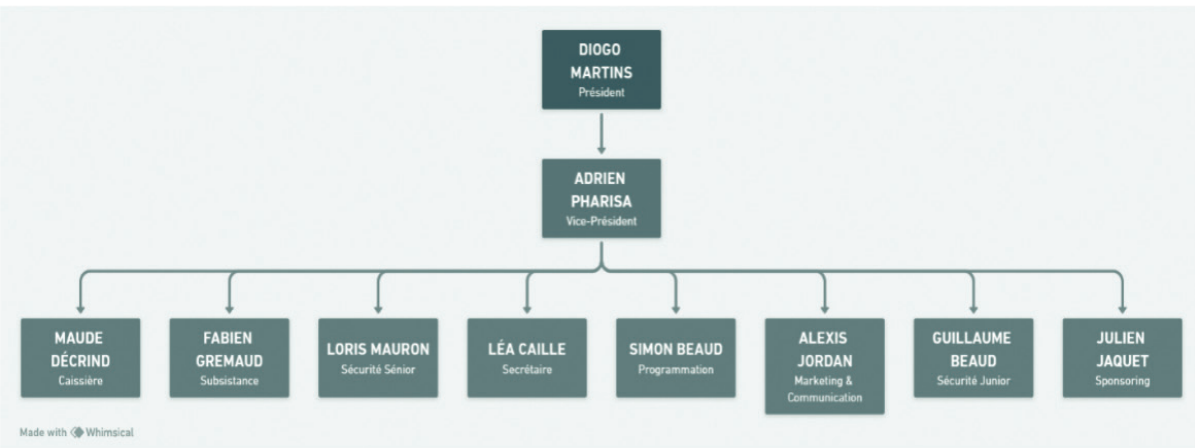
ORGANISATION

Transport : Les transports publics desservent le lieu. En complément, des bus navettes ont été mis en place, afin que les jeunes de toute la Gruyère puissent avoir accès à la fête.
Un parking est également disponible.

Billetterie : Les billets sont au prix de 25 CHF environ. Ils sont disponibles sur place ou sur le site Internet : <https://christmasfestival.ch/billets>

Site web : Le site web possède déjà une bonne structure. De nombreuses informations sont présentes et sont facilement consultables.

HIERARCHIE



Dans cette hiérarchie, nous voyons tous les membres du comité. Tout d'abord, le président M. Martins et le vice-président M. Pharisa. Ensuite nous retrouvons les responsables des différents secteurs.

COUVERTURE GEOGRAPHIQUE

Le festival se déroule au Pâquier en Gruyère, dans le canton de Fribourg. Votre festival souhaite toucher principalement les Gruériens et tout particulièrement les jeunes gruériennes. Le but de ce rebranding sera d'étendre cette couverture géographique à un public plus large et toucher toute la Suisse romande.

QUELQUES CHIFFRES

Le chiffre d'affaires du Christmas Festival monte à plus de 78'000 CHF pour un budget de 75'000 CHF. Le bénéfice est de 6'500 CHF en 2022.

Environ 1'800 visiteurs participent à l'événement.
Il y a 2 samaritains et 12 agents de sécurité sont présents tout le week-end, ainsi que plus de 110 bénévoles actifs durant toute la manifestation.

Plus de 40'000 personnes sont touchées par la couverture médiatique !



ANALYSE SWOT

Forces :

- Public régulier et local chaque année
- Communication efficace par le bouche-à-oreille
- Programmation attrayante
- Bon soutien des sponsors

Faiblesses :

- Manque de visibilité sur les réseaux sociaux
- Éloignement des grandes villes de Suisse romande

Opportunités :

- Utilisation des réseaux sociaux pour élargir le public

Risques :

- Dépendance aux conditions météorologiques, en particulier à la neige

AMELIORATIONS FUTURES

- Renforcer la présence sur les réseaux sociaux pour attirer un public plus large
- Considérer des partenariats avec des médias pour augmenter la visibilité
- Diversifier les activités pour attirer un public plus large ou étendre la communication à toute la Suisse romande.

En résumé, le Christmas Festival possède plusieurs forces sur lesquelles se concentrer, mais il existe également des opportunités d'améliorations, notamment en termes de visibilité sur les réseaux sociaux et de la diversification des activités.

CONCEPTS STRATEGIQUES

Expansion de la portée géographique

Concept : Mettre en place une nouvelle campagne de promotion.

Mise en œuvre : Mettre en place une campagne de promotion ciblée dans les régions voisines et les grandes villes de Suisse romande, en mettant l'accent sur la diversité de la programmation et l'expérience unique offerte par le festival.

Renforcer la présence sur les réseaux sociaux en ciblant spécifiquement les utilisateurs dans les régions cibles (Les cantons de Vaud, Fribourg, Valais), en utilisant des annonces payantes et des partenariats avec des influenceurs locaux que vous payerez également.

Établir des partenariats avec des entreprises de transport pour offrir des forfaits de billets combinés avec des options de transport depuis les grandes villes avoisinantes.

Pour ce faire nous vous proposons de délocaliser le Christmas Festival dans une salle polyvalente plus grande, en effet la salle du Pâquier est assez restreinte au niveau de l'accueil de personne.

Objectif : Augmenter le nombre de participants et étendre la notoriété du festival au-delà de sa région d'origine.

Diversification de l'expérience festivalière

Concept : Enrichir l'expérience du Christmas Festival en proposant une gamme diversifiée d'activités et d'animations en plus des performances musicales.

Mise en œuvre : Introduire des zones thématiques interactives telles que des espaces de réalité virtuelle, des expositions artistiques, des ateliers de création comme de la personnalisation de tee-shirt à l'égérie du Christmas festival.

Organiser des soirées à thème spéciales comme des soirées déguisées, des soirées de karaoké ou des soirées over kitch en plein air pour diversifier l'offre de divertissement.

Collaborer avec des entreprises locales pour proposer une variété plus grande de stands de restauration.

Objectif : Offrir une expérience plus immersive et variée aux participants, augmenter le temps passé sur le site du festival et attirer un public plus diversifié.

Ces deux concepts stratégiques visent à améliorer le produit et la promotion du Christmas Festival en élargissant son public tout en enrichissant l'expérience des participants. Ils peuvent être adaptés et développés en fonction des ressources disponibles et des objectifs spécifiques de l'événement.



ANALYSE 4P

Prix

Avec un billet de 25 CHF, la stratégie du Christmas Festival s’aligne au Passage Festival et à Fri-son Festival pour fixer ses prix. Une analyse détaillée se trouve à la page 11.

Les moyens de paiement sont les versements en ligne depuis le site, mais aussi en cash aux caisses directement au festival. Ces deux moyens permettent aux jeunes dès 16 ans de payer sans problème même sans carte et aussi de pouvoir vendre des tickets le jour du festival.

Actuellement, il n’y a pas de prix « jeune ou étudiant » ni d’offres partenaires. Les seules offres disponibles sont les concours et les codes promotionnels proposés sur la page Instagram du festival.

Place (distribution)

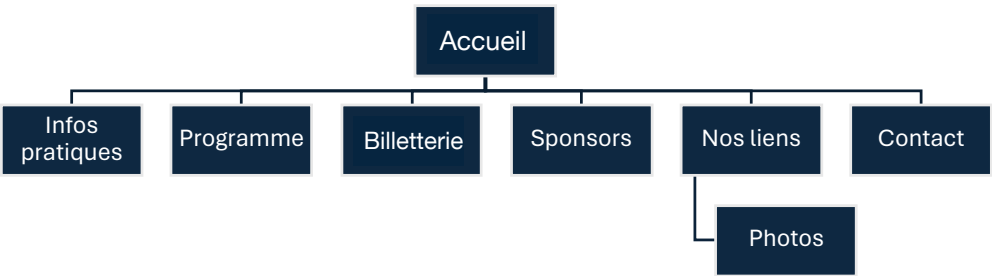
Vous avez opté pour une stratégie de distribution directe et intensive, ce qui est très judicieux. En privilégiant la vente en ligne via votre site officiel et la vente sur place pendant le week-end de votre événement, vous vous assurez de toucher un large public et de faciliter l’accès aux billets. De plus, en fournissant des informations pratiques sur votre site, vous facilitez la participation à votre festival, ce qui renforce l’attrait de votre événement. Cette approche démontre une compréhension profonde des besoins et des attentes de votre public, ce qui constitue une stratégie solide pour assurer le succès continu du Christmas Festival.

Produit

Nous avons réalisé une analyse approfondie de votre site web pour identifier ses aspects positifs et les aspects à améliorer. Ensuite, nous avons organisé les différentes pages de votre site dans une structure hiérarchique pour optimiser la navigation des utilisateurs. Enfin, nous avons formulé une ou deux recommandations spécifiques visant à améliorer l’expérience utilisateur et à maximiser l’efficacité de votre site.

Le site internet du Christmas Festival sert de plateforme principale pour promouvoir le festival et fournir des informations essentielles aux visiteurs. La page d’accueil du site est conçue de manière à être sobre, attrayante, mettant en valeur le nom du festival et offrant une navigation facile. Les visiteurs peuvent trouver des informations complètes sur l’événement, y compris son histoire, sa programmation, ses tarifs et des détails pratiques sur la façon d’y accéder.

Points forts	Points faibles
Sobre/Élégant	Liens pour les photos de l’éditions 2023 ne fonctionnent pas.
Facile d’utilisation	Page de billetterie pas à jour
Informations complètes	Site lourd (long au chargement)
Site créé par des professionnels	



Structure site du Christmas Festival



Vidéo de la chaîne YTB du Christmas Festival



Page d'accueil site Christmas Festival

Synthèse analyse documentaire

Le Christmas Festival, créé en 2002 à Fribourg, est un événement musical annuel accessible dès 16 ans, labellisé SmartEvent depuis 2018. Son objectif est de divertir le public avec des soirées musicales tout en valorisant les sociétés de jeunesse locales.

L’organisation inclut des transports publics, des navettes, et un site web bien structuré. Les billets à 25 CHF sont disponibles en ligne et sur place. En 2022, le festival a généré 78’000 CHF de chiffre d’affaires, avec un bénéfice de 8’500 CHF, attirant environ 1’800 visiteurs et plus de 110 bénévoles.

L’analyse SWOT montre des forces comme un public fidèle et un soutien des sponsors, mais aussi des faiblesses en visibilité sur les réseaux sociaux. Vous devriez prévoir de renforcer votre présence en ligne, d’établir des partenariats médiatiques et de diversifier ses activités. Depuis la création de votre festival, il est devenu une tradition locale avec une programmation variée et une audience diversifiée.





Présentation de l'histoire du Christmas Festival

Le Christmas Festival est né de la passion et de l'engagement des sociétés de jeunesse locales du Pâquier et d'Estavannens, dans le canton de Fribourg, en Suisse. Il y a déjà eu 21 éditions. Depuis 2002, ces sociétés collaborent pour organiser le Christmas Festival, un événement annuel devenu une tradition locale.

Au fil des années, le festival a évolué, devenant un rendez-vous prisé qui attire un public varié. Sa programmation musicale éclectique est l'un de ses points forts, mettant en lumière aussi bien les talents émergents de la scène locale que des artistes de renommée internationale. Cette diversité garantit une expérience captivante pour tous les amateurs de musique.

Positionnement de l'event/marque

Objectifs

- Renforcer votre image en tant que référence des festivals de Noël en Suisse.
- Offrir une expérience exceptionnelle, festive et culturelle unique.
- Créer des souvenirs durables pour tous les participants.
- Rassembler une communauté diversifiée autour de la fête.
- Proposer une programmation artistique variée et des activités interactives.

Pour qui

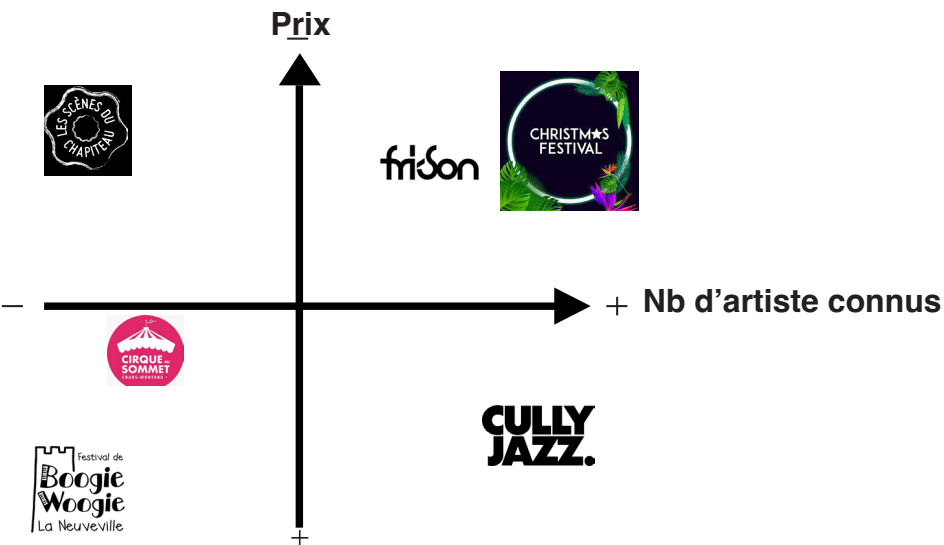
- Pour les amateurs de musique et de festivités de tous âges, en particulier les jeunes de 16 à 28 ans recherchant une expérience de festival dynamique et divertissante.
- Pour les Suisses spécialement habitant dans le canton de Fribourg et aussi provenant des régions voisines, ainsi que pour les festivaliers désireux de découvrir une atmosphère festive et unique pendant la période de Noël.

Contrairement à la concurrence

- Le Christmas Festival se démarque par sa combinaison unique de musique live et de festivités de Noël, offrant une expérience festive complète.
- Il se distingue également par son engagement envers un rapport qualité-prix attractif, permettant à un large public de profiter de l'événement.

Positionnement

Le Christmas Festival se positionne comme l'événement incontournable de la saison, alliant tradition et modernité pour offrir une expérience authentique et mémorable à ses participants. En tant que célébration emblématique de la région, il incarne les valeurs de convivialité, de diversité culturelle et de partage, tout en restant à l'écoute des tendances et des préférences contemporaines.



Promotion

Le Christmas Festival adopte une stratégie de marketing mixte intégrant le marketing digital, le sponsoring et le marketing direct pour promouvoir l'événement.

Le marketing digital est une composante essentielle de cette stratégie. Votre festival maintient une présence active sur les réseaux sociaux tels qu'Instagram et Facebook, publiant régulièrement des contenus tels que des annonces d'artistes, des concours et des vidéos courtes. Par exemple, un post Instagram présentant l'artiste VIZE et un concours pour gagner des billets a recueilli 123 likes et 61 commentaires, montrant une forte interaction du public. De même, un réel vidéo sur Instagram, présentant les artistes et les détails de l'événement, a atteint 13,8k vues et 100 likes, démontrant une large portée et une bonne visibilité pour votre festival.

Votre festival bénéficie d'un soutien crucial de nombreux sponsors, renforçant ainsi votre notoriété et assurant des ressources financières. Les logos des sponsors sont clairement affichés dans les supports publicitaires, démontrant une stratégie de sponsoring solide. De plus, le marketing direct via des emails est utilisé pour informer vos abonnés des dernières nouvelles et des offres spéciales, stimulant ainsi les ventes de billets.

Supports publicitaires

Votre festival utilise une approche marketing multiplateforme, incluant les réseaux sociaux (Instagram, Facebook), les affiches, la presse locale (comme «La Gruyère») et les emails promotionnels pour interagir avec votre communauté, accroître votre visibilité et informer vos abonnés des actualités et des offres spéciales.

Stratégie de marketing digital

La stratégie de marketing digital du Christmas Festival se concentre sur une présence active et engageante sur les réseaux sociaux. Les publications incluent des annonces d'artistes, des concours, et des vidéos courtes, ce qui permet de maximiser l'interaction avec le public. Les éléments visuels, tels que les palmiers et les néons, sont utilisés pour refléter le côté festif de l'événement.

Image de marque

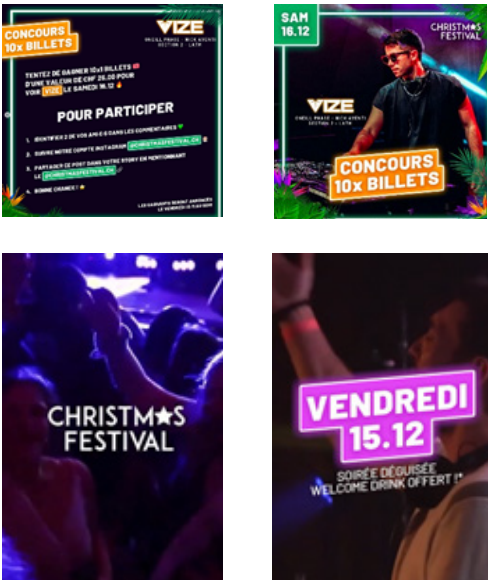
L'image de marque du festival est renforcée par la promotion d'artistes populaires comme le DJ allemand VIZE ou Fatal Bazooka. La communication visuelle du festival est de qualité, avec des visuels attrayants et des thèmes captivants comme la « Tropical Disco ». Il est essentiel de reconnaître la qualité de cette communication visuelle, qui joue un rôle crucial dans l'attraction et l'engagement des participants.

Ciblage démographique

La promotion du Christmas Festival est principalement ciblée sur les jeunes âgés de 16 à 28 ans. Les communications mettent en avant des soirées à thème et des artistes populaires pour attirer ce groupe démographique. L'objectif de la communication est double : promouvoir l'événement et susciter l'achat de billets, tout en créant et maintenant une communauté engagée.

Suggestions d'améliorations

Pour augmenter la portée géographique du festival, il serait bénéfique d'élargir la promotion au-delà de la Gruyère en utilisant des campagnes de publicité ciblées sur les réseaux sociaux afin d'atteindre un public plus large en Suisse romande. En diversifiant les contenus interactifs, comme les live sessions avec les artistes, les coulisses des préparatifs du festival, et les témoignages de participants, le festival peut maintenir l'engagement tout au long de l'année. Optimiser l'email marketing en segmentant les listes d'abonnés en fonction des intérêts et des comportements permettrait d'envoyer des messages plus personnalisés et pertinents.





ANALYSE DES CONCURRENTS

Introduction

L'analyse concurrentielle vise à établir votre position par rapport à vos concurrents directs. À cet effet, nous avons sélectionné deux événements pour une comparaison pertinente : Le Passage Festival, qui se tient à Fribourg, dans le même canton que le vôtre, et le Fri-son Festival, se tenant également à Fribourg et d'une envergure similaire et mettant en vedette des artistes internationaux, tout comme votre festival.

Passage Festival 2024 (FR)

Description
Le Passage Festival est un événement musical pluridisciplinaire s'étalant sur deux jours à Fribourg. Il se démarque par une identité visuelle distinctive. Il est présent sur les plateformes sociales telles qu'Instagram, Facebook et LinkedIn.

Produit
Festival de musique en tout genre du 25 au 26 mai 2024 à Fribourg.

Prix
Différents prix sont possibles:
Le tarif normal est à 20 CHF.
Le Festival Pass coûte 50 CHF.
Le Festival Pass + Brunch revient à 75 CHF.

Place
Il a lieu dans la ville de Fribourg.

Promotion
Les affiches sont intéressantes graphiquement. Elles attirent l'œil avec des couleurs vives qui donne envie de se rendre au festival.



Affiches de promotion Passage Festival

Fri-Son Festival (FR)

Description
Fri-Son est né en 1983 du manque d'espaces culturels autogérés en Suisse. Le mouvement a débuté en réaction critique aux festivités officielles du 500e anniversaire de l'entrée du canton de Fribourg dans la Confédération. La salle compte 1 200 places debout en 2024, ce qui en fait la plus grande salle de concerts du canton de Fribourg.

Produit
Festival de musique dans une salle à hauteur de 1200 personnes, accueil comme le Christmas festival plusieurs rappeurs, djs et artistes internationaux.

Prix :
Prélocations - Prix standard
Entrée dès 35 CHF.

Prix réduit
Ce situe à 24.50 CHF.

Caisse du soir - Prix standard
Coûte 24.50 CHF.

Place
Situé à Fribourg dans le canton de Fribourg.

Promotion
Site web, post Instagram, affiches publicitaires.



Affiches de promotion Fri-son Festival

	Fri-Son Festival	Passage Festival	Christmas Festival
Prix	Entre 24.50 CHF et 39 CHF	Entre 20 et 75 CHF	Dès 25 CHF
Place	Fribourg à Fribourg	Fribourg, à Fribourg	Au Pâquier, à Fribourg
Produit	Festival de musique, qui accueil comme le Christmas festival plusieurs rappeurs mixeurs, internationaux. Il y a environs 1200 festivaliers.	Un festival de musique éclectique rayonnant à travers le canton de Fribourg, avec une focalisation particulière sur la ville de Fribourg elle-même. Il y a 2100 festivaliers.	Un festival de musique étalé sur deux jours, mettant en vedette des invités de renom tels que Fatal Bazooka ainsi que des DJs de renommé pour animer les soirées. Il y a 1'800 festivaliers.
Promotion	SSite web, post Instagram, affiches publicitaires	Site web, Post Instagram	Post Instagram, Site web

Notre analyse concurrentielle permet de mettre en évidence deux aspects essentiels du Christmas Festival. D'abord, son prix compétitif le rend très attrayant pour les participants. Ensuite, sa durée sur deux jours permet une expérience plus enrichissante, ayant déjà accueilli des artistes renommés tels que FATAL BAZOOKA ou encore VIZE, lors de précédentes éditions. De plus, la gestion efficace des comptes Instagram associés au site internet renforce la visibilité et l'engagement envers l'événement. En somme, ces facteurs font du Christmas Festival une option de choix pour les amateurs de festivités.





QUESTIONNAIRE

Contexte du sondage (objectifs, échantillonnage)

Introduction

Nous allons réaliser un sondage quantitatif pour recueillir les informations concernant les habitudes des festivaliers et plus particulièrement les personnes intéressées par le Christmas Festival. Les données fourniront ainsi des éléments précieux pour orienter les décisions stratégiques en matière de marketing et de gestion d'événements.

Objectif

Le sondage quantitatif a pour but de toucher un panel de personnes suffisamment élargi, afin d'obtenir une meilleure représentativité sur les perceptions, les attitudes et les comportements du public cible à l'égard du Christmas Festival. Les objectifs spécifiques incluent :

- Comprendre les préférences en matière de programmation musicale.
- Évaluer la perception de la valeur et de l'accessibilité de l'événement.
- Identifier les canaux de communication les plus efficaces pour atteindre le public cible.
- Recueillir des informations démographiques et géographiques pour affiner le ciblage marketing.
- Améliorer au maximum le Christmas Festival pour les besoins du public cible.

Échantillonnage

L'échantillonnage a été conçu pour élargir votre public cible actuel qui ne compte que les habitants du canton de Fribourg. Au total nous avons reçu 59 réponses dont voici les profils: Répartition par âge (de 14 à 20 ans et +), genre (femme-homme-autre), canton (Valais Genève-Fribourg-Vaud) et situation professionnelle (étudiant-salarié-sans emploi-indépendant).

Par la suite nous avons trié les réponses pour créer un échantillonnage pertinent. Nous avons finalement gardé 53 personnes qui viennent du canton de Vaud, Valais et Fribourg et qui ont 16 ans ou plus, afin que les réponses correspondent à un potentiel public cible. Pour plus de pertinence géographique, nous avons enlevé les cantons les plus éloignés. Néanmoins, le Christmas Festival pourra par la suite s'étendre à toute la Suisse.

En résumé, le sondage quantitatif a été une méthode efficace pour obtenir des données sur le public cible du Christmas Festival. Les objectifs spécifiques ont permis de comprendre les préférences, d'évaluer la perception de l'événement, d'identifier les canaux de communication et d'améliorer le festival. L'échantillonnage ciblé a assuré la représentativité des résultats, fournissant ainsi des informations précieuses pour améliorer votre festival.

Voici le texte du questionnaire que nous avons envoyé aux personnes sondées, vous trouverez dans les annexes le sondage avec la mise en page.

Bienvenue dans cette enquête sur le Christmas Festival.
CONCOURS POUR LES PERSONNES REPONDANT AU SONDAGE : 3x AFFICHES DE FATAL BAZOUKA EN A0 !
Le Christmas festival est un festival de musique se déroulant au Pâquier, dans le canton de Fribourg. Dans les éditions précédentes il y a déjà eu par exemple Fatal Bazouka ou encore Mike Williams (qui a déjà mixé sur la scène principale de Tomorrowland).

1. Mieux connaître son public

1. Quel âge avez-vous ?
2. Quel est votre genre ?
3. De quel canton venez-vous ?
4. Quel est votre situation professionnelle ?
 - a. Étudiant – salarié – indépendant – sans emploi

2. Préférences et attentes

5. Quels types d'événements préférez-vous lors de festivals ?
6. Préférez-vous des événements en intérieur ou en extérieur ?
7. Quels types de thèmes spéciaux appréciez-vous le plus ?
(Overkitch – déguisement -soirée à thème ?)
8. Quelles sont vos préférences en termes de restauration et de boissons lors d'événements festifs ?

3. Communication et promotion

9. Par quels canaux de communication préférez-vous être tenu au courant pour les festivals...
(réseaux sociaux, affiches, radio, etc.) ?
10. Avez-vous l'habitude de participer à des événements basés sur des recommandations d'amis ?
11. Seriez-vous intéressé par des offres spéciales pour les membres habitués ?
(Nous regardons si vous êtes inscrit à la newsletter depuis au moins 4 ans.)
12. Quel contenu vous incite à participer à des festivals (publicité, vidéo explicative, after-movie, etc.) ?

4. Le festival

13. Connaissez-vous déjà le Christmas Festival ?
 - a. Comment avez-vous connu le Christmas Festival ?
 - b. Sur une échelle de 1 à 10, comment évalueriez-vous la qualité des spectacles proposés lors du Christmas Festival ?
 - c. Quels types d'activités ou d'animations aimeriez-vous voir ajoutées au festival pour améliorer votre expérience ? (Atelier interactif, espace thématique, performances surprises)
 - d. Quels thèmes spéciaux ou soirées à thèmes avez-vous trouvés les plus attractifs lors des éditions précédentes ?
 - e. Qu'est-ce qui pourrait être amélioré selon vous ?



5. Prix
Les billets pour accéder au Christmas Festival et écouter les différents artistes se situent aux alentours de 25 CHF.
A l'intérieur il est possible de consommer des boissons et des food-truck se trouve également à l'extérieur (Ces coûts sont en suppléments)

- 14. Pensez-vous que le prix des billets soit raisonnable par rapport à l'expérience globale offerte par le Christmas Festival (25CHF) ?
- 15. Seriez-vous plus enclin à acheter des billets plus tôt si des offres spéciales, des réductions ou des forfaits sont disponibles ?
- 16. Quel montant dépensez-vous dans ce genre de festival (boissons, nourriture et billet compris avec DJ, artiste...) ?

6. Place
Le Christmas festival se situe au Paquier dans le canton de Fribourg. Actuellement, il y a des bus navettes mis en place pour aller chercher les jeunes gruériens désirant aller au festival. Plusieurs parkings sont également mis en place et les transports commun fribourgeois desservent cet endroit.

- 17. Comment voudriez-vous avoir accès au festival (transports en commun, voiture, covoiturage...) ?
- 18. Proposeriez-vous d'autres lieux pour organiser le Christmas Festival ?

7. Goodies
19. Quels types de goodies ou de produits dérivés seriez-vous intéressé à acheter lors du Christmas Festival, et jusqu'à quel prix seriez-vous prêt à les acheter ?
20. Pour l'achat de produits dérivés du Christmas Festival, quel prix seriez-vous prêt à mettre pour un article standard, tel qu'un t-shirt ou une tasse ?

8. Commentaires et Suggestions
21. Avez-vous d'autres suggestions ?
22. Quels artistes, activités ou thèmes spécifiques aimeriez-vous voir dans les éditions futures ?
23. Dans les festivals auxquels vous avez déjà participé, quels sont les aspects que vous garderiez ?
24. Quel est votre adresse email afin de participer au tirage au sort !

Merci énormément pour votre participation au sondage.

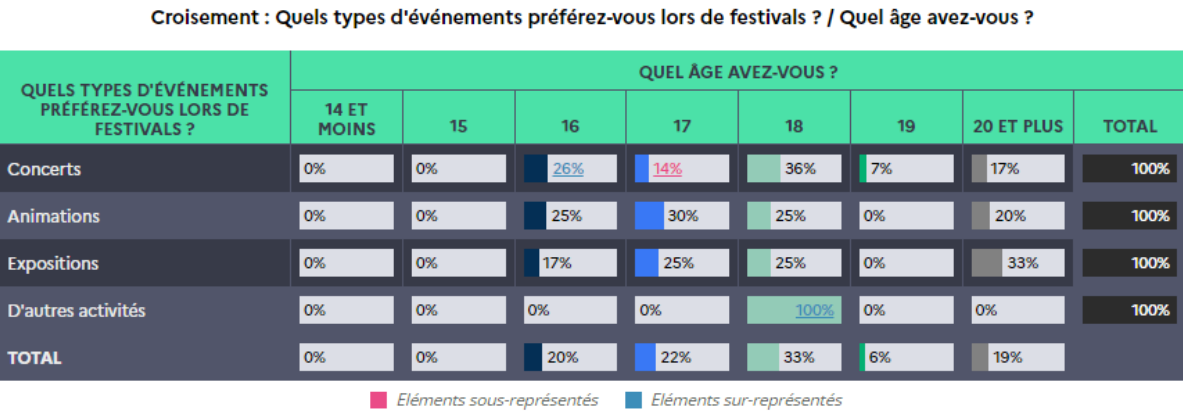
Vos réponses nous sont précieuses !

Nous vous recontacterons par la suite pour le concours.

ANALYSE DES RÉPONSES

Questions tri croisé
Produit

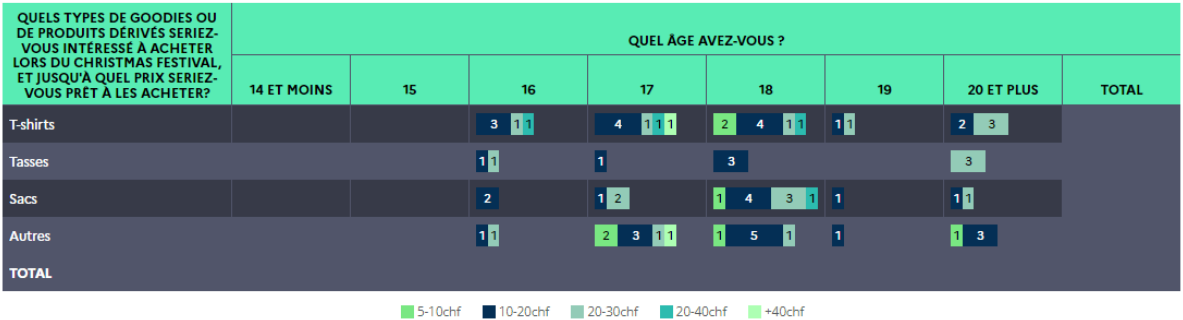
Notre étude a malencontreusement des limites, que ce soit avec l'âge ou le canton d'origine du public cible touché par notre sondage. En plus, il y a des réponses non concluantes à cause que certaines personnes n'ont pas ouvert leur mail ou n'ont pas pris le sondage au sérieux.



La relation n'est pas significative. p-value = 0,5 ; K_{hi}2 = 11,0 ; ddl = 12.

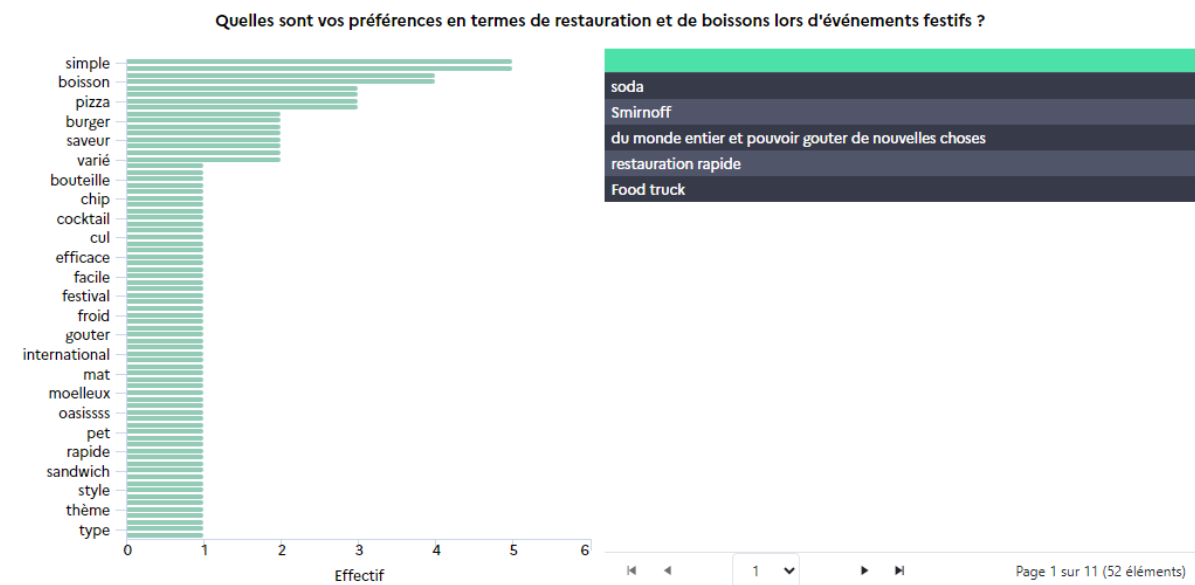
L'analyse de ce graphique illustre le tri croisé entre les tranches d'âge des répondants et leurs préférences d'événements lors de festivals. Il est évident que les concerts sont particulièrement populaires parmi les 18 ans, tandis que les animations attirent davantage les 16 et 17 ans. Les expositions, bien qu'appréciées dans toutes les catégories d'âge, semblent avoir un intérêt accru chez les répondants de 18 ans et plus. Cette visualisation permet de distinguer clairement les tendances et peut servir à vous orienter dans la programmation des événements pour répondre aux intérêts de chaque groupe d'âge spécifique.

Croisement 3D : Quels types de goodies ou de produits dérivés seriez-vous intéressé à acheter lors du Christmas Festival, et jusqu'à quel prix seriez-vous prêt à les acheter? / Quel âge avez-vous ? / Pour l'achat de produits dérivés du Christmas Festival, quel prix seriez-vous prêt à mettre pour un article standard, tel qu'un t-shirt ou une tasse?



L'analyse des préférences en matière de produits dérivés montre que les t-shirts sont le choix préféré des festivaliers de tous âges, ce qui indique une demande transgénérationnelle forte pour cet article. En contraste, les tasses semblent être moins prisées et attirent principalement un public plus âgé. Cette tendance suggère une opportunité de se concentrer sur les t-shirts dans la stratégie de merchandising tout en réévaluant la pertinence de stocker des tasses pour les futurs festivals.





Ce graphique représente les préférences en matière de restauration et de boissons lors d'événements festifs. Le tableau met en évidence que les options de boissons, comme les sodas, sont les plus populaires, suivies par les boissons alcoolisées. Les choix de restauration rapide tels que les fast-foods, les foodtrucks et les pizzas reçoivent également une attention significative, suggérant une préférence pour des repas pratiques à consommer, par exemple. Pour répondre aux préférences des participants, vous devriez privilégier des options de restauration et de boissons rapides et potentiellement à emporter.

Prix

Croisement : Pensez-vous que le prix des billets soit raisonnable par rapport à l'expérience globale offerte par le Christmas Festival (25CHF) ? / Quel âge avez-vous ?

PENSEZ-VOUS QUE LE PRIX DES BILLETS SOIT RAISONNABLE PAR RAPPORT À L'EXPÉRIENCE GLOBALE OFFERTE PAR LE CHRISTMAS FESTIVAL (25CHF) ?	QUEL ÂGE AVEZ-VOUS ?							TOTAL
	14 ET MOINS	15	16	17	18	19	20 ET PLUS	
oui	0	0	8	8	12	3	6	37
non	0	0	2	3	4	0	1	10
TOTAL	0	0	10	11	16	3	7	47

■ Eléments sous-représentés ■ Eléments sur-représentés

La relation n'est pas significative. p-value = 0,8 ; Khi2 = 1,4 ; ddl = 4.

L'analyse portant sur la corrélation entre la perception du prix des billets et l'âge est plutôt intéressante, car elle révèle qu'une majorité de personnes a répondu que les prix étaient généralement acceptables. Nous vous recommandons de garder le prix d'entrée actuel et de proposer des offres spéciales pour les personnes inscrites à la Newsletter depuis minimum 4 ans. D'autres offres pour la prise de billet anticipé pourront également être incitative.

Place

Croisement : Comment voudriez-vous avoir accès au festival ? / Quel âge avez-vous ?

COMMENT VOUDRIEZ-VOUS AVOIR ACCÈS AU FESTIVAL ?	QUEL ÂGE AVEZ-VOUS ?							TOTAL
	14 ET MOINS	15	16	17	18	19	20 ET PLUS	
Transport en commun	0	0	9	10	12	3	4	38
Bus navette	0	0	6	5	7	0	2	20
Voiture	0	0	8	4	6	1	7	26
Covoiturage	0	0	3	0	3	1	0	7
TOTAL	0	0	26	19	28	5	13	91

■ Eléments sous-représentés ■ Eléments sur-représentés

La relation n'est pas significative. p-value = 0,3 ; Khi2 = 14,7 ; ddl = 12.

Nous avons découvert, grâce au tri croisé entre l'âge et la façon d'accéder au festival, que les jeunes favorisaient en moyenne plus les transports publics que la voiture. Les jeunes de 16 à 17 ans ont voté à 82% et 83% les transport en commun. Les jeunes de 16 ans sont également pour la voiture/ covoiturage et malgré le jeune âge des auteurs des réponses à notre sondage, nous pouvons voir que les transports publics ont la côte.

Nous allons donc augmenter la fréquence des bus navettes, afin d'augmenter la capacité des voyageurs, de leur permettre une meilleure accessibilité au festival et leur offrir également une cadence régulière leur permettant un horaire flexible sans devoir attendre trop longtemps le prochain bus.



Promotion

Croisement : De quel canton venez-vous ? / Par quels canaux de communication préférez-vous être tenu au courant pour les festivals ?

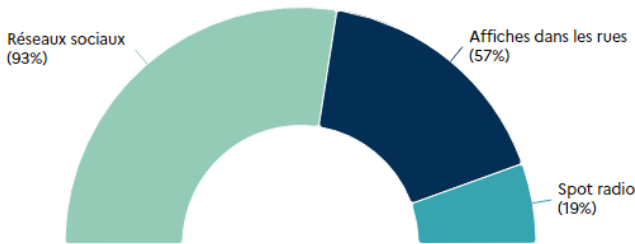
DE QUEL CANTON VENEZ-VOUS ?	PAR QUELS CANAUX DE COMMUNICATION PRÉFÉREZ-VOUS ÊTRE TENU AU COURANT POUR LES FESTIVALS ?				
	RÉSEAUX SOCIAUX	AFFICHES DANS LES RUES	SPOT RADIO	AUTRES	TOTAL
Fribourg	100%	20%	20%	0%	
Vaud	93%	63%	17%	0%	
Neuchâtel	0%	0%	0%	0%	
Valais	67%	33%	33%	0%	
Autre	0%	0%	0%	0%	
TOTAL	93%	57%	19%	0%	

■ Eléments sous-représentés ■ Eléments sur-représentés

La relation n'est pas significative. p-value = 0,7 ; Khi2 = 2,4 ; ddl = 4.

Avec cette analyse croisée, nous pouvons déterminer quel type de média de communication est favorisé par chaque canton. Nous pouvons constater que les réseaux sociaux sont plus populaires que les spots radio, bien qu'en Valais un tiers des personnes écoutent la radio. Les affiches publicitaires dans les cantons de Vaud et de Fribourg touchent respectivement 93 % et 100 % des répondants. Cette tendance pourrait s'expliquer par le jeune âge des personnes sondées. C'est pourquoi vous devriez privilégier les publicités sur les réseaux sociaux car c'est ce qui fonctionne le mieux auprès des jeunes.

Par quels canaux de communication préférez-vous être tenu au courant pour les festivals ?



Au vu des réponses, nous avons donc décidé de centrer notre communication sur les réseaux sociaux, tout en reconnaissant l'importance des autres supports de médias. Sur ce graphique, nous pouvons constater à quel point les réseaux sociaux ont un impact plus significatif que les autres supports. En effet, 92 % des participants ont indiqué que les réseaux sociaux attirent davantage leur attention. De plus, 57 % ont répondu positivement vis-à-vis des affiches publicitaires. En revanche, seulement 19 % ont répondu de manière positive concernant les spots radio. Il semble donc que concentrer nos efforts sur les réseaux sociaux soit à la fois logique et efficace pour atteindre notre public cible.

Synthèse des résultats :

L'étude a révélé plusieurs éléments clés pour l'organisation de votre festival :
Produits dérivés : Les t-shirts sont très demandés par les festivaliers de tous âges. Les tasses attirent principalement un public plus âgé.
Consommation : Les participants préfèrent des options de restauration simples comme le soda, l'alcool et le fast-food.
Dépenses : Les dépenses au festival tendent à augmenter avec l'âge, indiquant un pouvoir d'achat plus élevé chez les participants plus âgés.
Accès : Les jeunes préfèrent les transports en commun pour se rendre au festival.
Promotion : Les réseaux sociaux sont le canal de communication le plus efficace auprès des jeunes, tandis que les affiches restent un moyen pertinent malgré une moindre popularité.

Conclusion de l'étude :

Les données collectées fournissent des informations précieuses pour l'optimisation de l'expérience festivalière et la stratégie de communication. D'après les réponses obtenues du sondage, les participants du Christmas Festival seraient favorables à avoir des activités interactives, des animations variées et des performances surprises pour satisfaire leurs attentes. Cela permettrait de susciter et d'attirer plus de personnes.

Le Christmas Festival devrait :

- Prioriser la vente de t-shirts comme produit phare.
- Assurer la disponibilité des aliments et boissons populaires.
- Adapter les prix des tickets et consommations en fonction de l'âge et des tendances de dépenses.
- Améliorer l'accès au festival via les transports en commun pour répondre aux préférences des jeunes.
- Concentrer les efforts promotionnels sur les réseaux sociaux tout en maintenant une présence traditionnelle via des affiches.

En s'appuyant sur ces données, le Christmas Festival peut mieux répondre aux attentes des participants et assurer le succès du festival.



PERSONA



Massimo Bapst

Etudiant au CPNV

Age: 18 ans

Masculin

Célibataire

Suisse dans le canton de Fribourg

Education : enseignement post obligatoire

Profession : étudiant

DESCRIPTION

Massimo, un jeune étudiant du canton de Fribourg, ne manque jamais un seul festival ou une occasion de faire la fête. Il a déjà entendu parler du Christmas festival et pense que c'est bien plus qu'un simple événement festif : c'est une tradition attendue avec impatience chaque année.

BUT ET OBJECTIF

- Élargir son réseau social
- Soutenir les artistes émergents
- Faire la fête et profiter
- Penser à autre chose que son stress quotidien

PERSONNALITÉ

Casanier

Extraverti

Introverti

Sociable

Prudent

Aventureux

FREINS

1. Contraintes financières :

Massimo pourrait être limité par son budget et trouver le prix des billets ou d'autres dépenses liées au festival trop élevés pour son budget actuel.

2. Contraintes temporelles :

Des engagements préexistants tels que des études, un emploi ou des responsabilités familiales pourraient limiter le temps disponible de Massimo pour participer pleinement au festival.

3. Manque d'intérêt pour le contenu :

Si le contenu musical ou les activités proposées ne correspondent pas aux goûts de Massimo, il pourrait ne pas être motivé à participer au festival.

4. Problème géographique :

Étant donné que Massimo habite sur le canton de Vaud, le festival se déroulant au Pâquier, il est compliqué pour Massimo de se déplacer si les transports en commun ne concordent pas.

COMPORTEMENT

Massimo, jeune connecté, est actif sur les réseaux sociaux, il est influencé par les recommandations de ses amis, il utilise les réseaux sociaux pour rester informé et partager sa passion de faire la fête. Sur Instagram, il publie des stories de ses soirées, offrant un aperçu de l'ambiance festive. Sur Twitter, il suit les actualités musicales et engage des conversations animées.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Son utilisation des réseaux sociaux

★ ★ ★ ★ ★

ÉCONOMIE

Massimo a généralement un budget pour les festivals d'environ 70 CHF, incluant les billets et la restauration. Étant étudiant il n'a pas de salaire, mais ses parents lui donnent un peu d'argent, afin de faire la fête.

BESOINS

Il recherche une ambiance conviviale, une variété musicale et une bonne restauration, ainsi que la possibilité de participer à des soirées à thèmes.

Synthèse :
Le public cible du Christmas Festival est principalement composé de jeunes étudiants, majoritairement masculins, âgés entre 16 et 20 ans. Il est situé entre 16 et 20 ans, car en dessous de 16 ans, les jeunes n'ont pas accès au festival et les personnes plus âgées participent moins à ce genre de festival. Les répondants au questionnaire et notre public cible résident principalement dans le canton de Vaud.

Notre public cible apprécie les expériences conviviales et variées, incluant une diversité musicale et une bonne restauration, ainsi que la possibilité de participer à des soirées à thème.

Ces participants sont influencés par leurs amis et sont actifs sur les réseaux sociaux.

Le budget moyen des participants pour le festival se situe aux alentours de 80 CHF pour le prix du billet et la restauration sur place.

CONCLUSION

Synthèse - Conclusion - Explication de la suite du projet

En résumé, les analyses ont fourni des éléments précieux sur le public cible, les préférences et les tendances, ainsi que sur les opportunités d'amélioration de votre festival. Les deux concepts stratégiques présentés offrent des pistes intéressantes pour optimiser l'expérience festivalière et accroître la visibilité du festival.

La prochaine étape consistera à élaborer des plans détaillés pour la mise en œuvre de ces concepts stratégiques. Cela impliquera la création de campagnes de promotion ciblées, de développement des posts Instagram, d'amélioration et de développement de vos réseaux sociaux avec différentes propositions. A la suite de cette augmentation de participants, il faudra délocaliser le Christmas Festival, afin d'avoir une salle plus grande. En ce qui concerne l'amélioration de l'expérience festivalière, nous allons contacter des partenaires afin de savoir s'ils seraient prêts à collaborer avec vous pour créer des zones thématiques, des activités, des expositions...

De plus, il sera essentiel de suivre de près l'impact de ces initiatives et de recueillir des feedbacks réguliers de votre public pour ajuster et améliorer continuellement le festival. En intégrant ces éléments dans une stratégie globale, l'objectif ultime sera de consolider la position du Christmas Festival en tant qu'événement incontournable, attirant un public diversifié et offrant une expérience mémorable pour tous les participants.

22

BRAND NEW VISION

BRAND NEW VISION



ANNEXES

Devis contactuel

Responsable de projet :
Clara Berchier
077 534 5072
clara.berchier@eduvaud.ch

Christmas Festival
Rte de Gruyères 26
1661 Le Pâquier

Sainte-Croix, le 22 février 2024



Projet Christmas Festival

Madame,

À la suite de notre mail du 22 février 2024, nous avons bien reçu votre demande et nous vous en remercions.

Sur la base des informations communiquées le 25 janvier, les prestations souhaitées sont les suivantes :

Description	Quantité	Prix unitaire	Montant
Analyse de l'entreprise	9h45	80	780.00 CHF
Analyse documentaire	7h30	80	600.00 CHF
Analyse du marché	5h15	80	420.00 CHF
Marketing MIX	7h30	80	600.00 CHF
Total HT			2400.00 CHF
TVA (8,1%)			194,40 CHF
Total TTC			2594,40 CHF

Une analyse documentaire qui contient :

Les 4P comme le produit : Présentation du site internet, Présentation du site avec illustration, un tableau regroupant les points forts et points d'amélioration du site ; le prix : la stratégie de prix suivie par l'entreprise pour votre service ; la place : Présentation de deux types de canaux qui distribuent et vendent le service ; ou encore la promotion : Marketing viral, Spot TV, affiches publicitaires, Relations publiques, Sponsoring, Placement produit.

Une analyse de l'entreprise comprenant :

Le but et l'objectif de l'événement, de l'organisation, la couverture géographique. Ainsi qu'une analyse SWOT de l'entreprise dans sa globalité. Telles que le chiffre d'affaires, le bénéfice, les parts de marché, le nombre d'employés, l'organigramme, les valeurs, les normes de qualité, le référencement, etc.

Devis contactuel

Une analyse du marché contenant :

Les critères économiques, géographiques, sociodémographiques, comportementaux et psychologiques. Le public cible sera représenté sous forme de « Persona ».

Marketing mix :

Le marketing mix, ou les "4P", englobe les aspects clés du marketing : produit, prix, placement et promotion. Il s'agit d'un cadre stratégique permettant aux entreprises d'influencer les décisions d'achat des consommateurs en définissant le produit offert, son prix, sa distribution et les activités de communication associées.

LE MANDAT

L'évènement se déroulera le 20 et 21 décembre 2024 à la Salle polyvalente des Pâquier. Les premiers livrables sont :

- Du 26 février au 1^{er} mars : 1^{er} entretien client – présentation sondage
- Du 25 au 28 mars : remise du premier rapport sur l'entreprise
- Du 22 au 26 avril : analyse documentaire et marché + PowerPoint

ASPECTS JURIDIQUES

- Le premier tiers doit être payé au début du mandat
- Le deuxième tiers sera payé après l'analyse documentaire
- Le dernier tiers sera payé à la fin du projet avant le dernier livrable

CONDITIONS

- En cas de résiliation du contrat par notre entreprise, aucun remboursement ne sera effectué pour le travail déjà réalisé.
- Si le contrat est résilié par le client, aucun remboursement ne sera effectué pour le travail déjà réalisé. De plus, les heures encore non rémunérées seront facturées.
- En cas de résiliation du contrat due à un événement indépendant de notre volonté (tel qu'une pandémie, un attentat, etc.), une possibilité de report est envisageable, avec une suspension du projet suivie d'une reprise ultérieure, l'année suivante.

ANNEXES

- Planning global

Nous vous remercions de bien vouloir nous donner votre accord en datant et signant le présent devis.

Nous restons à votre entière disposition pour tout renseignement complémentaire.

En vous remerciant pour votre confiance, nous vous adressons, Madame, nos meilleures salutations.

07.03.24

Lieu, Date, Signature client

07.03.24

Clara Berchier
Chiffre de projet

Projet Rebranding

2/2



PV séance 1

Sondage vierge

Chère Mme Schwapp,

Nous vous recontactons suite à notre entretien. Tout d'abord, nous souhaitons vous remercier du temps que vous nous avez consacré.

Lors de cet entretien, nous avons abordé plusieurs points :

- Description de votre entreprise
- Buts et objectifs de l'entreprise
- Organisation du Christmas Festival
- Labélisation
- Hiérarchie de l'entreprise
- Analyse SWOT
- Améliorations
- Quelques chiffres concernant votre entreprise
- Questionnaire

Concernant la suite, les personnes présentes étaient :

- Mme Schwapp
- Clara Berchier
- Gabriel Papaux
- Elio Le Coq
- Lucien Contesse

Par la suite, nous avons parlé plus précisément du questionnaire ainsi que des améliorations à y apporter :

- Question 10 : exemples de thèmes / reformulation pour les thèmes souhaités.
- Question 17 : Création de compte newsletter
- Question 22 : exemples d'activités

Pour finir, nous avons décidé de continuer à travailler en collaboration avec votre entreprise. Merci encore pour notre entrevue et n'hésitez pas à nous contacter pour toutes modifications ou questions.

Bienvenue dans cette enquête sur le Christmas Festival.
CONCOURS POUR LES PERSONNES REpondant AU SONDAGE 3x AFFICHES DE FATAL BAZOUKA EN A0 !
Le Christmas festival, est un festival de musique se déroulant au Paquier dans le canton de Fribourg.
Dans les éditions précédentes il y a déjà eu pour exemple Fatal Bazouka ou encore Mike Williams (a déjà fait la scène principale de Tomorrowland).

Tout d'abord nous souhaitons en apprendre plus sur vous !

Quel âge avez-vous ?

14 et moins 20 et plus

Quel est votre genre ?

- ☐ Homme
☐ Femme
☐ Autre

De quel canton venez-vous ?

Fribourg
Vaud
Neuchâtel
Valais
Autre

Quel est votre situation professionnelle ?

étudiant
salarié
indépendant
sans emploi

Suivant >

Préférences et attentes

Quels types d'événements préférez-vous lors de festivals ?

Concerts
Animations
Expositions
D'autres activités

Préférez-vous des événements en intérieur ou en extérieur ?

- ☐ Intérieur
☐ Extérieur

Quels types de thèmes spéciaux appréciez-vous le plus ? (Overkitch – déguisement -soirée à thème ?)

Tapez votre réponse ici

Quelles sont vos préférences en termes de restauration et de boissons lors d'événements festifs ?

Tapez votre réponse ici

Suivant >



Sondage vierge

Sondage vierge

Place

Le Christmas festival se situe au Paquier dans le canton de Fribourg. Actuellement, il y a des bus navettes mis en place pour aller chercher les jeunes gruériens désirant aller au festival. Plusieurs parking sont également mis en place et les transports commun fribourgeois desservent cet endroit.

Comment voudriez-vous avoir accès au festival ?

Transport en commun
Bus navette
Voiture
Covoiturage

Proposeriez-vous d'autres lieux pour organiser le Christmas Festival ?

Tappez votre texte ici

Suivant >

Goddies

Quels types de goddies ou de produits dérivés seriez-vous intéressé à acheter lors du Christmas Festival, et jusqu'à quel prix seriez-vous prêt à les acheter?

T-shirts
Tasses
Sacs
Autres

Pour l'achat de produits dérivés du Christmas Festival, quel prix seriez-vous prêt à mettre pour un article standard, tel qu'un t-shirt ou une tasse?

5-10chf +40chf

Suivant >

Commentaires et Suggestions

Avez-vous d'autres commentaires ou suggestions ?

Tappez votre texte ici

Quels artistes, activités ou thèmes spécifiques aimeriez-vous voir dans les éditions futures ?

Tappez votre texte ici

Dans les festivals auxquels vous avez déjà participé, quels sont les aspects que vous garderiez ?

Tappez votre texte ici

Quel est votre adresse email afin de participer au tirage au sort !

Tappez votre texte ici

Enregistrer >

Merci énormément pour votre participation au sondage. Vos réponse nous sont précieuses ! Nous vous recontacterons par la suite pour le concours.

Le festival

15. Connaissez-vous déjà le Christmas Festival ?

Oui
Non

Comment avez-vous connu le Christmas Festival ?

Tappez votre texte ici

Sur une échelle de 1 à 10, comment évalueriez-vous la qualité des spectacles proposés lors du Christmas Festival ?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1									10

Quels types d'activités ou d'animations aimeriez-vous voir ajoutées au festival pour améliorer votre expérience ? (Atelier interactif, espace thématique, performances surprises)

Tappez votre texte ici

Quels thèmes spéciaux ou soirées à thèmes avez-vous trouvés les plus attractifs lors des éditions précédentes ?

Tappez votre texte ici

Qu'est-ce qui pourrait être amélioré selon vous ?

Tappez votre texte ici

Suivant >

Prix

Les billets pour accéder au Christmas Festival et écouter les différents artistes se situent au alentours de 25 CHF. A l'intérieur il est possible de consommer des boissons et des food-truck se trouve également à l'extérieur (Ces coûts sont en suppléments)

Pensez-vous que le prix des billets soit raisonnable par rapport à l'expérience globale offerte par le Christmas Festival (25chf) ?

oui
non

Seriez-vous plus enclin à acheter des billets plus tôt si des offres spéciales, des réductions ou des forfaits sont disponibles ?

☐ oui
☐ non

Quel montant dépensez-vous dans ce genre de festival (boissons, nourriture et billet compris avec DJ, artiste...) ?

—

Suivant >



Sondage :	https://sphinxdeclic.com/d/s/hnmchg
Site du Christmas Festival :	https://christmasfestival.ch/
Site concurrent :	https://www.fri-son.ch/fr https://www.in-situ.org/fr/evenement/passage-festival-1
Persona :	https://unsplash.com/fr/photos/chemise-a-manches-longues-femme-en-noir-x0c6vTO5ibA

Mail envoyé pour le sondage

Votre avis compte ! Participez à notre sondage.

GP

Gabriel Papaux
À : CPNV.MEDIA_Students; CPNV.MEDIA-Decanat_Teachers

📧


Répondre

Répondre à tous

Transférer

...

Ven 15/03/2024 08h



TENIR DE GAGNER 3x DES AFFICHES DE FATAL BAZOUKA !!

Salut à toi !

Nous espérons que tu vas bien ! Pour nous, chez l'équipe Reverse, ton expérience est notre priorité absolue ! C'est pourquoi nous te sollicitons aujourd'hui pour recueillir ton précieux avis dans le cadre d'un sondage rapide. Clique sur le lien ci-dessous pour accéder au sondage : <https://sphinxdeclic.com/d/s/hnmchg>

Ta participation nous aidera à mieux comprendre tes attentes et à façonner l'édition à venir du festival pour qu'elle réponde parfaitement à tes souhaits. Nous voulons nous assurer que chaque moment passé au Christmas Festival soit une expérience mémorable et magique pour toi et tes proches.

En répondant à ce sondage, tu auras l'opportunité de partager tes idées, suggestions et préférences, et même de nous aider à choisir les prochains artistes et activités qui feront vibrer le cœur de notre festival.

En guise de remerciement de ta participation, nous organisons également un tirage au sort exclusif où tu pourras gagner l'une des trois affiches A0 de l'artiste vedette de l'année passée, Fatal Bazouka ! 🎨

Ne manque pas cette chance de faire entendre votre voix et de contribuer à créer le festival de tes rêves.

BRAND NEW VISION

BRAND NEW VISION

30

