



**BANDIA SOCIAL CLUB**

باندية صوصيال كلوب



**EL BANDIA  
SOCIAL CLUB**

**LE LABEL**



# **EL BANDIA SOCIAL CLUB**

**Regroupant plusieurs projets, le label BSC étend son influence sur des domaines multiples:**

**Spectacles musicaux - Oeuvres caritatives - Production de talents - Media - Publicité**

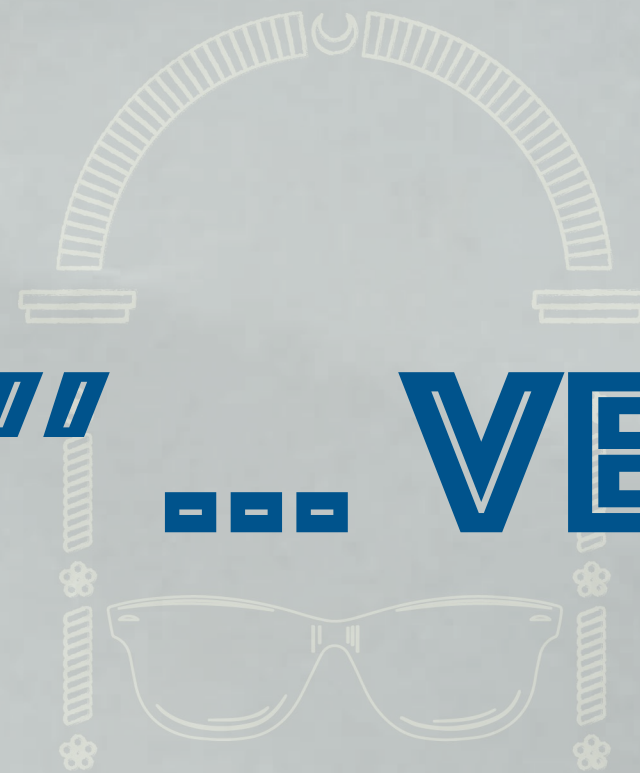


# LE SHOW EL BANDIA

**Les membres d'EL BANDIA étant le noyant, d'autres artistes, chanteurs, comédiens et autres, viendront se greffer aux spectacles, émissions et autres projets artistiques de EL BANDIA SOCIAL CLUB.**



# “L'ENTERTAINMENT” ... VERSION ALGÉRIENNE



BANDIA SOCIAL CLUB

باندية صوصيال كلوب



**Le contexte?**



**Des artistes connus depuis des années.**

**Un univers de spectacle à la recherche de bailleurs de fonds.**

**Un public à la recherche d'espaces de divertissement.**

**Des entreprises prêtes à investir pour étendre leur influence commerciale.**



**Mais avant**



# **LE LABEL EL BANDIA SOCIAL CLUB REFLÈTE**

**Une histoire de musique**

**Une expérience de musiciens**

**Une présence de plus de 20 ans**

**Un réseau d'artistes étendu**

**Un savoir faire**

**Une direction artistique**

**Une identité**



**Mais aussi**



# **UNE FORCE D'INFLUENCE**

**Artistique**

**Commerciale**

**De réseau**



**UN LABEL FORT SUR LE PLAN MARKETING... SANS  
PERDRE L'ÂME ARTISTIQUE .**

BANDIA SOCIAL CLUB

باندية صوصيال كلوب



# OBJECTIFS

**Force de Réseau artistes, public entreprises.**

**Capacité d'influence.**

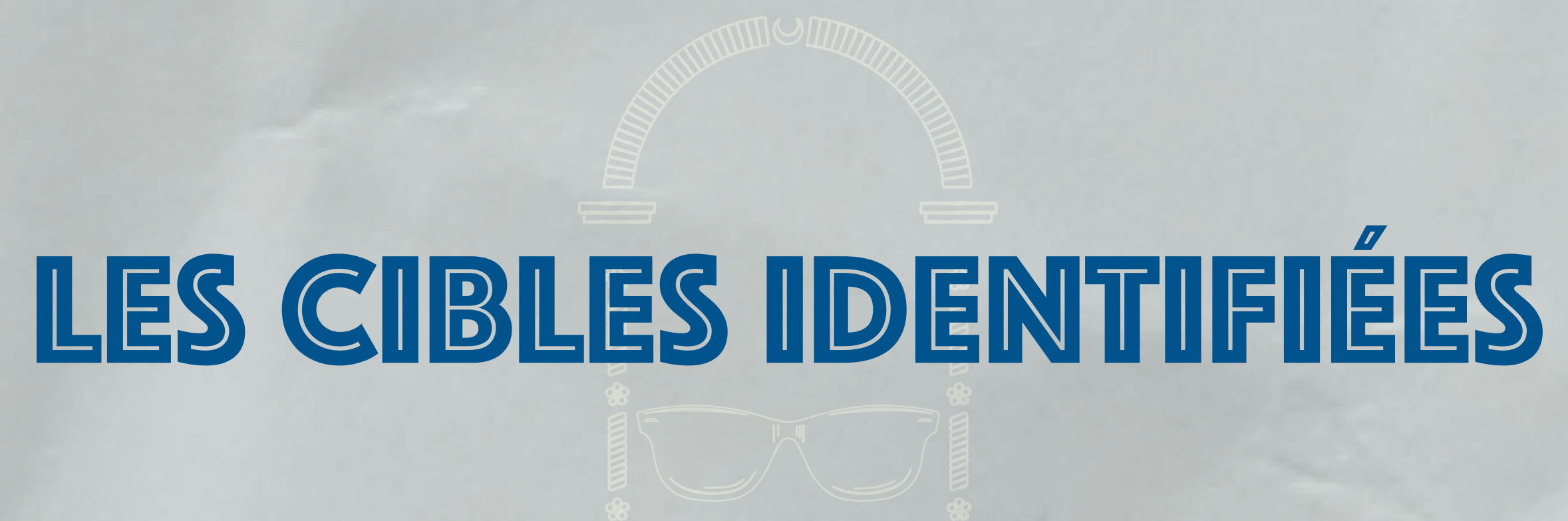
**Dynamisation du milieu artistique**

**Revalorisation de l'environnement et de la force de création artistique.**

**Incitation du monde économique à investir dans le monde artistique.**

**Pérennisation du métier d'artiste.**





# LES CIBLES IDENTIFIÉES

BANDIA SOCIAL CLUB

باندية صوصيال كلوب



**Cible : Oldies 40 ans +**





Ils sont Très attachés aux valeurs familiales, leur objectif est avant tout le bonheur de leur foyer, famille et amis. Conservateurs, modérés parfois, la culture et les traditions locales sont quelque chose sur laquelle ils se reposent. Nostalgiques de la belle époque, ils ont un lien sentimentale avec les marques de leur jeunesse.

L'univers musical des artistes de la formation SBC leur correspond parfaitement puisqu'ils les ont connus, suivis et aimés.

Ils avaient le réflexe de déboursier de l'argent pour la musique qu'ils aimaient, compte tenu de la structure du marché de l'époque (K7 et CD).



**Cible : Gen Y 26-38 ans**





Génération Digital Native, ils ont connu la révolution numérique. Ils ont des caractéristiques sociologiques et comportementales propres, ils accordent une place importante à la flexibilité et on le voit dans les changements qu'ils apportent au monde du travail (startup spirit, freelance) ainsi qu'aux valeurs, c'est une cible qui est attachée à des valeurs d'éthique, d'image environnementales.

Ils connaissent les anciennes références musicales à travers, soit la transmission (parents), soit par un intérêt propre.

Ils n'ont pas forcément le réflexe d'acheter un album, mais sont prêts à suivre leurs artistes sur scène



**Cible : Gen Z 16-25 ans**





Petits frères et sœurs de la GEN Y, c'est une génération Mobile First. Ils ont grandi avec internet, ils sont très curieux et informés.

Ils sont partagés entre leur culture nationale et la culture internationale, ils gardent attaché avec leur traditions et culture locale mais ont adopté les trends internationaux.

Leurs références musicales sont très actualisées, l'accès facile à la musique via le net en Algérie a nourrit l'envie et le réflex d'écouter de la musique gratuitement.



# LES CLIPS RÉALISÉS







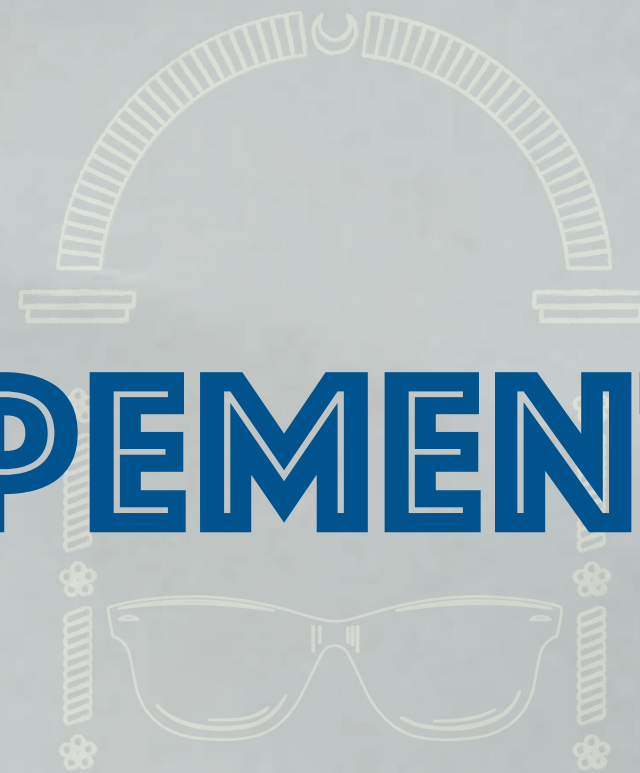
o) – Hakim Salhi – Mohamed Rahali KG2 – Nouredine Allane – Menacer Must







# LE DÉVELOPPEMENT DE L'IMAGE



BANDIA SOCIAL CLUB

باندية صوصيال كلوب



**Communiquer selon les code définie dans la charte.**

**Assurer une présence permanente dans les références musicales actuelles.**

**Donner à cette image du volume et du contenu pour qu'elle puisse générer un bénéfice artistique, émotionnel et économique.**

**Investir les réseaux sociaux en fonction des codes actuels.**

**Enrichir l'univers Instagram et Facebook dont les codes seront unis. Qualifier les posts en fonction des cibles choisis.**

**Plus que de l'information... de l'INFLUENCE.**

**La promotion selon les codes média définis.**



# LES ÉVÉNEMENTS EL BANDIA



BANDIA SOCIAL CLUB

باندية صوصيال كلوب



**Spectacles musicaux de divertissement.**

**Spectacles musicaux de charité.**

**Les émissions télé concept.**

**Les clips.**

**Le documentaire.**

**Les évènements Ad hoc... des concepts artistiques ciblés.**





Ce document et toutes les pièces jointes sont établis à l'intention exclusive de ses destinataires  
Son contenu est la propriété juridique de Stragos Conseil  
Toute reproduction diffusion ou publication, totale ou partielle, est interdite  
sauf autorisation expresse de Stragos Conseil.