Arras Film Festival

CAHIER DES CHARGES

Bridoux Robin, Brianchon Mathis,
Dehas Bylel, Drumez Manon,
Fontaine Nolan, Jasiak Clémentine

arras film FESTIVAL

Sommaire

Les objectifs 3

Cibles 4

Livrables attendus 4

Ressources 5

Contraintes 5

Contexte et présentation du projet

L'Arras Film Festival est un **événement culturel** majeur dans la région Hauts- de-France, reconnu pour sa riche programmation de films européens, ses avant-premières prestigieuses et la présence d'invités d'honneur de renom.

Le festival se déroule du **7 novembre au 16 novembre 2025** et propose une expérience mêlant projections, rencontres, masterclass et événements festifs.

Le projet de communication vise à renforcer la visibilité et l'attractivité du festival auprès des jeunes, en particulier les étudiants de l'Université d'Artois.

Il s'agit d'adapter la communication aux usages numériques et culturels de cette cible, en privilégiant des formats digitaux dynamiques comme Instagram et TikTok, ainsi que des actions directes sur le terrain pour engager la communauté étudiante de manière efficace et attractive.

Les objectifs

- Sensibiliser fortement les étudiants de l'Université d'Artois à l'existence et à la richesse du Arras Film Festival.

- Informer les étudiants sur la disponibilité des places spécialement réservées et récupérables via l'Université d'Artois.

- Inciter ces étudiants à participer activement non seulement aux projections, mais aussi aux masterclass, rencontres avec les invités, ateliers et événements festifs organisés durant le festival.

- Favoriser la fidélisation de ce public en créant un rendez-vous culturel récurrent en phase avec leurs attentes et leurs usages.

- Moderniser l'image du festival par une communication visuelle et digitale adaptée, dynamique et cohérente avec les codes esthétiques et sociaux des jeunes.

- Accroître la visibilité digitale et l'engagement sur les réseaux prioritaires pour cette cible, notamment Instagram et TikTok.

- Encourager et multiplier les interactions avec la communauté à travers des contenus engageants : likes, commentaires, partages, stories et challenges adaptés.

Cibles

Public principal : Étudiants de l'Université d'Artois, présents sur plusieurs campus répartis à Arras, Lens, Béthune, Douai et Liévin. Ils sont habitués aux réseaux sociaux et ont une forte consommation de formats courts sur Instagram et TikTok.

Public secondaire : Les jeunes (étudiants ou non) de la région susceptibles d'être futurs étudiants, ainsi que les jeunes actifs locaux âgés de 18 à 25 ans, en quête de sorties culturelles accessibles et conviviales.

Livrables attendus

- Création d'une identité visuelle digitale jeune, colorée, fun, tout en restant cohérente avec la thématique cinéma et respectant l'ADN du festival.

- Élaboration d'une campagne de communication digitale et physique focalisée sur les événements majeurs du festival : la soirée d'ouverture, la masterclass, la leçon de cinéma, et le village du festival.

- Conception et distribution de supports de communication adaptés sur les campus universitaires (flyers, affiches).

- Gestion et animation des comptes Instagram et TikTok avec des contenus spécifiques et rythmés avant, pendant et après le festival pour maintenir et accroître l'attention de la cible.

- Organisation de rencontres directes avec les étudiants lors des événements pour recueillir leur ressenti et leurs attentes vis-à-vis du festival, micro-trottoir

- Réalisation d'un reportage photo et vidéo (aftermovie) capturant l'ambiance et les temps forts avec les jeunes lors du festival.

Ressources

- **Équipe de communication** : composée d'étudiants, qui apportent créativité et proximité avec le public, et de professionnels du festival, garants de la coordination.

- **Partenaires universitaires** : Services culturels de l'Université d'Artois, associations étudiantes, bureaux des étudiants, responsables des différents campus pour faciliter la diffusion et organiser les actions sur place.

- **Outils et technologies** : Plateformes de gestion des réseaux sociaux (Instagram, TikTok), logiciels de création graphique et montage vidéo, matériel photo/vidéo.

- **Supports de communication** : Charte graphique, logos partenaires, dossiers de presse, contenus existants réutilisables.

Contraintes

- Adaptation des contenus et de l'univers graphique à une cible jeune, en privilégiant un univers coloré et dynamique.

- Gestion attentive des droits d'utilisation liés aux images, vidéos, interviews, en particulier concernant les talents et agents.

- Accessibilité et inclusion : Tenir compte de l'accessibilité des contenus (ex : sous-titres sur vidéos, design lisible) et des actions impliquant la diversité des publics étudiants pour renforcer l'impact social.

- Méfiance sur le contenu publié : éviter tout risque de mauvaise interprétation ou d'atteinte à l'image du festival.

arras film FESTIVAL

VERSION 1

15 septembre 2025