

Cahier de recommandation - Festival Toulon Tout Court

En reprenant les différentes parties de la stratégie de communication évoquées (contexte, objectifs, cibles, analyse concurrentielle, benchmark, SWOT, atouts, image souhaitée...) + positionnement, axes de com et plan d'actions (actions + outil web)

Elaborer une stratégie de communication pour le festival Toulon Tout Court

AUTERI Maël - DOJCIC Maël - LABORDA Matteo - MERCY PEHLIVAN Kenan - MEYER Coralie - VANHILLE Mathieu



1 - Objectifs / Contexte :	3
Contexte :	3
Objectifs :	3
2 - Offre de prestations (Produits + Services) :	3
3 - Les cibles et leur besoins :	4
4 - La concurrence et benchmark :	6
5 - L'analyse SWOT :	8
6- Atouts - élément différenciants :	8
7- Image acquise / Image souhaitée :	9
8- Valeurs :	9
9- Temps forts à venir :	9
10. Positionnement :	9
11. Identité (visuelle et éditoriale) :	9
12. Plan d'actions :	10
13. Les différents outils à déployer :	13
Les réseaux sociaux.....	13
Un site internet.....	13
Médias traditionnels.....	13
Print.....	13
14. Audit comptes sociaux (Toulon Tout Court) + Préconisations.....	13

1 - Objectifs / Contexte :

Contexte :

- Beaucoup de festivals de courts-métrage étudiants existent en France, des fois, leur communication est irréprochable mais il existe aussi certains festivals avec une communication plus délaissée..
- Le festival toulon tout court est un service à but non lucratif, proposant à des jeunes talents du cinéma, de soumettre, un court métrage à un Jury aguerri sur la question, dans le but de se faire repérer par des professionnels, ou de gagner des prix au cours de la soirée de présentation.
- Dans notre cas, la communication du festival de Toulon Tout Court a été un peu délaissée (taux d'engagement réseaux faible), pour cela, nous allons élaborer une stratégie de communication pour Toulon Tout Court, pour pouvoir améliorer le festival.

Objectifs :

- relancer le festival
- Beaucoup de public -> remplir amphi FA 001(~250)
- Beaucoup de participants (+250) : des étudiants qui soumettent leurs courts métrages
- Augmenter la notoriété du festival(réseaux)
- Avoir des partenaires (théâtre/cinéma,région)

2 - Offre de prestations (Produits + Services) :

- Entrée par billetterie (gratuite)
- Diffusion de courts-métrages étudiants
- Vote ouvert au public
- cérémonie remise de prix
- Buffet à la fin de cérémonie
- **Activités ludiques et pédagogiques sur le cinéma (au cours de l'après-midi) :**
 - Atelier de théâtre
 - Atelier de montage vidéo
 - Atelier d'écriture de scénario

- Atelier photo
- Atelier de création sonore
- Atelier de tournage, dans la salle "Fond-Vert"
- **Prix à gagner pour les créateurs :**
 - Rencontre avec professionnels pour le networking et des conseils pour s'améliorer
 - Abonnements/places de cinéma
 - Prix du partenaire
 - 1 an de cinéma pathé (1er prix = prix du public)

3 - Les cibles et leur besoins :

Cibles :

	Cibles	Besoins
Créateurs	- Étudiants : 18-25 ans /sur Toulon et ses alentours/ sexe n'importe/ au moins petit intérêt pour l'audiovisuel	- se faire connaître - se faire repérer
Spectateurs	- Professionnels/amateurs de l'audiovisuel : grand adultes cherchant à voir de nouveaux talents chez les jeunes / ou se divertir - Adultes normaux, voulant se divertir, curieux - Professeurs de l'IUT : Personnes lié à l'organisation qui veut juste venir voir pour se divertir	- S'inspirer pour projets perso. - Networking - Confort - se divertir - découvrir un domaine culturel
Partenaires	- Cinéma (de Toulon et alentours, local) - Auchan ou autre (pour la bouffe)	Se faire connaître et fidéliser des clients
Médias	- France bleu - Région Sud - Réseau Mistral - Journaux (Var matin) - France bleu provence - Mistral FM (radio toulonnaise)	- Contenu pour leur médias

Besoins :

Etudiants participants:

- Gagner de l'expérience
- Se faire repérer par des plus grands
- Se faire connaître
- Networking
- Se divertir et s'inspirer d'autres courts-métrage
- Apprendre techniques de réalisation
- Inspirations pour projets persos
- Confort

Étudiants spectateurs:

- Passer un bon moment
- Confort
- Se divertir
- Bon accueil

Professionnel du milieu:

- Cherche à trouver des talents jeunes
- Qualité des films
- Donner son savoir aux jeunes
- Passer bon moment
- Se divertir

Persona :

- Evan, 21 ans, passionné dans la production audiovisuelle, cherche à participer à des festivals pour s'améliorer et pouvoir se faire connaître. Aime Regarder et Créer des Mini-Films, veut de l'expérience
- Sylvie, 45 ans, spectatrice amatrice de court métrage, à entendue parler du festival grâce au bouche à oreille.
Ne sait pas quoi faire ce jour-là et vient se divertir.
- Mr. Blanc, 54 ans, passionné par l'audiovisuel, fait partie de l'université et veut voir ce que les élèves proposent dans leur projets, est curieux de voir ce qu'ils ont produit.
- Christophe, 47 ans, a réalisé plusieurs courts et longs métrages, expert du milieu de l'audiovisuel

- Médias, viennent assister à la journée de cérémonie, afin de réaliser un article de presse, un talk-show à la radio, un passage au journal local à la télévision
- Partenaires, participent au festival, afin d'augmenter leurs visibilités, soutenir les jeunes talents, futurs professionnels du monde de l'audiovisuel

4 - La concurrence et benchmark :

Quelques concurrents:

- [Festival tous courts](#) , Aix en Provence
- [Cinéma en liberté](#) , Av. de la Tour Royale, 83000 Toulon
- [Premiers regards](#), 63 Rue de Buzenval, 75020 Paris
- [Coté Court](#), 6, rue Jules Auffret - 93500 PANTIN
- [Fncme](#), 50 rue des Tournelles, 75003 Paris

Benchmark:

Tous les festivals de courts métrages en france (concurrents directs) :

- [festival cinema en liberté](#) (infos pas clairement accessibles sur le site Web)

Tous les festivals culturels dans la région (concurrents indirects) :

- Festival de Cannes

	Premiers regards	Coté Court	fncme	Toulon Tout Court
Site Web	→ Infos claires et faciles d'accès ("Accueil", "Newsletter", "Actualités", "Le Festival", "Films Primés", "parkour", "qui sommes-nous?", Contact) → Possibilité de don	→ Belle esthétique de site, plusieurs en page. → On sait directement que c'est relié au film → Menu déroulant avec les infos importantes	→ Site pas esthétique, couleurs qui pètent à l'oeil → Sélection de films	→ Site assez clair où on comprends les infos essentielles → Billetterie en ligne → Onglet ("Festival", "Billetterie", "Contact", "Billetterie")
Réseaux sociaux	→ Facebook : compte actif mais mauvais taux d'engagement → Instagram : compte actif mais peu de taux d'engagement	→ Instagram : taux d'engagement fort → Facebook : taux d'engagement faible → LinkedIn : taux d'engagement moyen → Twitter	→ Instagram: taux d'engagement moyen → Facebook : taux d'engagement faible voir nul → LinkedIn : faible taux d'engagement → TikTok : taux d'engagement moyen	→ Instagram: taux d'engagement très faible → Facebook: Taux d'engagement très faible voir nul → Youtube: inactif depuis 7 ans → LinkedIn :

			(beaucoup de vues mais peu d'abonnés)	taux d'engagement inexistant (pas de post)
Partenaires	Service Étudiant: - Crous Versailles Educations: - Université Paris 8 - Université Nanterre - Université Sorbonne Nouvelle Association Étudiante: - Contribution de Vie Étudiante et de Campus - FNCME - Comité du film ethnographique - Commission d'Aide aux Projets Étudiants	- CNC Aide départemental et régional: - Région Île de France - Seine Saint Denis (le département) - Est Ensemble Grand Paris - Ville de Pantin - Préfet de la Région Île de France	Service Étudiant: - Crous Paris Educations: - Sorbonne Nouvelle - Université Paris 1 Panthéon Sorbonne - Sorbonne Université Entreprises / Diverses: - Caisse d'Épargne Île de France - Lightyshare - La Maison Étudiante - MUBI - Maison du Film - Chez Phiphi Association Étudiante: - Animafac Autre festival du court métrage étudiant: Premiers Regards	(Précédentes Éditions) Educations: - Université de Toulon - IUT MMI Toulon Cinémas: - Pathé Aide locale - Métropole TPM - Réseaux Mistral - Ville de Toulon - Région Sud - Le port des créateurs Entreprises / Diverses: - Auchan - Olydri
	→ Trop chargé, pas très esthétique → reconnaissable	→ Sobre et professionnel → logo simple (juste du texte)	→ Pas de logo marquant et identifiable au festival et trop simple (juste du texte) → Pas de couleurs respectées	→ Logo simple → trop vieux, a refaire

5 - L'analyse SWOT :

S Strengths FORCES	W Weaknesses FAIBLESSES	O Opportunities OPPORTUNITES	T Threats MENACES
=> Ce que votre entreprise fait bien => La valeur ajoutée qui vous différencie des vos concurrents => Les ressources internes (compétences, savoir faire, équipes, ..) => Actifs corporels tels que propriété intellectuelle, capital, technologies propriétaires, etc ...	=> Ce qui manque à votre entreprise => Ce que vos concurrents font mieux que vous => La limitation des ressources => N'avoir qu'une seule offre client	=> Sous-estimation du marché sur des produits spécifiques => Peu de concurrents dans la zone => Croissance des besoins pour vos produits ou services => Bonne couverture presse - médias de votre entreprise	=> Nouveaux concurrents => Durcissement de l'environnement réglementaire => Couverture médiatique négative de la presse - médias => Changement d'attitude des clients envers votre entreprise

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
- diversité des films - tremplin pour jeunes talents, entrée gratuite - Locaux IUT, étudiants en numérique/com : avantage en terme de communication - partenaires comme Pathé - Très accessible	- Que sur Toulon, pas visible autour - Site Web, Newsletter, Notoriété réseaux sociaux - Aucun budget, limitation des places pour le public (dans l'amphi) - Organisation dépend des étudiants et de l'université	- seul festival de court métrage dans la région - Partenariat avec d'autres festivals ou organisations - Possible apparition dans var matin (car déjà apparu en 2017) mais aussi à la radio	- irrégularité des participants créateurs - Image du festival "ennuyante" pour les étudiants avant de venir - Réticence des spectateurs à venir et des participants

6- Atouts - élément différenciants :

Rencontre avec des professionnels, ambiance festive, création à thème varié, inspirer les gens à créer du contenu, récompenser : mettre en lumière les jeunes talents créatifs. Très grande accessibilité, gratuit.

7- Image acquise / Image souhaitée :

Image acquise:

Le festival de court-métrage étudiant Toulon Tout Court possède une image de festival amateur, n'ayant pas une très grande popularité à l'échelle locale / national car il ne possède pas une communication impactante sur les médias traditionnels.

Image souhaitée:

Ce festival souhaite se rendre plus populaire auprès des adultes d'un âge plus avancé, il souhaite agrandir sa popularité auprès de cette cible. Il souhaite également se rendre plus professionnel.

Être un festival avec des valeurs comme : Convivialité, partage, accès à la culture, intéressant.

8- Valeurs :

- Accès facile à la Culture cinématographique
- Créativité / Innovation
- Collaboration : promouvoir l'esprit d'équipe
- Diversité et inclusion dans les courts-métrages

9- Temps forts à venir :

- Lancement de la pub pour le festival
- Ouverture des candidatures
- Ouverture de la billetterie (gratuite)
- Commencement du festival
- Diffusion des courts métrages
- Remise des prix

10. Positionnement :

→ *Pas encore à faire*

11. Identité (visuelle et éditoriale) :

→ *Pas encore à faire*

12. Plan d'actions :

Le but est de recruter une communauté intéressée active pour le festival, le plus gros des spectateurs seront des étudiants, il faut donc mieux cibler les réseaux TikTok et Instagram. On utilisera différents moyens pour attirer des étudiants comme des mails universitaires, un jeu concours et des vidéos sur les réseaux sociaux.

Le deuxième type de public sera plutôt attiré grâce aux pubs radios/Facebook/Journal/Print (on peut aussi attirer des étudiants avec ces moyens)

Pour conserver le public, nous posterons régulièrement des infos sur le festival ainsi que différentes interactions pour garder le public.

Le site internet servira à amener toutes les infos pratiques pour le festival et comprendra tout la bas.

S'appuyer sur les temps forts :

- Ouverture des candidatures
- Ouverture de la billetterie (gratuite)
- Commencement du festival

Site internet:

Doit avoir infos faciles d'accès

MENUS → Participer / Billetterie / Contact / Éditions précédentes (extrait anciens courts métrages)

- Mettre les informations indispensables (date, heure, lieu)
- Faire un site responsive
- Mettre en place de l'interaction avec le visiteur (formulaire, Contact)

Tiktok, Instagram (poster 3/semaine) (format vertical, réel)

- Teaser avec des extraits des éditions précédentes
- Coulisses et préparations du festival
- Appel à l'action : venez participer en tant qu'étudiant fan d'audiovisuel
- Appel à l'action : venez regarder les courts métrages étudiants
- Teaser des courts métrages des précédentes éditions

Instagram (format Posts écrit + image) (2/3 posts par semaine, storys minimum 3 jours dans la semaine)

- Compte à rebours
- Rappel régulier via les story (sondages, quiz...)
- Création de réels
- Contacter des influenceurs pour en faire la promotions (si possible)
- Posts réels (image attrayante + longue description explicative pour garder les abonnés actifs)
- Faire une collab avec la Fedet (association étudiante de Toulon qui a une grande visibilité)

Facebook (poster 2/semaine)

→ Faire plusieurs posts visuels avec la date de la soirée du festival, et une description avec les informations générales de celui-ci, ainsi qu'un lien menant vers le site internet (les publics visés par ce post sont des adultes et des personnes plus âgées = spectateurs lors de la soirée de festival)

Print

→ Faire des Affiches simplement informatives
→ Faire des flyers avec les prix à gagner, la date, le lieu et une direction artistique qui mentionne que c'est un anniversaire

Mailing

→ Récupérer les mails avec un jeu concours pour gagner une carte cinéma 5 films (QR Code à scanner avec formulaire) : coller des affiches dans rues de Toulon et dans les écoles
→ Envoyer sur toutes les adresses universitaires de l'Université de Toulon une explication du Festival et des infos utiles. Envoyer d'autres mails pour exister dans la tête des étudiants (et + de chances de les faire venir). Envoyer un mail de concours également
→ Newsletter régulière afin de donner des informations en plus du festival pour attiser la curiosité et faire des appels à films. (prix à gagner,

Médias

→ Faire un communiqué de presse afin de Paraître dans le journal Var Matin et les relancer pour apparaître
→ Chaîne télévision (France 3, BFM Toulon)
→ A la radio (Mistral FM)

Plan d'actions création de contenu : 6 semaines

	Jour 1	Jour 2	Jour 3
Semaine 1	Vidéo Insta/Tiktok de présentation de la nouvelle édition, avec la date, le lieu, les prix, et mentionné que c'est une édition spéciale: 10 ans, lancement compte à rebours (à épingler)	Post Insta d'appel à spectateurs, petit apport de précision sur les infos	Vidéo Insta/Tiktok de coulisses et de préparation du festival, avec un montage dynamique
Semaine 2	Vidéo informatives sur des techniques cinématographiques (voix off, dynamique)	Sur tous les réseaux , appel à la candidature, avec les prix à gagner et les modalités d'inscription	Vidéo info. différents oscars donnés
Semaine 3	Post : Collab avec la FEDET	Ouverture de la billetterie , avec un post sur tous les réseaux	Vidéo de distributions des flyers, tracts, humoristiques
Semaine 4	Appel à Candidature : relance	Présentation ateliers :	Concept Vidéo : → Comment faire un bon court métrage ?
Semaine 5	Sur tous les réseaux , annonce du jury avec un post	Appel billetterie : relance	Rewind : Gagnant de TTC qui a finit chez Tom et Lola
Semaine 6	Concept Vidéo : Recap de chaque festival pour montrer l'évolution et appuyer sur les 10 ans	Bande annonce avec extrait de plusieurs courts métrage qui ont été envoyés	Sur tous les réseaux rappeler une dernière fois la date, le lieu et l'heure (post + vidéo + story)

13. Les différents outils à déployer :

Les réseaux sociaux

- Instagram, TikTok, Linkedin, X
- Facebook

Un site internet

- Créer un nouveau site internet + nouvelle identité visuelle

Médias traditionnels

- Var matin (*journal, site internet*)
- Var info (*journal*)
- France Bleu Provence (*radio*)
- Mistral FM (*radio*)
- France 3 (*chaîne de TV*)
- BFM TV toulon (*chaîne de TV*)

Print

- Flyers à distribuer
- Affiche à poster proche d'un lieu affluent

14. Audit comptes de réseaux sociaux (Toulon Tout Court) + Préconisations

Instagram :

- 1/ Communauté
- 2/ Engagement : env. 15 likes pour 1000 abonnés ✗
- 3/ Les contenus sont de qualités et respectent une thématique ✓
- 4/ image + texte impactant ✓
- 5/ Les publications sont propres à eux mêmes, il n'y a pas de repartage ✓ Certains posts ne sont pas adaptés à Instagram (tutoriels montage qui aurait plus leur place sur youtube) ✗
- 6/ Posts humanisés par les réels mais mal réalisé -> non dynamiques, blanc, ambiance bizarre, mal fait. ✗
- 7/ Manque de régularité dans les posts (parfois plus d'un mois sans post) ✗
- 8/ Aucune réponse aux (quelques) commentaires. ✗

Facebook :

- 1/ Communauté : ?

- 2/ Engagement : pas de commentaires, très peu de likes pour 658 abonnés ✗
- 3/ Le contenu :
- 4/Visuels : présence d'un texte, vidéo/images en rapport avec le texte
- 5/ Humaniser : ✗
- 6/ Publications : pas de régularité ✗

Youtube : ✗

- 1/ Communauté: Fan de festival et court métrage ?
- 2/Engagement: Moyenne de 302 vues pour 0 commentaires ,3 likes et 17 abonnés ✗
- 3/ Le contenu(thématique: Festival): Présentation du festival avec des interventions pour donner leur ressenti et avis.
- 4/Visuel: Aucune miniature, 2 vidéos ✗
- 5/Publications: Les vidéos ne sont pas propres à cause du manque de miniatures ✗
- 6/Aucune régularité, chaine inactif depuis 7 ans ✗
- 7/ Aucun commentaire, aucune modération possible

Linkedin :

- 1/ ...
- 2/ Engagement: aucun post, aucune publication, 55 abonnés, compte inactif, à propos qui n'est pas mis à jour régulièrement (datant de 2017), incluant la situation géographique (Toulon), le nombre d'employé (de 2 à 10), la date de fondation de l'entreprise (2016)

Préconisations:

- 1/ Poster 3 fois par semaine (photo/vidéo)
- 2/ Faire des posts qui concernent les followers
- 3/ Faire des visuels de qualité en mettant en valeur de belles photos
- 4/ Mettre en scène des participants
- 5/ Être actif pour répondre aux commentaires et aux questions des booktok