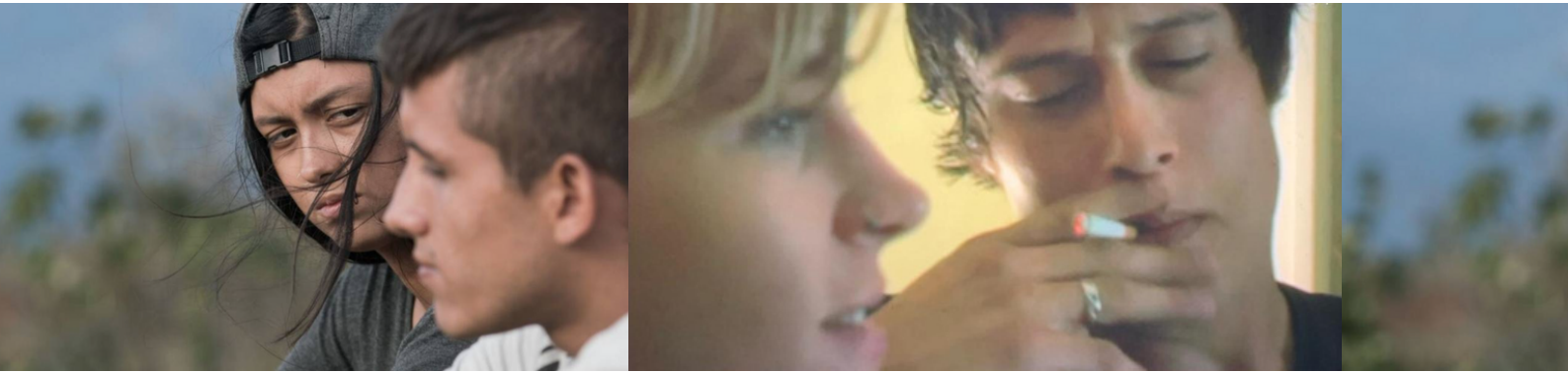


La Jeune Fille et le Musicien



PLAN DE COMMUNICATION



Réalisé par
Laura CASTELAN
Produit par
Khadija Sy (Point E)



Le court-métrage:

La Jeune Fille et le Musicien

“La Jeune Fille et le Musicien” est un court-métrage d’une quinzaine de minutes. Il met en scène Margot, une jeune fille de quinze ans et deux garçons âgés de vingt-et-un ans : Ben, son petit-ami, et Evan, un ami de Ben, malvoyant. Alors que Ben consomme des drogues, Margot et Evan se rencontrent pour la première fois, en l’espace d’un instant.

Le film touche au sujet de la dépendance, évoquant à la fois la dépendance affective et celle relative aux substances addictives. Il raconte une relation entre une fille trop jeune et un jeune homme qui exerce une forte emprise sur elle.

La cible de l’oeuvre

Dans un sens large, le film peut s’adresser à tous. L’histoire de Margot est universelle ; les femmes de tout âge peuvent s’y reconnaître. Toutefois, la stratégie de communication se concentrera sur des cibles spécifiques.

Les jeunes étudiants et, en premier lieu, les étudiantes.

Le film est le résultat d’une prise de conscience post-adolescence. C’est lorsque l’on est plus grande, en études supérieures, que l’on remet en contexte nos amours de lycée. L’objectif du plan de communication est donc de rapporter le film à celles et ceux qui vivent cette prise de conscience.

À travers ce film, nous souhaitons raconter l’expérience étudiante au sein de villes régionales, afin de sortir la représentation des étudiants du cadre parisien, à notre sens trop restrictif. Réciproquement, il s’agit aussi de ramener une histoire de province à Paris. Cette expérience singulière, pourtant partagée par des dizaines de milliers d’étudiants à Paris, doit être portée au public. En effet, nombreux sont les étudiants parisiens ayant grandi et étudié hors de la capitale.



Plan plurimédia

Le plan de communication plurimédia se déploie en deux axes qui mèneront à un même objectif, celui de la bonne diffusion du film auprès de sa cible.

Communication
Digitale

Communication
Hors-Média



Projections du film

Communication Hors-média

L'affichage

Pour tenir compte de la pluralité de formations et de sensibilités qui composent notre équipe, nous souhaitons déployer une campagne d'affichage dans différents campus d'Île-de-France (Université Paris VIII, Cergy...) et de Paris (La Fémis, l'École Normale Supérieure, l'EHESS...). Celles-ci permettront de toucher directement les étudiants et les informer des projections à venir. L'affiche pourra inclure un lien vers le compte Instagram de l'association Point E, qui a pour objet de produire et d'accompagner des oeuvres cinématographiques naissantes.



Communication Hors-média

Campagne de sensibilisation

Les projections du film seront également communiquées auprès de plusieurs associations étudiantes de différentes facultés, notamment d'organisations spécialisées dans la santé mentale et le bien-être des étudiants.

La campagne pourra également impliquer un rapprochement avec “Baisser les barrières”, la section étudiante de l'association apiDV (Accompagner, Promouvoir, Intégrer les Déficients Visuels). En effet, il nous semble évident de partager le film avec tous les partis concernés, en intégrant une version en audiodescription du film.



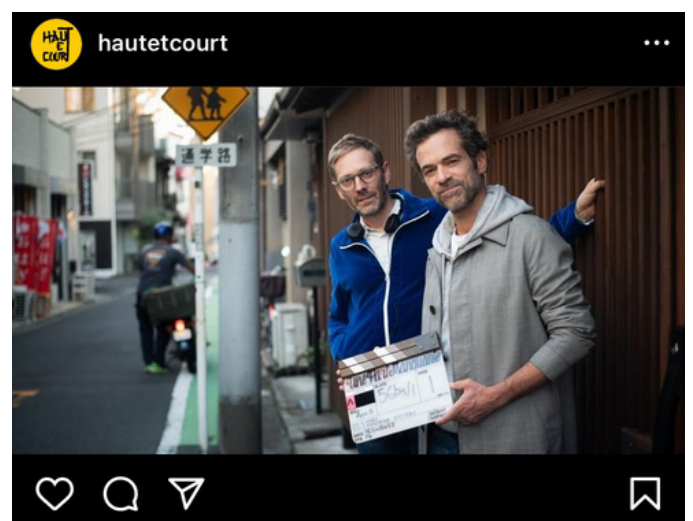
Communication digitale

Afin de mieux toucher les jeunes, la stratégie se déploiera aussi de manière digitale. L'outil d'Instagram a été jugé le plus approprié pour toucher des étudiants avec du contenu photo.

Il sera nécessaire de renforcer la présence de l'association Point E sur Instagram et d'utiliser son compte dans le but de promouvoir le projet et générer du trafic. Le *community management* suivant sera donc développé ainsi :

1- les photos de tournage

La communication débutera avec le tournage cet été. Prises directement sur les lieux de tournage, elles permettront d'alimenter le compte. Elles sont également essentielles pour montrer qui travaille sur le film. Elles mettront en valeur une équipe en grande partie formée d'étudiants.

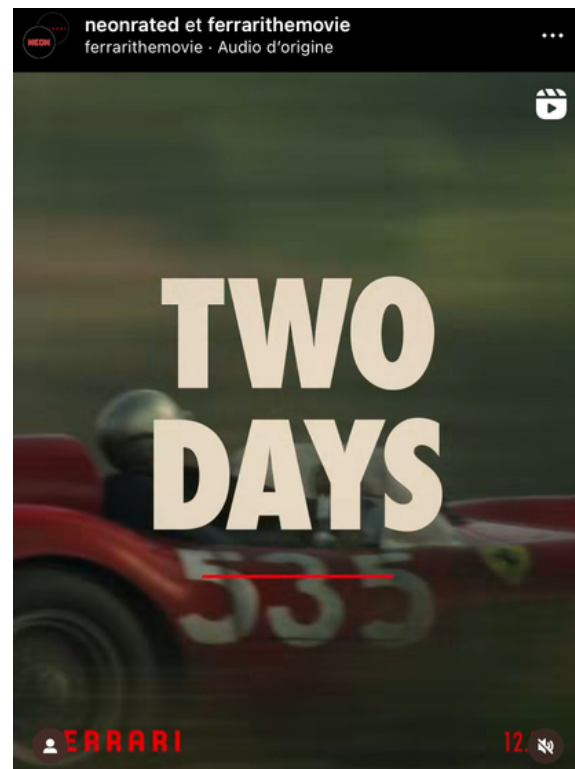
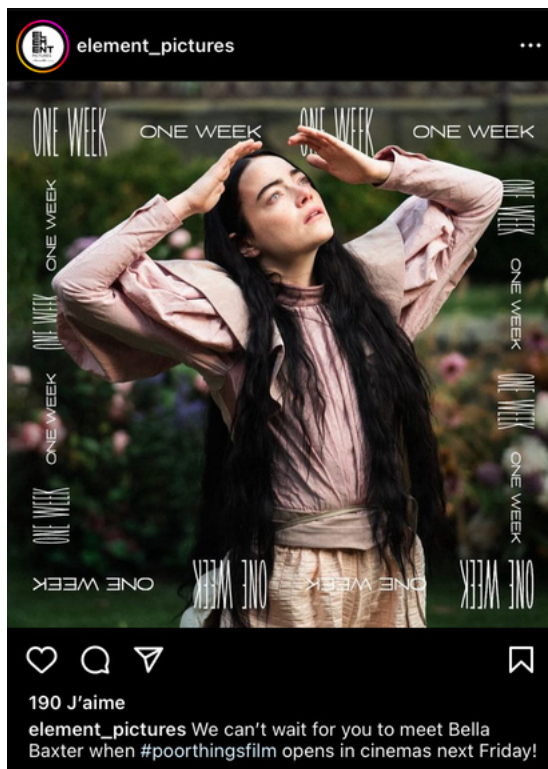




Communication digitale (suite)

2- Décompte à l'approche des projections

Une semaine, deux jours et le matin même des projections, une publication sera diffusée. Celle-ci pourra inclure un court extrait de la bande-annonce, une partie de l'équipe sur le tournage ou l'affiche de la projection.



3- Communication vers des sources pour trouver de l'aide

Au vu de la gravité des sujets abordés, avec notamment celui de la consommation de drogues, le film pourra heurter certaines sensibilités. Il sera donc nécessaire d'utiliser la page afin de communiquer des liens (en story et en publication à la une) vers des organismes qui pourraient aider ceux qui ont besoin.



Les projections

Une projection à La Fémis, dans le 18^e arrondissement de Paris, sera assurée. Une grande partie de la communication se concentrera sur cet événement. Toutefois, afin de toucher une majorité d'étudiants, nous tenterons d'organiser plusieurs autres projections sur divers campus de Paris, grâce aux collaborations avec d'autres associations étudiantes.

Afin de remercier le public et juger les retombées du projet, des communications sur l'événement seront publiées, après son organisation.



Les festivals

Une autre problématique pour un court-métrage est sa diffusion en festival. Certains d'entre eux s'adressent aux étudiants, notamment le festival "Trois jours, c'est Court", à l'Université Paris VIII et le festival Court'Échelle. Faire entrer le film "La Jeune Fille et le Musicien" en festival permettra donc à plus d'étudiants d'y avoir accès.

Toutes les nominations et projections en festival feront l'affaire de leurs propres plans de communication.