

HAVAS PARIS

20 juillet 2021

Havas Paris révèle sa nouvelle campagne pour le pass Culture à l'occasion de sa généralisation à tous les jeunes de 18 ans résidant en France

Pour accompagner sa généralisation à l'ensemble du territoire français, le pass Culture a lancé sa nouvelle campagne publicitaire imaginée par Havas Paris. Elle s'inscrit dans le cadre d'un dispositif global qui inclut également les relations presse et les relations institutionnelles. Promesse de campagne d'Emmanuel Macron, le pass Culture est une application qui attribue 300 euros à tous les jeunes dès le premier jour de leurs 18 ans pour les aider à accéder à des milliers d'offres culturelles.



« Et toi tu vas faire quoi avec ton pass Culture ? »

La campagne de communication a pour ambition de montrer que la richesse de l'offre culturelle proposée par le pass correspond aux goûts éclectiques des jeunes : cinéma, mangas, livres, jeux vidéo, séries, cours de musique, concerts... En matière de culture,

les jeunes sont de véritables touche-à-tout, et le pass s'adapte à leurs pratiques tout en leur ouvrant de nouveaux horizons.

Conçus par Havas Paris, produits par Obvious et réalisés par Yacine Saadi, 4 films mettent en scène des conversations entre deux jeunes de 18 ans dans des scènes du quotidien qui commencent à chaque fois par une question « et toi, tu vas faire quoi avec ton pass Culture ? ». Dans chaque spot, la réponse donne l'occasion aux protagonistes de laisser libre cours à leurs envies, en s'interrogeant sur la façon dont ils pourraient utiliser les 300€ disponibles sur l'application. À travers le logo du pass Culture, symbolisant une fenêtre ouverte sur une série de possibilités, la culture prend littéralement mille et un visages symbolisant les différentes offres et catégories culturelles répertoriées au sein du pass.

Faisant coïncider variété des goûts des jeunes et liberté de choix sur l'appli, la campagne donne ainsi corps à la mission de démocratisation culturelle menée par le pass Culture, tout en répondant aux objectifs de pédagogie et de notoriété auprès de sa jeune cible pour son lancement. Afin de faire pleinement écho au vécu des jeunes, la réalisation s'est par ailleurs attachée à porter une tonalité moderne, réaliste et dynamique, avec des acteurs débutants auxquels l'audience peut pleinement s'identifier. Diffusée en VOL, cette campagne a été également déclinée dans des formats digitaux et dédiés aux réseaux sociaux (page posts, stories). L'ensemble du dispositif média est coordonné par l'agence Repeat.

« Plus que jamais, la culture passe par vous ».

Un second volet de la campagne s'adresse aux acteurs culturels, dont les offres peuvent être référencées sur l'application et achetées par les utilisateurs. Par une campagne presse dans des titres spécialisés, le pass Culture cherche ainsi à inciter les acteurs culturels – directeurs de musées, de salles de spectacles, de librairies, de cinémas, de salles de danse, etc. – à en devenir partenaires, afin que les jeunes puissent découvrir les contenus, pratiques et produits culturels qu'ils proposent grâce au crédit de 300€ disponible sur l'application.

Alors que les lieux de culture ont rouvert, ce dispositif vise à mobiliser les acteurs culturels aux côtés du pass, en célébrant leur rôle au cœur de la vie culturelle française par ce slogan : « Plus que jamais, la culture passe par vous ».

« Il est passionnant de travailler pour un projet comme le pass Culture et de pouvoir ainsi, à notre échelle, les aider à œuvrer pour la démocratisation et la diversification des pratiques culturelles. On a voulu véritablement incarner les attentes des jeunes à cet âge et la réponse parfaitement adaptée que leur apporte le pass Culture, qui devient par-là également l'un des meilleurs alliés du secteur culturel particulièrement frappé par la période difficile que nous avons traversée » explique Christophe Coffre, co-président de Havas Paris en charge de la création.

À propos de Pass Culture

Le pass Culture est une mission de service public portée par le **ministère de la Culture**. Ce dispositif permet aux jeunes d'avoir accès **l'année de leurs 18 ans** à une **application** sur laquelle il dispose de **300€ pendant 24 mois** pour découvrir et réserver selon leurs envies les propositions culturelles de proximité et offres numériques (livres, concerts, théâtres, musées, cours de musique, abonnements numériques, etc.).

À propos d'Havas Paris

Havas Paris est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France. Pour de plus amples informations : www.havasparis.com

Crédits

Agence : Havas Paris

Directeur de la création : Christophe Coffre

Concepteur-Rédacteur : Guillaume Denis

Directeurs Artistiques : Matthieu Hamon et Tom Kaufman

TV Producer : Philippine Domenech

Consultants : Béatrice Speisser, Faustine Roche, Amélie de Bourbon Parme, Margot Desjardin, Clément Reuland, Pascale Vinzant

Production : Obvious

Réalisateur : Yacine Saadi

Producteur : Maximilien Rivolet

Post-prod image & son : HRCLS

Réalisateurs son : Alexis Venot et Wilfried Jourdan

Ingénieur son : Pierre-Emmanuel Lurton

Post-productrice : Mélanie Teixeira

Etalonneur : Thomas Canu

Contact presse Havas Paris

Elisabeth Roy

elisabeth.roy@havas.com / +33158478940

The logo for Havas Paris, featuring the word "HAVAS" in a bold, sans-serif font above the word "PARIS" in a similar font, with the letters "P" and "A" in "PARIS" being significantly larger and overlapping the "V" and "S" of "HAVAS".

HAVAS
PARIS
