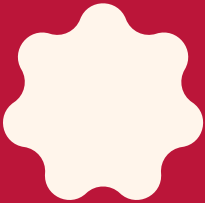


STRATÉGIES DES RÉSEAUX

VERSION 1 | 2025

racines |  **Plonge dans tes racines,
transmet l'avenir.**

SOMMAIRE

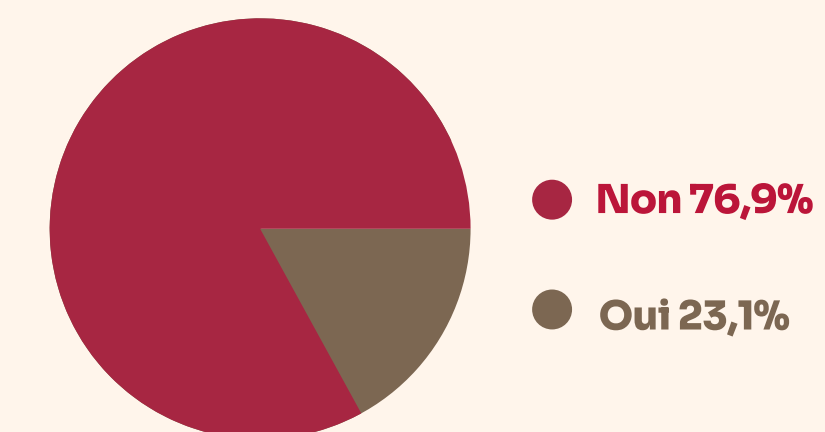
Contexte ▪ P: 4 à 6	Notre campagne ▪ P: 7	Audiences ▪ P: 8 à 9
Ligne éditoriale ▪ P: 10	Référencement ▪ P: 11 à 13	Stratégies ▪ P: 14 à 20
	Posts ▪ P: 21 à 29	

77 % des étudiants à l'IUT de Vélizy, ne savent pas définir spontanément les **Arts et Traditions Populaires**

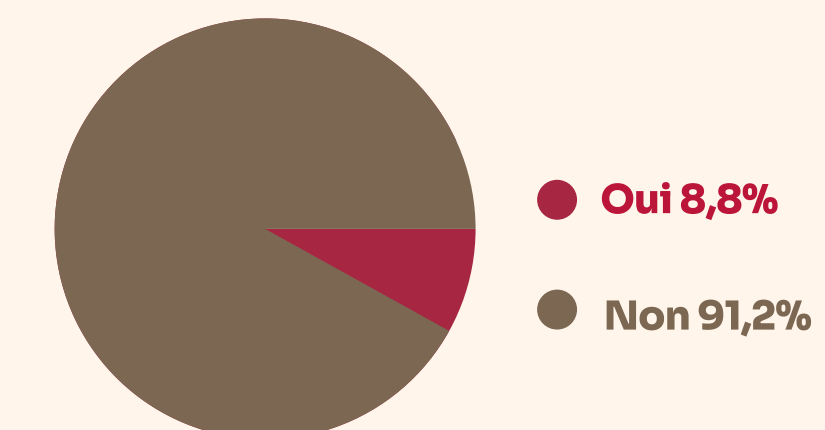


Seulement **6 %** s'imaginent **participer à un événement en lien avec ce domaine.**

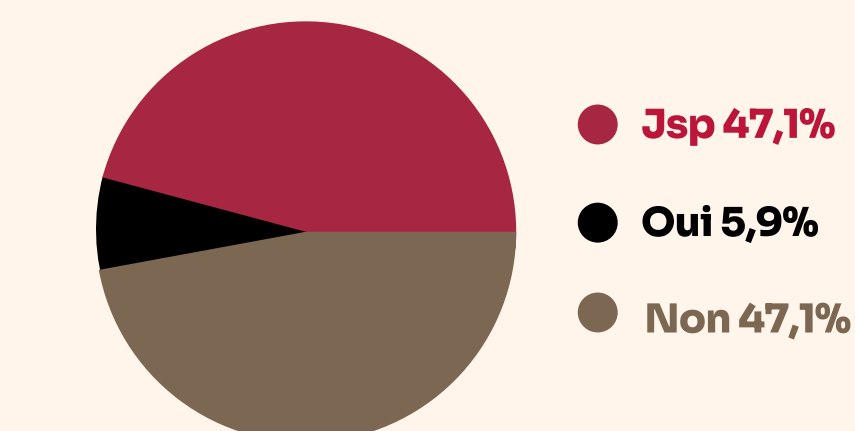
91,2 % des participants **affirment** n'avoir jamais vu de campagne liée à ce thème.



Avez-vous une idée de ce que sont les arts et traditions populaires ?



Avez-vous déjà vu une campagne sur ce sujet ?



Seriez-vous prêt-e à participer à un événement ou une activité en lien ?



34 participants
Lien du sondage

Caractéristiques de la cible

Les **15-25 ans** sont une **génération connectée, mobile, créative** et **sensible** aux **contenus courts et visuels**. Ils **consomment la culture de manière rapide**, souvent **via les réseaux sociaux**.

Ils recherchent des expériences authentiques, mais attendent qu'elles soient adaptées à leurs codes (modernité, numérique, engagement personnel).

Support



Une étude du journal Le Monde montre que 71% des dépenses des jeunes sont concentrées sur les livres, la musique et les films, tandis que les spectacles et les musées sont moins populaires. [Lemonde](#) [Lemonde](#)

Besoins, représentations et tendances

Cette génération exprime un besoin de sens, d'identité et d'ancrage local, mais elle est peu exposée à l'offre culturelle traditionnelle.

Les arts et traditions populaires souffrent d'une image figée, peu visible et peu interactive. Elle est souvent perçue comme dépassée, poussiéreuse, vieillote, ringarde...

La réduction du Pass Culture laisse un vide à combler : c'est l'occasion de réinventer l'accès à la culture par le biais d'activités enracinées dans le territoire, à condition qu'elles soient mises en scène de manière contemporaine et engageante.



Une étude du HADOPI montre que 97% des jeunes consomment la culture numérique, surtout de la musique (87%) et des vidéos (83%).

Contexte

La demande de l'AMF repose sur un constat :

les arts et traditions populaires sont de plus en plus délaissés, notamment par les jeunes de 15 à 25 ans.

Ce désintérêt s'accroît depuis la réduction du Pass Culture, passé de 300 € à 150 €, limitant l'accès des jeunes aux offres culturelles.

L'AMF souhaite inverser cette tendance en rendant cette thématique plus visible, attractive et accessible pour cette génération, en valorisant les initiatives locales comme alternative culturelle de proximité.

Thème

Le thème des arts et traditions populaires regroupe un large éventail de pratiques : **artisanat, musique, danse, gastronomie, fêtes locales...**

Souvent associés à des représentations vieillissantes ou rurales, ces éléments du patrimoine immatériel souffrent d'un manque d'actualisation dans l'imaginaire collectif, notamment auprès des jeunes.



Notre campagne

Notre agence :

racines

Logo de la campagne :



Nom de campagne :

“Plonge dans tes racines,
transmet l’avenir.”

Slogan de la campagne :

“Plonge dans tes racines,
transmet l’avenir.”

Le slogan invite les jeunes à redécouvrir leur héritage culturel non pas comme un poids du passé, mais comme une source d’inspiration vivante à réinventer et à partager à leur manière, avec fierté et créativité.

Signature :

La tradition partout
autour de toi.

Cibles + Personae



Cible principale

Jeunes Français âgé de 15-25ans

Caractéristique :

Peu exposés aux arts et traditions populaires, mais ils concernés par leur transmission.

Connectés, créatifs, sensibles aux formats courts, visuels et interactifs.

Besoin qu'on leur parle avec leurs codes et pas avec un ton institutionnel ou "trop sérieux", "trop chiant".

Présent sur les réseaux comme TikTok, Instagram. Ils consomment du contenu divertissant et échangeant en ligne.



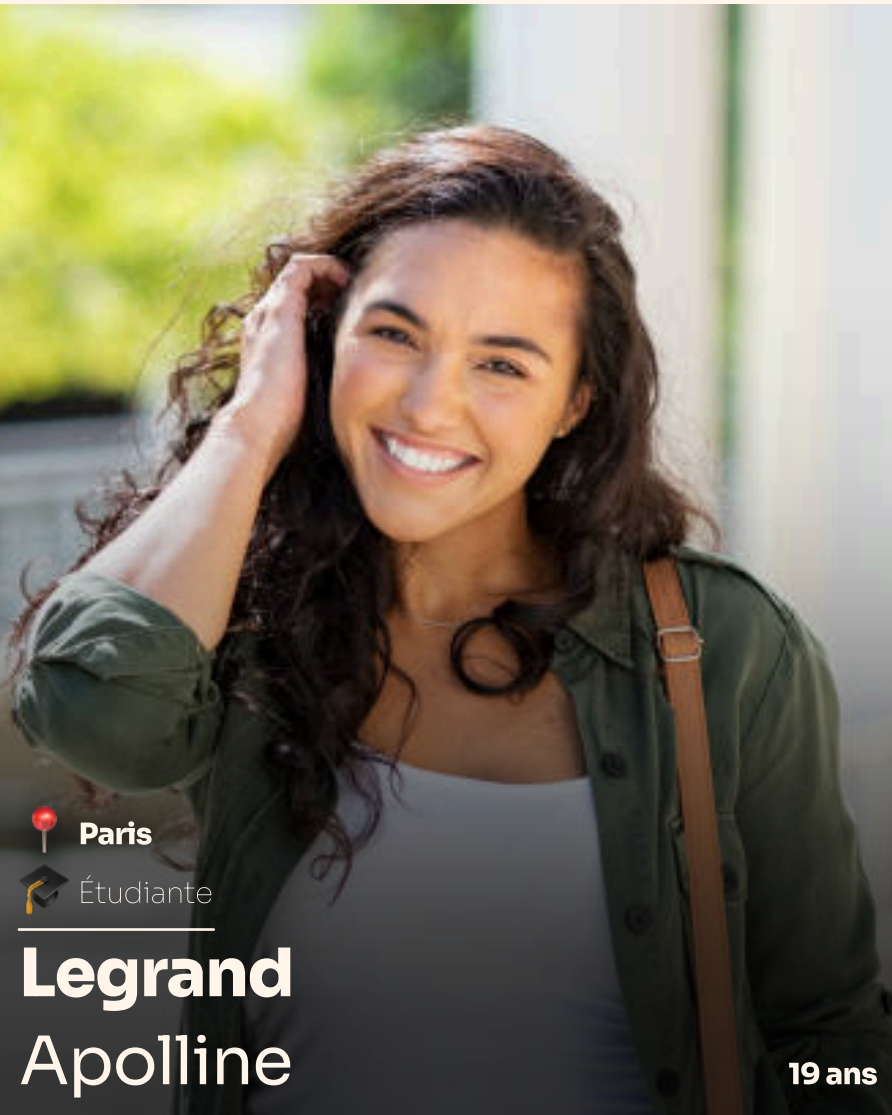
Cible secondaire

Les cibles élargies ont un impact directe ou indirecte à la cible principale :

- Les enseignants
- Les collectivités locales
- Les familles
- Les acteurs culturels

Pas du tout notre prioritaire pour la com'.

Cibles + Personae



“C’est où qu’on trouve les évènements traditionnels ? J’ai l’impression que c’est un secret, tellement je suis jamais au courant.”

Attentes :

Un espace de référence regroupant traditions et activités locales.

Participer à des évènements traditionnels.

Bio

Apolline remarque souvent des évènements étranges dans la rue , elle voit des gens déguisés, qui dansent ou font la fête mais elle ne comprend ni pourquoi ni quand ça a lieu. Elle aimerait être mieux informée sur ces manifestations traditionnelles.

Centres d’intérêts

Musiques

Fêtes

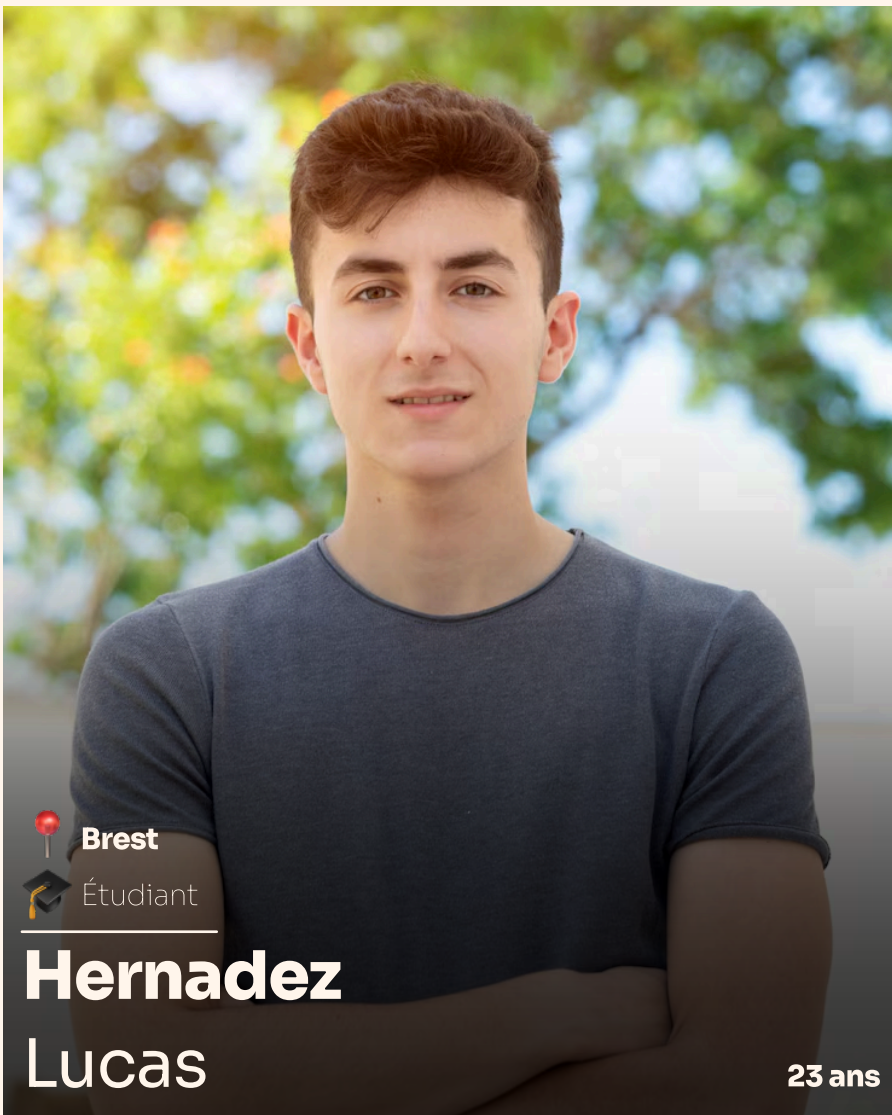
Danse

Découvertes

Objectif :

- Lui faire découvrir des événements traditionnels susceptibles de l’intéresser.
- Utiliser les codes et formats de sa consommation sur les réseaux sociaux.

Réseaux sociaux :



“Mais frère, regarde comment il est sapé... c’est ringard de ouf ! Jamais je pourrais participer à ce genre d’événements... Danser dans la rue là tss...”

Attentes :

Un espace de référence regroupant traditions et activités locales.

Participer à des évènements traditionnels.

Bio

Lucas associe les traditions à quelque chose de ringard. Pour lui, entre les tenues et l’ambiance, ce n’est clairement pas attirant. Il ne se voit pas du tout participer à ce genre d’évènements.

Centres d’intérêts

Jeux vidéo

Rap

Modes

Lifestyle

Objectif :

- Changer son regard en valorisant le style et la créativité autour des traditions, avec des formats modernes et inspirants.

Réseaux sociaux :

Ligne éditoriale

Notre campagne met en lumière la richesse des cultures héritées en les confrontant à la modernité, à travers une approche complice, dynamique et valorisante, qui célèbre les jeunes et leur manière unique de réinventer les traditions.

Thématique

- **Tradition vs modernité** : Explorer comment les jeunes réinventent les codes culturels hérités pour les adapter à leur époque.
- **Transmission culturelle** : Valoriser les savoirs, récits et pratiques transmis entre générations comme levier d'identité.
- **Culture populaire remixée** : Mettre en avant les formes d'expression actuelles qui fusionnent références traditionnelles et influences contemporaines.

Ton

- **Complice** : Créer une relation de proximité avec les jeunes en parlant leur langage et en valorisant leurs codes.
- **Dynamique** : Utiliser un rythme vif, des formats courts et engageants pour capter l'attention.
- **Valorisant** : Mettre en avant les initiatives, talents et identités sans stéréotypes ni condescendance.
- **Jamais moqueur ni institutionnel** : Adopter une posture bienveillante, authentique et accessible, loin des discours formels.

Champ lexical

Pour que la campagne touche la **sensibilité culturelle et identitaire** des 15–25 ans, notre **champ lexical** doit refléter **à la fois les racines et la réinvention**, en restant accessible, inspirant et “jeune-friendly”.

Mots-clés centraux :

Tradition

Culture locale

Intergénération

Transmission

Patrimoine

Modernité

Remix

Fierté

Échange

Argumentation

Le champ lexical de la campagne s’articule autour de mots-clés qui traduisent l’équilibre entre héritage et modernité.

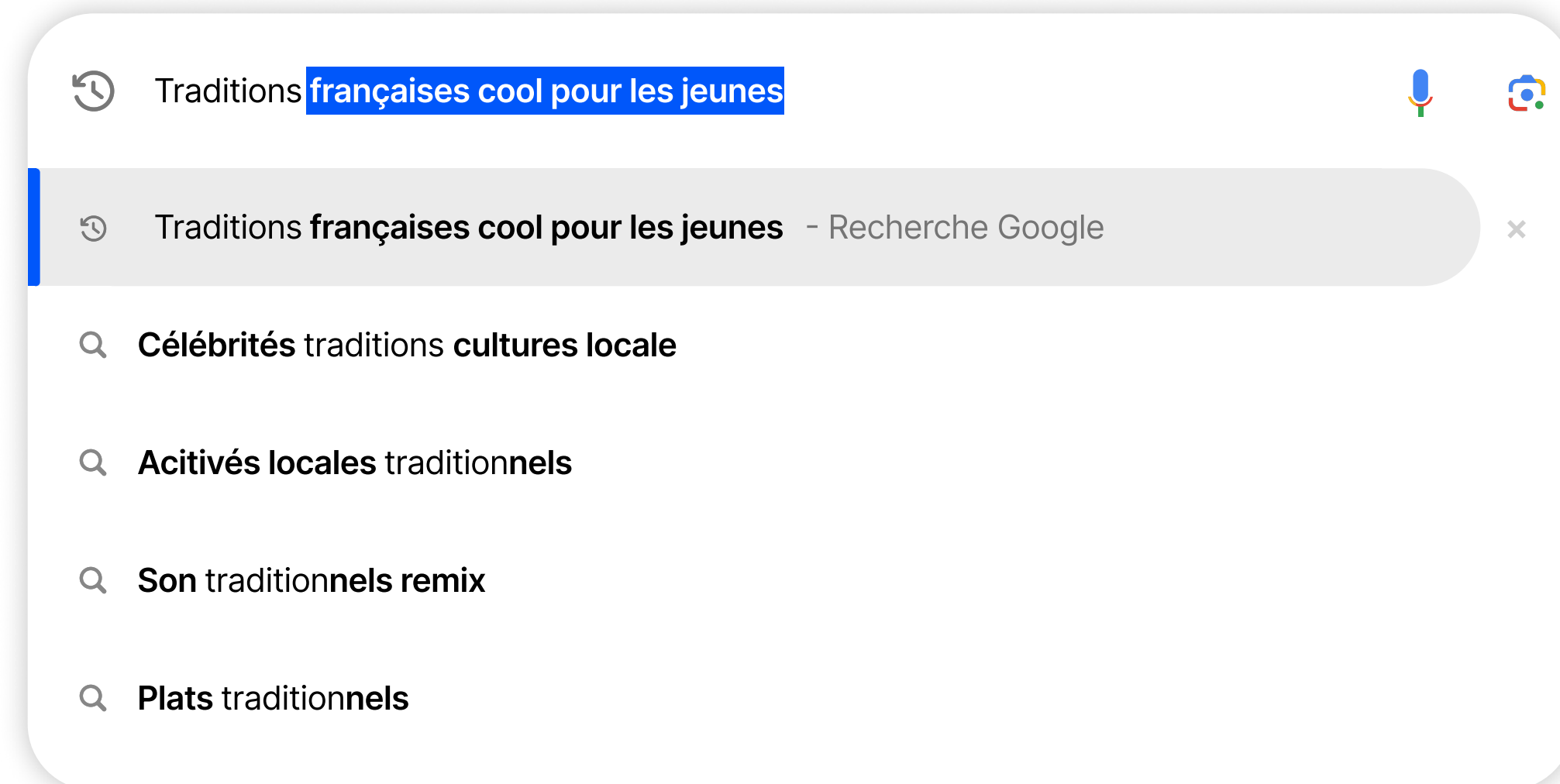
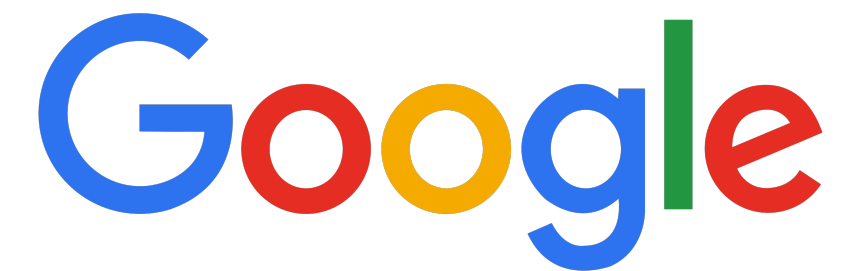
Des termes comme **Tradition**, **Culture locale**, **Patrimoine** et **Transmission** soulignent l’importance de valoriser un héritage souvent oublié ou jugé dépassé, tandis que **Modernité** et **Remix** expriment la volonté de le réinventer avec les codes actuels.

L’axe **Intergénération** et **Échange** met en avant la richesse du lien entre générations, où les savoirs se partagent et se réapproprient.

Enfin, le mot **Fierté** agit comme un moteur émotionnel fort : il s’agit de transformer une culture perçue comme poussiéreuse en source d’identité valorisante et personnelle, pour que chaque jeune puisse dire : “ces traditions sont aussi les miennes”.

SEO

Référencement pour notre site web.



Objectif SEO :

Notre objectif est de :

- Rendre visibles les traditions locales auprès d'un public jeune, via notre site web possédant des contenus optimisés
- Apparaître dans les recherches liées à l'identité, aux racines, au territoire ou à la créativité culturelle
- Rediriger vers nos réseaux sociaux TikTok et Instagram Reels, grâce à l'usage stratégique de mots-clés dans la barre de recherches google
- Attirer les partages, car ces mots résonnent avec des problématiques personnelles (ancrage, fierté, héritage, manque d'accès à la culture)

Argumentation

Dans le cadre de notre stratégie réseaux sociaux, nous avons développé une série de hashtags cohérents avec l’univers de la campagne “Racines”.

Ces hashtags ont pour fonction de structurer les contenus, faciliter leur circulation et encourager la participation des jeunes.

Chaque mot-dièse a été pensé pour correspondre à une **thématique précise** de la campagne : découverte des arts populaires, transmission intergénérationnelle, réappropriation créative, valorisation identitaire.

Ils permettent aussi de créer une identité forte autour du projet, en mêlant **authenticité, créativité** et **viralité**.

Hashtag	Fonction	Justification
#RacinesPop	 Hashtag principal	Fusion de “racines” et “populaire” pour valoriser la culture locale de façon jeune et moderne.
#ArtsPopulaires	 Culture & découverte	Pour les contenus valorisant les pratiques artisanales, les fêtes et savoir-faire locaux.
#TraditionStyle	 Food, mode, lifestyle	Met en avant les réinterprétations modernes (looks, plats, sons) inspirées des traditions.
#ShareTraditions	 Transmission & partage	Pour les échanges intergénérationnels : témoignages, souvenirs, avant/après.
#RemixTesRacines	 Challenge créatif	Invite les jeunes à revisiter une tradition à leur façon (mode, cuisine, musique...).
#FierDeMesRacines	 Identité & fierté	Affirme son identité avec émotion, parfait pour les contenus valorisants et inspirants.

Types de contenus

Affiches



Plusieurs affiches seront publiées, à l'extérieur, sous forme de flyers distribués, ainsi que sur les réseaux sociaux.

Ces affiches inviteront les personnes à consulter notre site web via un QR code, avec un visuel attractif et marquant.

Parfois, elles pourront simplement promouvoir un événement et rediriger vers nos pages sur les réseaux sociaux.

Vidéos

Des vidéos seront diffusées sur nos différents canaux : TikTok, Instagram et notre site web.

Il s'agira de formats courts (shorts, reels et slideshows) et dynamiques abordant plusieurs thèmes autour des arts et traditions populaires : challenges, témoignages de participants à nos événements, vidéos éducatives pour découvrir ces traditions de manière ludique.



Types de contenus

Challenge

Grâce à nos hashtags :

#ShareTraditions

#RemixTesRacines

#FierDeMesRacines

#TraditionStyle

Nous lancerons un challenge par mois, avec une récompense pour le/la gagnant·e qui utilisera l'un de nos hashtags.

Objectifs des hashtags :

#ShareTraditions

Encourager les jeunes à partager les traditions encore vivantes autour d'eux, pour valoriser les cultures locales de manière authentique et personnelle.

#FierDeMesRacines

Dépoussiérer l'image des traditions à travers des contenus ironiques ou humoristiques, comme des vidéos du type « POV : ma grand-mère veut pas évoluer ». Le but est de valoriser ces traditions en jouant avec les clichés.

#RemixTesRacines

Inviter les jeunes à réinventer leurs traditions locales à leur manière : remix, adaptation, réinterprétation... pour rendre les arts et traditions populaires plus modernes et accessibles.

#TraditionStyle

Créer des tenues inspirées des éléments traditionnels (fest-noz, carnaval de Dunkerque, fête de l'Ours, etc.) et les partager en ligne, pour valoriser les cultures régionales à travers la mode.

Matrice de contenu

Plateformes



Site web :

Le site web servira de base d'information plus détaillée, avec :

- des redirections vers des évènements,
- un catalogue où les membres pourront partager leurs contenus liés aux arts et traditions populaires,
- un calendrier interactif pour consulter les fêtes et activités locales à venir.

Ce sera un véritable espace communautaire, pensé pour échanger, participer et découvrir la richesse des traditions. Le site sera régulièrement mis à jour pour rester vivant et pertinent.

Instagram :

Plateforme idéale pour publier des annonces, diffuser des sondages, et favoriser les échanges avec la communauté.

Parfaite pour le partage d'images et de vidéos courtes, elle permet de créer une véritable proximité entre l'agence et sa cible.

Son format visuel, son ton direct et son fort taux d'engagement en font une application fortement recommandée pour toucher les 15-25 ans.

TikTok :

Parfait pour diffuser un contenu accrocheur et dynamique.

Grâce à son format court et son ambiance synthétique, il permet de capter l'attention des jeunes en moins de 10 secondes.

C'est une plateforme idéale pour lancer des challenges, créer de la viralité et rediriger efficacement vers nos autres pages (site ou réseaux sociaux).

Matrice de contenu

Contenus

Affiches :

Elles seront conçues pour être **accrocheuses**, avec des références parfois discrètes ou mystérieuses, qui ne sont pas toujours compréhensibles au premier regard c'est un choix stratégique.

L'objectif est de **susciter la curiosité** et de capter l'attention grâce à une identité graphique forte.

Chaque affiche intégrera un **QR code** et les **réseaux sociaux** uniquement pour **rediriger vers notre site ou nos contenus**, et ainsi créer un pont entre l'affichage et le digital.

Vidéos :

- Feedbacks sur les participations aux différents événements (témoignages, moments forts, réactions).
- Challenges mensuels relayés par la communauté.
- Vidéos "POV..." humoristiques pour détourner les clichés liés aux traditions.
- Promotions d'événements à venir (formats courts, dynamiques et engageants).
- "Le savais-tu ?" : capsules éducatives pour faire découvrir des anecdotes des célébrités aient remixé des traditions locales.

Rythme de publications

Nous serons particulièrement actifs sur les réseaux sociaux afin de rassurer notre cible et montrer que notre page est régulièrement mise à jour.

Un réseau actif renforce la confiance, crée de la proximité et favorise un meilleur taux d'engagement.

Tiktok :

1 vidéo par semaine pour maintenir une fréquence régulière et créer des attentes chez les utilisateurs.

Instagram :

1 post tous les 2 à 3 jours pour assurer une présence continue et renforcer l'aspect communautaire.

Site web :

Une grosse mise à jour chaque 1mois pour ne pas laisser le site pour "mort".

Objectif



Tiktok :

- **Créer de la viralité culturelle** à travers des formats courts et dynamiques (POV, défis, remix).
- **Dépoussiérer l'image des traditions** avec de l'humour, du second degré et du storytelling visuel.
- **Engager la participation** des jeunes via des challenges créatifs autour de la mode, la cuisine, la danse ou la musique traditionnelle remixée.

Instagram :

- **Inspirer et valoriser les traditions locales** à travers des visuels soignés (carrousels, reels, avant/après).
- **Éduquer sans ennuyer**, en racontant les origines des pratiques culturelles de manière accessible (ex. : anecdotes, formats "le savais-tu ?").
- **Créer une communauté fière de ses racines**, en encourageant l'expression personnelle autour du thème #FierDeMesRacines.

Site web :

- **Devenir une plateforme-repère** pour les jeunes curieux de découvrir ou revisiter les traditions locales.
- **Rendre les événements visibles**, géolocalisés et attractifs grâce à une UX pensée pour eux.
- **Créer du lien entre digital et territoire**, en reliant contenus créés sur les réseaux aux événements IRL (ateliers, fêtes locales, etc.).

Messages clés

▪ Redonner du style à la tradition

“Les traditions ne sont pas vieilles. Elles attendent juste qu’on les remix.”

Ce message montre que les traditions ne sont pas figées mais adaptables, cool et stylisables.

▪ S’identifier, se représenter

“Fier·e de mes racines, à ma façon.”

L’objectif est de créer de l’identification avec une culture souvent jugée “ringarde”.

▪ Se réappropriier ses racines

“T’as pas besoin d’aller loin pour découvrir quelque chose de nouveau : regarde autour de toi.”

L’ancrage local devient une expérience culturelle nouvelle pour des jeunes souvent tournés vers l’extérieur.

▪ Créer du nouveau avec de l’ancien

“Rien ne se perd, tout se transforme.”

Slogan implicite, qui incite à faire de la tradition un terrain de jeu créatif (mode, sons, recettes...).

▪ Transmission = fierté

“Cuisiner avec Mamie, danser avec Tonton, créer avec mes potes.”

Le message vise à valoriser la transmission intergénérationnelle sans jamais tomber dans le ton scolaire.

Calendrier prévisionnel

Décembre 1 – 31 (2025)		Calendrier d'un mois type	
▪ Semaine 1		▪ Semaine 2	
Lancement de la campagne		Lancement d'un challenge	
	Vidéo micro-trottoir : questions/ réponses pour lancer la campagne. Vidéo micro-trottoir : questions/ réponses pour lancer la campagne.	Promotion des challenges.	
	Story introductive : sondages sur la thématique. Post présentant les différents hashtags. Story introductive : Quizz + réponses explicatives	Story réaction des vidéos sur réalisé le challenge. pour encourager. Sondages	
	Mise à jour du site : redirection vers un grand événement attractif pour les jeunes + actualisation des activités locales proches des régions.		
▪ Semaine 3		▪ Semaine 4	
Sensibilisation		Résultat des challenges et recap du mois + sondages.	
	Contenu nommé “Le savais tu” : démontrer qu'une pratique qu'on exercer actuellement relève des racines traditionnelles Interview	Compilation des meilleurs participants du challenge Compilations (récap du mois) des personnes aient participé aux évènements présent sur notre site web Si possible interview du gagnant	
	Échange avec notre communauté pour renforcer l'activité Tâter le terrain pour un futur challenge avec un sondage	Feedback du mois à travers une question sur Instagram Après un gros mois il y'aura un appel à l'action	
		Collecte des meilleurs retours sur les participations aux événements et activités traditionnelles, publiés sur notre site web.	

Pour plus de détail : [lien vers notre calendrier notion](#)

Affiches de lancement de campagne





Transforme "ou" en "et"
Plonge dans tes racines, transmet l'avenir.







LA
MARINIÈRE
EN STYLE?
Plonge dans tes racines, transmet l'avenir



Affiches de lancement de campagne



BOURGUIGNON DE GRAND MERE

Plonge dans tes racines, transmet l'avenir



racines

AND-MÈRE BURGER CO.
12 Rue des Traditions, 75000 Paris
04/06/2025 - 19h42
CB ** 1248 Julien / Caisse 3

OMMANDE #0452
Burger Tradition Réinventée
1x Pain Burger
1x Oignons
BOEUF BOURGUIGNON EFFILOCHÉ
1x Fromage affiné
1x Salade fraîche
1x Pain Burger

Message du Chef :
Les doses de tradition sont
Amusez-vous!



Story introductive :
sondages sur la thématique.

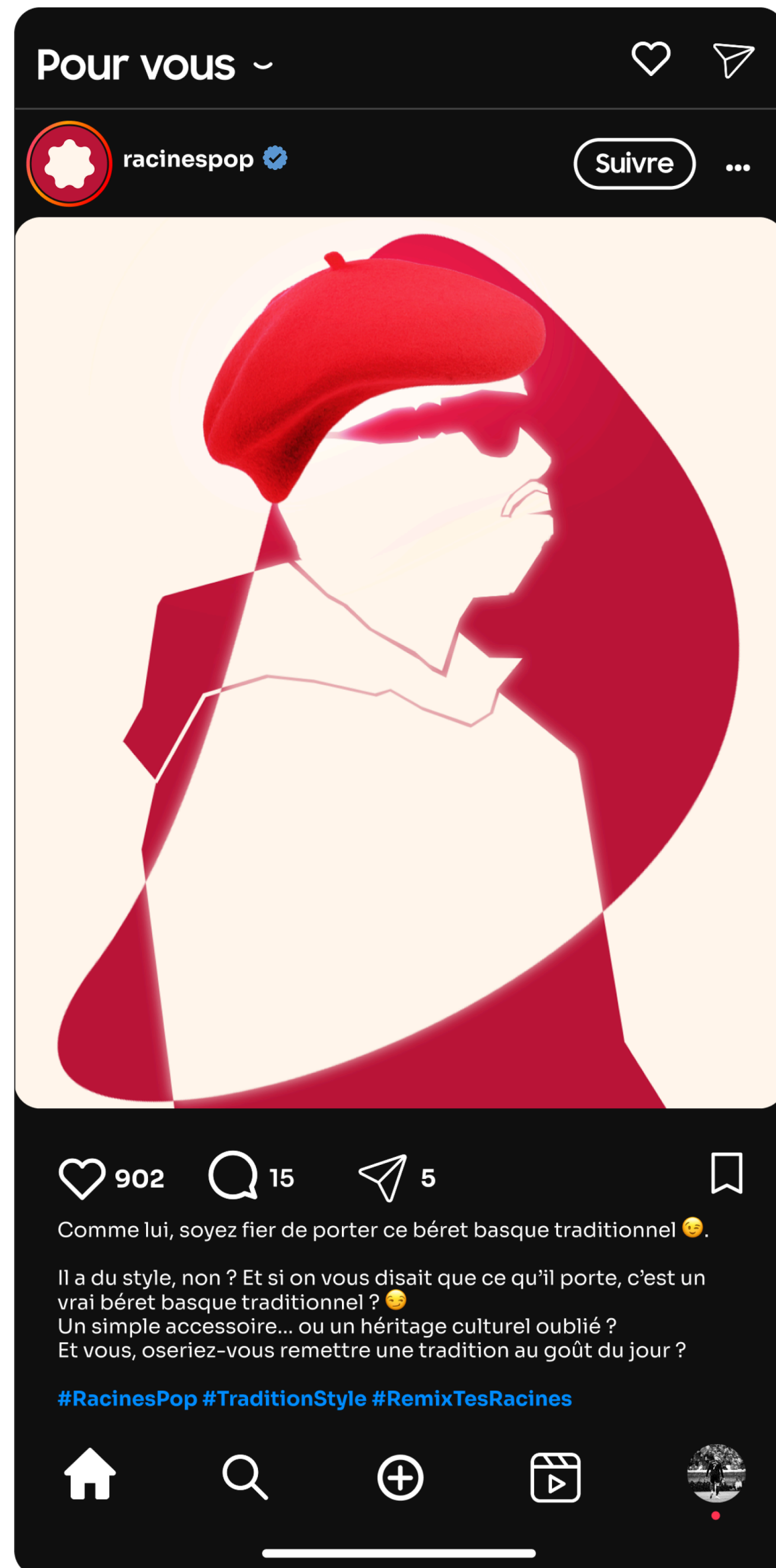
Story :
“Devine l’origine du motif”



Feedback du mois à travers
une question sur Instagram

Story :
“Un évènement local? Une fête
qu’on connaît pas? Raconte.”





Post présentant les différents hashtags.

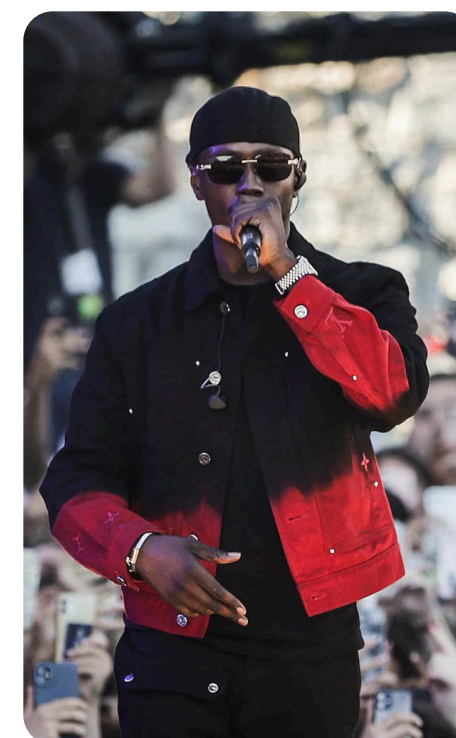
Post :

“Comme lui, soyez fier-e de porter ce béret basque traditionnel 🤔.”

“Il a du style, non ? Et si on vous disait que ce qu’il porte, c’est un vrai béret basque traditionnel ? 🤔

Un simple accessoire... ou un héritage culturel oublié ? Et vous, oseriez-vous remettre une tradition au goût du jour ?

#RacinesPop #TraditionStyle #RemixTesRacines”



Werenoï, un rappeur français très populaire chez les 15–25 ans, **connu pour son style mélodieux, sobre et sa DA reconnaissable : lunettes noires, couvre-chef (béret) souvent présent.**

Son image forte parle directement à notre cible. En le représentant avec un béret basque traditionnel, on crée un décalage visuel intrigant qui pousse à s’interroger :

“Et si cet accessoire stylé était en fait un symbole culturel oublié ?”. **Ce clin d’œil discret reconnecte tradition et culture urbaine, tout en suscitant curiosité et réflexion.**

Objectif :

- Attirer l’attention avec une figure populaire reconnaissable par la cible (**Werenoï**) **on ne l’illustre pas clairement on ne le cite pas non plus mais il reste reconnaissable seulement avec notre style graphique ce qui nous exonère des problèmes juridiques liés aux droits d’auteurs.**
- Créer un **décalage visuel** entre un artiste urbain et un accessoire perçu comme “vieillot”.
- Susciter la **curiosité**, puis **réflexion** : “Est-ce que les traditions seraient plus stylées qu’on ne le pense ?”

Stratégie :

- **Utilisation indirecte** d’une figure influente pour éviter les questions de droits à l’image (**on a fait en sorte de pas représenter clairement l’artiste**).
- **Visuel captivant** laissant une porte ouverte à l’interprétation pour encourager les recherches ou les réactions.
- Préparer le terrain pour les contenus participatifs avec les challenges : tenues remixées, défis visuels, etc.





Mise à jour du site : redirection vers un grand événement attractif pour les jeunes + actualisation des activités locales proches des régions.

Evènements disponibles

[Type d'activités](#) ▾[Régions](#) ▾[Paris](#)[Saint denis](#)[Aregenteuil](#)

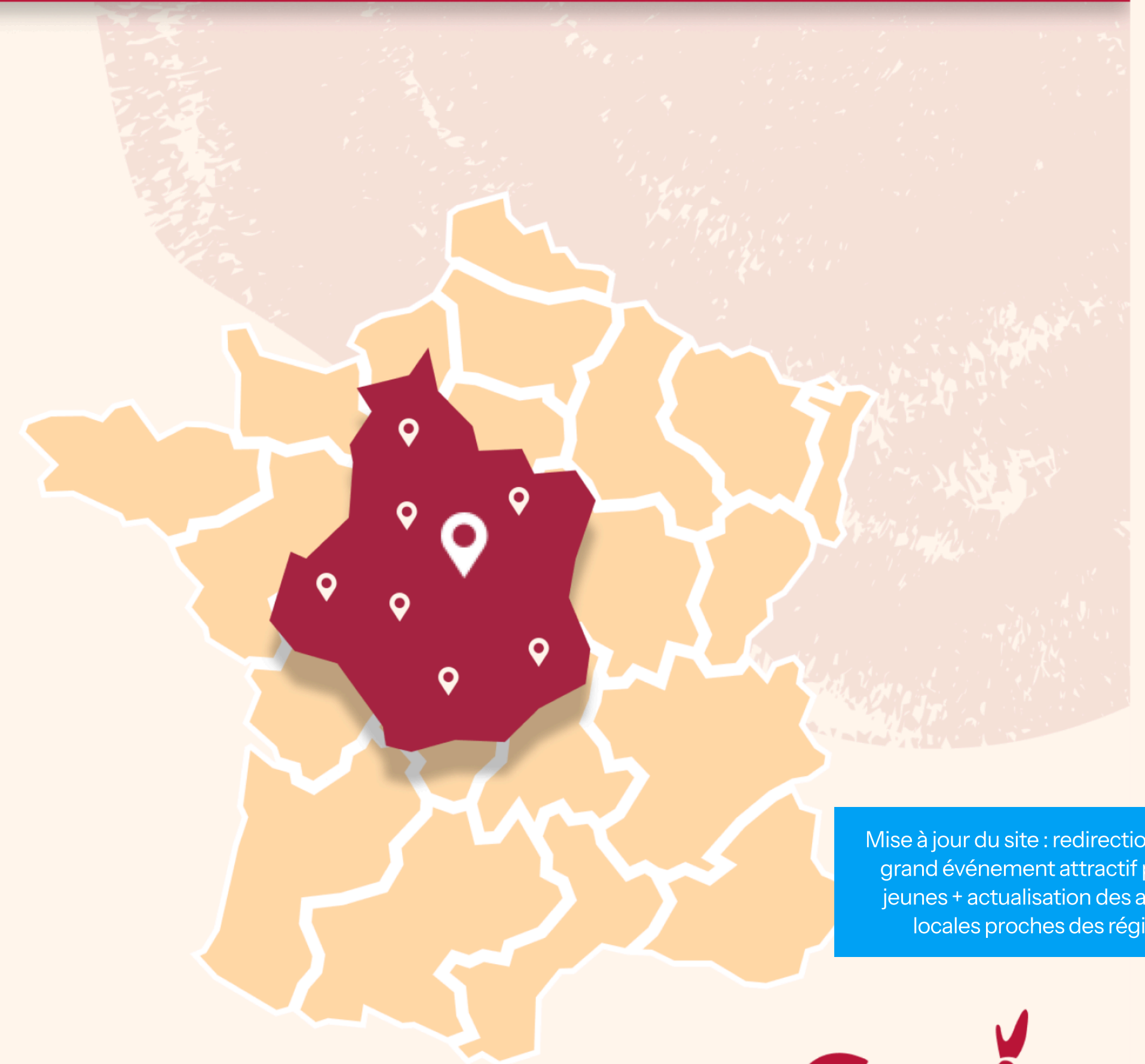
Activité : Festnoz de brest

Date : 24/05/2022

Prix : 0€

Localisation : 11 rue de jsp kw 22900

Organisateur : Lien de leurs siteweb

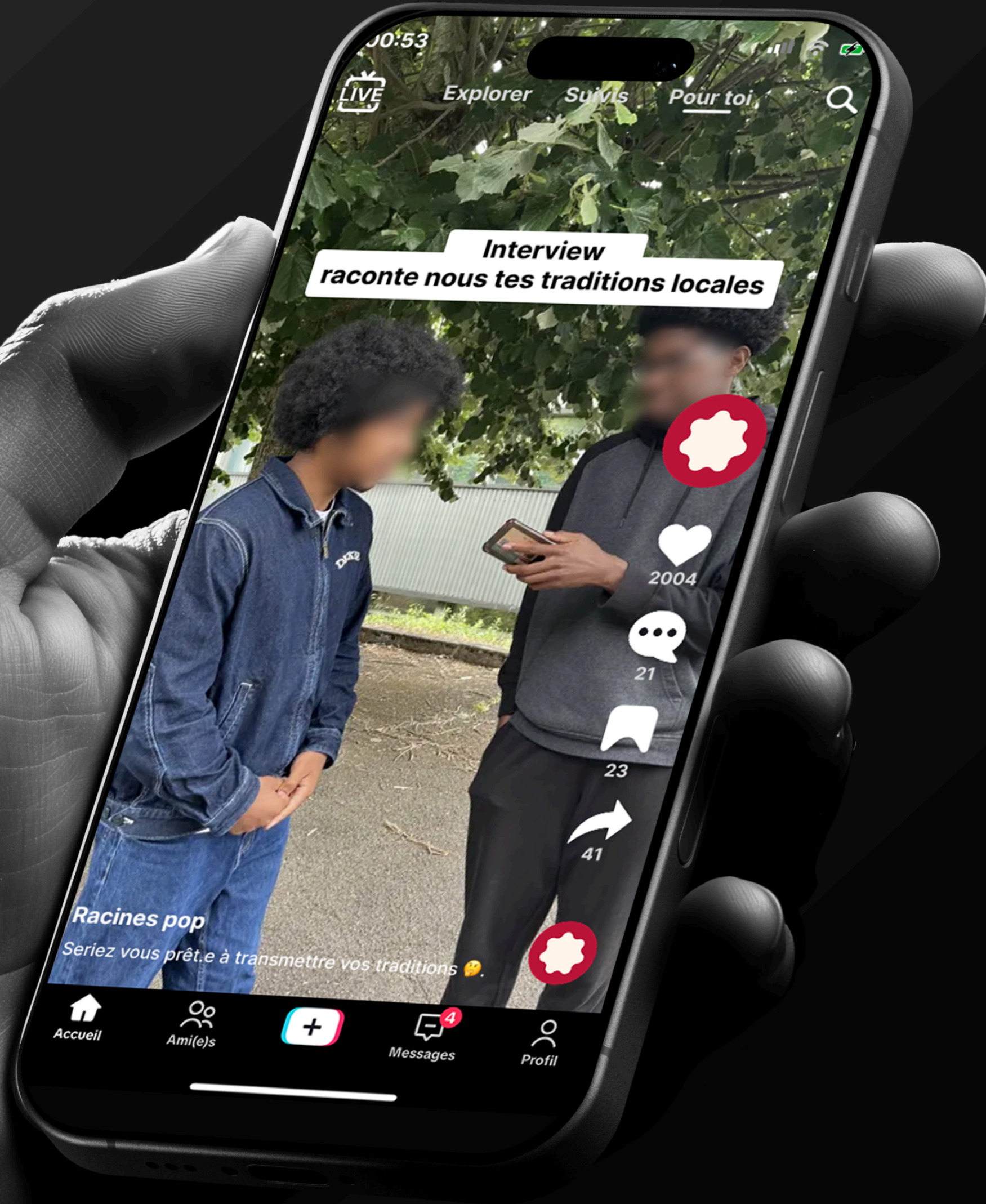


Mise à jour du site : redirection vers un grand événement attractif pour les jeunes + actualisation des activités locales proches des régions.

Bienvenue sur notre carte interactive des traditions des régions de France !



Vidéo micro-trottoir : questions/
réponses pour lancer la campagne.



Appel à l'action

Challenge “#RemixTesRacines”

Concept :

- **Vidéos** des personnes entrain de s'approprier une tradition locale pour la moderniser.

(ici on représente le challenge sous forme de remix d'un t-shirt la marinière)

- **Texte :**

Outfit inspiré des arts et traditions populaires 🧥

Remix tes racines à travers ce collage !

#RemixTesRacines #RacinesPop



Voici un exemple d'un de nos lancement de challenge



Contact



| contact@racines.ralaikoa.com



| <https://racines.ralaikoa.com/index.html>



| 01 39 25 48 33



| 10 Av. de l'Europe, 78140 Vélizy-Villacoublay

racines



@racinespop



@racinespop