

## CATEGORIE : AUDIOVISUELLE

### NOM DE LA CAMPAGNE : « LE NUCLÉAIRE, ÇA TE PARLE ? »

#### Teaser 3NC – Normandie Nucléaire, Nouvelles Compétences

### 1. Contexte et Problématique

#### Le contexte :

**La filière nucléaire normande vit une relance sans précédent :**  
nouvelles centrales, maintenance du parc, innovations et formations. Pourtant, malgré des besoins massifs en recrutement, le secteur souffre encore d'une image datée et de nombreux préjugés, notamment auprès des jeunes générations.

#### La problématique :

Comment **faire changer le regard des jeunes sur la filière nucléaire**, souvent perçue comme vieillissante, complexe ou éloignée de leurs aspirations, alors qu'elle représente aujourd'hui **l'un des premiers viviers d'emplois techniques et scientifiques en Normandie ?**

Comment **redonner du sens et de l'intérêt à l'énergie**, en montrant que **l'électricité, sa production et ses métiers** sont au cœur des grands défis environnementaux à venir ?

### 2. Objectifs et cibles

#### Les Objectifs :

1. **Renforcer l'attractivité de la filière nucléaire** auprès des jeunes génération ;
2. **Montrer que le nucléaire sert à tous**, au quotidien, qu'il alimente nos gestes les plus simples comme nos usages les plus essentiels ;
3. **Casser les idées reçues** et **redonner de la fierté** à un secteur souvent méconnu ou mal perçu ;
4. **Créer un lien émotionnel** entre les jeunes et un univers professionnel porteur de sens et de débouchés ;
5. **Encourager les vocations** et les choix d'orientation tout en **favorisant la mixité**, vers les formations et métiers du nucléaire en Normandie.

#### Les cibles :

- Cible prioritaire : jeunes de 15-25 ans  
> orientation, apprentissage, insertion
- Cibles secondaires : prescripteurs  
> parents, enseignants, conseillers orientation

**L'enjeu : redonner de la désirabilité à ce secteur stratégique pour la transition énergétique, en parlant le langage, en adoptant les codes, les rythmes et les références culturelles des jeunes.**



### 3. Concept créatif et narration

**Titre du film : *Le nucléaire, ça te parle ?***

**Durée : 1,10'**

Ce film s'appuie sur un **effet de surprise** pour déconstruire les clichés liés au nucléaire et révéler son rôle essentiel dans nos vies quotidiennes.

Avec une **mise en scène jeune, pop et immersive**, il mêle humour, rythme et fierté territoriale pour capter l'attention dès les premières secondes.

Le ton, spontané et sincère, reprend les **codes visuels des plateformes sociales** : jump cuts, caméra embarquée, transitions dynamiques et narration à la première personne. Au cœur du film, **un personnage accessible et attachant**, Mathis, incarne une génération curieuse, connectée et en quête de sens.

Ce teaser propose une **nouvelle ligne audiovisuelle** pour parler industrie : il rend désirable une filière technique, crée une connexion émotionnelle avec les jeunes et transforme le nucléaire en **énergie du quotidien et d'avenir**.

### 4. Informations pratiques

- **Annonceur** : Agence Régionale de l'Orientation et des Métiers de Normandie
- **Prestataire agence** : Nautile Production
- **Période** : Septembre/octobre 2025

**BUDGET : 72 509,40 €**

**Conception : 17 700,00 €**

**Diffusion cinéma : 54 509,40 €**

**Posts sponsorisés : 300,00 €**

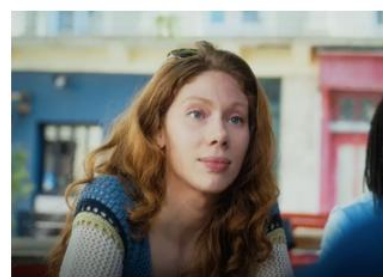
### 5. Stratégie et plan de diffusion

La diffusion du teaser 3NC a reposé sur une **campagne digitale multicanale** associée à la mobilisation de l'ensemble du **réseau régional de la filière**.

- **Mailing partenaires** : envoi du teaser et du lien de redirection vers la plateforme métiers.
- **LinkedIn** : publication native du film
- **Site internet 3NC** : mise en avant du teaser en page d'accueil avec un call-to-action vers les formations.
- **Cinéma** : diffusion en salles sur le territoire normand.
- **TikTok & Instagram** : diffusion du teaser, versions sous-titrées pour maximiser l'engagement.

**Formats déclinés : vidéo 16:9, cut 30', extraits réels.**

**Relais institutionnels : Région Normandie, Rectorat, Université des métiers du nucléaire, UIMM, CNAM, EDF, Orano, Pôle Emploi.**



## 6. Résultats et impact

### Cinéma

250 975 entrées  
189 salles

### LinkedIn

2 079 impressions  
5% taux de clics

### YouTube

148 vues  
Rétention finale : 25%

### Tik Tok

234 928  
impressions

### Instagram

1 211 impressions  
33 interactions

### Site internet

4 340 visiteurs

### Newsletter

8,9% de clics

### Partenaires

136 partenaires  
touchés

Les premiers indicateurs témoignent d'un **réel impact de la campagne**, à la fois en visibilité et en engagement :

- **+48 % de visiteurs** sur le site *metiersdavenir-nucleaire-normandie.fr* entre septembre et octobre 2025 ;
- **+113 % de followers sur TikTok**, un compte récemment créé, avec une stratégie en cours de déploiement ;
- **Des partenaires** qui ont salué la qualité du film et la justesse de son ton.

Au-delà des chiffres, le teaser a marqué par son **approche rafraîchissante et sincère** :

- Un **film incarné, positif et accessible**, loin des codes institutionnels ;
- Une **mise en scène dynamique**, inspirée des formats web et clips musicaux ;
- Une **écriture claire et pédagogique**, qui parle d'énergie sans technicité excessive ;
- Une **production 100 % normande**, mettant en lumière le savoir-faire audiovisuel régional.

### Pour aller plus loin :

- [Vidéo](#)
- [Site internet](#)
- [Compte LinkedIn](#)
- [Catalogue des formations](#)