



**Groupe Saint Joseph
La Salle Troyes**

Frères des Écoles Chrésiennes

COLLIN Mathilde

BTS COMMUNICATION

PASSEPORT PROFESSIONNEL

**E6 PROJET ET PRATIQUES
DE LA COMMUNICATION**

SESSION 2022



campus
La Salle

www.campus.lasallefrance.fr

BTS Communication
Session 2022



Projet et pratiques
de la communication

E6

Collin Mathilde

SOMMAIRE

FICHE PROJET

- * La fiche projet 3
- * Tableau récapitulatif des annexes 4

FICHES CERISE

- * Tableau récapitulatif des fiches 9
- * Fiches cerise 10

Sit 1.1.1 Prise en main du dossier de l'annonceur

C11.1 : S'approprier la demande de l'annonceur 13

Sit 1.1.2 Proposition de solutions

C11.2 : Identifier les solutions à mettre en œuvre dans le projet 15

C11.3 : Préparer le cahier des charges du projet 17

Sit 1.1.3 : Réalisation et suivi du projet

C12.2 : Assurer la coordination des actions, leur suivi et leur contrôle 18

Sit 1.2.1 : Élaboration et diffusion d'éléments techniques

C13.1 : Préparer et acheminer les documents techniques 20

Sit 1.3.1 Élaboration de messages

C14.1 : Participer à l'élaboration du message 22

Sit 1.3.2 Élaboration de maquettes

C14.2 : Élaborer les documents porteurs du message 24

Sit 1.3.3 Mise en œuvre et suivi d'une production

C14.3 : Assurer le suivi de la production 26

Sit 3.1.2 Création de liens permanents à des sources d'informations

C31.4 : Rechercher et sélectionner des sources 28

Sit 3.3.1 : Mise à jour d'une base d'informations

C33.1 : Sélectionner des informations 30

C33.2 : Actualiser une base d'informations 32

Sit 3.4.2 : Contribution à la sécurité d'un système d'information

C34.2 : Participer à la sécurité d'un système d'information 34

ANNEXES

C11.1 : S'approprier la demande de l'annonceur

1.1.1 Le Brief de l'annonceur 38

1.2.1-1.2.6 La veille documentaire de l'association AGORAé 39

1.3.1 Benchmark non concurrentiel des associations de l'Aube 45

1.4.1-1.4.3 Le SWOT de l'AGORAé 46

1.5.1 La problématique 49

1.6.1-1.6.4 La stratégie de communication 50

C11.2 : Identifier les solutions à mettre en œuvre dans le projet

2.1.1-2.1.2 Recherche des solutions de communication 55

2.2.1-2.2.6 Justification des solutions de communication 57

2.3.1-2.3.3 Médiaplanning du projet 63

2.4.1-2.4.3 Vidéo diaporama de présentation des solutions 66

2.5.1 Echange de mails 69

SOMMAIRE

C11.3 : Préparer le cahier des charges du projet	70
3.1.1-3.1.10 Cahier des charges mis en forme	71
C12.2 : Assurer la coordination des actions, leur suivi et leur contrôle	81
4.1.1-4.1.2 Rétroplanning du projet	82
4.2.1-4.2.1 Document récapitulatif de toutes les prises de contact/devis	84
4.3.1-4.3.3 Document de droit des solutions de communication	86
4.4.1 Base de données et suivi des établissements	89
4.5.1-4.5.6 Document regroupant les Trello et captures d'écrans	90
C13.1 : Préparer et acheminer les documents techniques	96
5.1.1-5.1.4 Document sur les formats numériques	97
5.2.1-5.2.3 Document sur les normes à respecter	101
5.3.1-5.3.17 Document technique : la charte graphique	104
5.4.1 Fiche de fabrication d'une solution de communication Print	121
C14.1 : Participer à l'élaboration du message	122
6.1.1 La copy stratégie	123
6.2.1 Banque d'images interne	124
6.3.1-6.3.2 Les deux Moodboards	125
6.4.1-6.4.2 Reprise d'un visuel et analyse	127
C14.2 : Élaborer les documents porteurs du message	129
7.1.1-7.1.5 Tous les brouillons des solutions porteur du message	130
7.2.1-7.2.5 Les solutions de communication	135
7.3.1-7.3.2 Tableau récapitulatif des logiciels utilisés	140
7.4.1-7.4.4 Base de données et suivi des prestataires	142
C14.3 : Assurer le suivi de la production	146
8.1.1-8.1.4 Document d'éventuels ajustements	147
8.2.1-8.2.2 Chercher et choisir un prestataire	151
8.3.1-8.3.4 Document de demande, réception et relance des devis	153
8.4.1-8.4.3 Echange avec le prestataire et le bon pour accord	157
8.5.1-8.5.2 Planning final	160
8.6.1-8.6.2 Bilan de qualité	162
C31.4 : Rechercher et sélectionner des sources	164
9.1.1 Création d'un profil Instagram	165
9.2.1-9.2.2 Tableau récapitulatif des Newsletters et captures d'écrans	166
9.3.1-9.3.2 Inscription à Netvibes et les différents flux	168
9.4.1-9.4.4 Document sur la fiabilité des sources	170
9.5.1 Transmission de tout le projet sur Drive	174
C33.1 : Sélectionner des informations	175
10.1.1-10.1.3 Demande et analyse de la base de données	176
10.2.1 Base de données initiales des établissements supérieurs de Troyes	179
C33.2 : Actualiser une base d'informations	180
11.1.1-11.1.3 Copie et actualisation avant/après de la base de données	181
11.2.1-11.2.2 Document de justification	184
11.3.1-11.3.2 Les utilisateurs concernés par la base de données ont été informés	186
C34.2 : Participer à la sécurité d'un système d'information	188
12.1.1-12.1.2 La sécurité de l'information ANSSI	189
12.2.1 Création d'un mot de passe	191

ATTESTATIONS

* Premier stage	193
* Deuxième stage	195



Fiche Projet

Fiche Projet

BTS COMMUNICATION Fiche projet de communication Développer l'association AGORAé, une association pour étudiants	
E6 - PROJET ET PRATIQUES DE LA COMMUNICATION	Session 2022
PARTENAIRE	
NOM de l'organisation : Association AGORAé	Service : Communication
Activité : Association caritative	Adresse : 1 rue de Jargondis 10000 Troyes
DATES DU PROJET : 10/05/2021 - 17/12/2021	DURÉE DU PROJET: 31 semaines
DESCRIPTION DU PROJET :	
<p>L'association AGORAé située à Troyes dans l'Aube est un projet de la Fédération des Associations Générales Etudiantes (FAGE). Elle est également affiliée à la fédération des étudiants de Troyes qui est un projet de Campus3. L'association a vu le jour en 2018 au centre-ville, rue de Jargondis, afin d'être un lieu d'entraide, de partage, de convivialité pour les étudiants. En 2021, l'association a acquis un deuxième emplacement qui est partagé avec Campus3 proche de l'UTT/IUT. L'association est la première et seule épicerie sociale et solidaire étudiante à Troyes. Elle permet d'avoir une épicerie accessible sur critères sociaux avec un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs et une imprimante. La particularité de cette association est le fait qu'elle soit dirigée exclusivement par des étudiants et pour les étudiants. Pour le bureau, l'équipe se compose d'une dizaine d'entre eux, toutes sections confondues. Trois volontaires en service civique et de multiples bénévoles renforcent les membres de l'association.</p> <p>Monsieur Dumonet, le chargé de communication de l'association m'a contacté avec l'ancienne directrice afin de me proposer un stage. Durant un entretien en visioconférence, ils m'ont exposé leurs besoins de faire évoluer la visibilité et la renommée de l'association en incluant les établissements scolaires d'études supérieures et les particuliers. L'objectif était de mettre en place les documents de base de façon à ce que toutes personnes puissent prendre la relève lors d'un changement de bureau.</p> <p>Étant sensible au milieu associatif, mais n'ayant jamais eu l'occasion de connaître ce milieu, je me suis dirigée vers cette association qui me tient particulièrement à cœur dû à sa philosophie et son fonctionnement. Néanmoins je suis consciente que face à la pandémie, pour l'association, la situation est à l'inverse de ce que la plupart des entreprises ont vécu (arrêt de l'activité). Elle a dû faire face à la hausse de la précarité étudiante. Cependant, dû au fait qu'elle peine à se faire connaître, elle n'a pas aidé autant qu'elle l'aurait voulue c'est pour cette raison que j'ai souhaité faire mes deux stages au sein de l'AGORAé.</p> <p>En tant que stagiaire, afin de mettre en forme les souhaits de l'association. J'en ai déduit une problématique : "De quelle manière pourrais-je permettre à l'AGORAé de gagner en visibilité et en renommée en incluant les établissements scolaires d'études supérieures et les particuliers sachant que le budget reste limité ?"</p> <p>Mon projet de communication s'articule autour de deux parties. La première partie comprend une triple cible pour les étudiants. *Ce sont les caractéristiques des cibles qui varient.</p> <p>Partie 1 : les étudiants <u>Cible de cœur</u> : les étudiants en précarité / les étudiants voulant aider / tous étudiants. <u>Cible principale</u> : les étudiants en précarité / les étudiants voulant aider / tous étudiants. <u>Cible relais</u> : bénévoles / les bureaux des étudiants / les présidents responsables des études supérieures et écoles / relais d'influence (jeune), / les membres du bureau / les bénéficiaires.</p> <p>Partie 2 : les particuliers (pour les dons alimentaires et monétaires) <u>Cible de cœur</u> : toutes personnes adultes hors étudiants <u>Cible principale</u> : toutes personnes adultes hors étudiants <u>Cible relais</u> : les établissements scolaires, les administrations, les chaînes de magasins alimentaires, les petites boutiques de nourriture, les supermarchés, "helloasso".</p> <p>Les objectifs que je souhaite mettre en place s'organisent en trois parties : Partie 1 : les étudiants</p> <p><u>Cognitif</u> : faire connaître l'association (l'histoire), leurs actions et leurs services. <u>Conatif</u> : faire aimer le concept, inciter les étudiants à venir.</p>	

Fiche Projet

Affectif : faire connaître l'association par le biais des étudiants.

Partie 2 : les particuliers (pour les dons alimentaires et monétaires)

Cognitif : faire connaître et faire découvrir l'association à plus de monde possible.

Conatif : faire aimer le concept et adhérer aux valeurs.

Affectif : donner envie aux personnes de faire des dons monétaires / denrées alimentaires / hygiènes.

Le titre du projet se nomme : "Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants."

Durant mes deux périodes de stage du 10 mai au 2 juillet 2021 et du 8 novembre au 17 décembre 2021, j'ai réalisé plusieurs missions. Tout d'abord, j'ai pris en main toute la communication de base afin de suivre un fil conducteur. En ce qui concerne mon projet, j'ai réalisé des solutions de communication print auprès des établissements d'études supérieures et lieux stratégiques dans Troyes et l'agglomération. J'ai également produit d'autres solutions médias avec la création d'un profil LinkedIn, des publications sur les réseaux sociaux... J'ai travaillé à l'aide de plusieurs logiciels tels que Indesign, Illustrator, Canva et bien d'autres.

Ce stage m'a permis d'apprendre les différentes facettes d'une association, de me rendre compte de tout le travail qui doit être effectué pour qu'elle vive et qu'elle soit reconnue. J'ai également appris à prendre des initiatives pour adapter les solutions aux souhaits du bureau de l'association tout en restant dans un travail d'équipe. J'ai démarché, eu des rendez-vous professionnels avec des chefs d'études dans deux établissements, dont le mien. J'ai aidé l'association en participant aux collectes, aux dons, aux livraisons de nourriture. J'ai également représenté l'Agorae lors d'une interview suite à un don de ABC (Association de Bienfaisance Communautaire).

Au fur et à mesure que le stage avançait, mon tuteur ainsi que le bureau de l'association a apprécié le travail que j'ai fourni c'est pour cela qu'ils m'ont proposé de rester après mon premier stage et de devenir un membre du bureau afin d'accompagner mon tuteur pour faire la communication. Lors de mon second stage, après discussion, je suis devenue officiellement la seule chargée de communication de l'association.

Je suis reconnaissante d'avoir effectué mon stage au cœur d'une association telle que l'Agorae, puisqu'elle m'a permis de me faire évoluer personnellement et professionnellement. En ce qui concerne mon futur projet professionnel, je souhaiterais me diriger vers le métier de chargée de communication dans une agence car ce métier permet de travailler différents domaines (événementiel, relation presse, digitale...).

Fiche Projet

Liste des annexes

LISTE DES ANNEXES

NUMÉRO	TITRE
<u>C11.1</u>	<u>S'approprier la demande de l'annonceur</u>
1	Le brief de l'annonceur
2	La veille documentaire de l'association AGORAÉ
3	Benchmark non concurrentiel des associations de l'Aube
4	Le SWOT de l'AGORAÉ
5	La problématique
6	La stratégie de communication
<u>C11.2</u>	<u>Identifier les solutions à mettre en oeuvre dans le projet</u>
7	Recherche des solutions de communication
8	Justification des solutions de communication
9	Médiaplanning du projet
10	Vidéo diaporama de présentation des solutions
11	Échange de mails
<u>C11.3</u>	<u>Préparer le cahier des charges du projet</u>
12	Cahier des charges mis en forme
<u>C12.2</u>	<u>Assurer la coordination des actions, leur suivi et leur contrôle</u>
13	Rétroplanning du projet
14	Document récapitulatif de toutes les prises de contact/devis
15	Document de droit des solutions de communication
16	Base de données et suivi des établissements
17	Document regroupant les Trello et captures d'écrans
<u>C13.1</u>	<u>Préparer et acheminer les documents techniques</u>
18	Document sur les formats numériques
19	Document sur les normes à respecter

Fiche Projet

Liste des annexes

20	Document technique : la charte graphique
21	Fiche de fabrication d'une solution de communication print
<u>C14.1</u>	Participer à l'élaboration du message
22	La copy stratégie
23	Banque d'images interne
24	Les deux moodboards
25	Reprise d'un visuel et analyse
<u>C14.2</u>	<u>Élaborer les documents porteurs du message</u>
26	Tous les brouillons des solutions porteur du message
27	Les solutions de communication
28	Tableau récapitulatif des logiciels utilisés
29	Base de données et suivi des prestataires
<u>C14.3</u>	<u>Assurer le suivi de la production</u>
30	Document d'éventuels ajustements
31	Chercher et choisir un prestataire
32	Document de demande, réception et relance de devis
33	Échange avec le prestataire et le bon pour accord
34	Planning final
35	Bilan de qualité
<u>C31.4</u>	<u>Rechercher et sélectionner des sources</u>
36	Création d'un profil Instagram
37	Tableau récapitulatif des inscriptions newsletters et captures d'écrans
38	Inscription à Netvibes et les différents flux
39	Document sur la fiabilité des sources
40	Transmission de tout mon projet sur Drive
<u>C33.1</u>	<u>Sélectionner des informations</u>
41	Demande et analyse de la base de données

Fiche Projet

Liste des annexes

42	Base de données initiale des établissements supérieurs de Troyes
<u>C33.2</u>	<u>Actualiser une base d'information</u>
43	Copie et actualisation avant/après de la base de données
44	Document de justification
45	Les utilisateurs concernés par la base de données ont été informés
<u>C34.2</u>	<u>Participer à la sécurité d'un système d'information</u>
46	La sécurité de l'information ANSSI
47	Création d'un mot de passe



Fiches Cerise

Tableau récapitulatif des fiches

F1 PROJET ET PRATIQUE DE LA COMMUNICATION

Nom - Prénom du candidat : Collin Mathilde	N°inscription BTS : 02143492474
Fiche n° : 1	Titre de la fiche : S'approprier la demande de l'AGORAÉ
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.1 Conduite d'un projet de communication	Situation : Sit 1.1.1
Compétence(s) : C11 Préparer le projet de communication C11.1 S' approprier la demande de l'annonceur	

Fiche n° : 2	Titre de la fiche : Recherche des solutions de communication pour l'AGORAÉ
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.1 Conduite d'un projet de communication	Situation : Sit 1.1.2
Compétence(s) : C11 Préparer le projet de communication C11.2 Identifier les solutions à mettre en oeuvre dans le projet	

Fiche n° : 3	Titre de la fiche : Préparer le cahier des charges de l'AGORAÉ
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.1 Conduite d'un projet de communication	Situation : Sit 1.1.2
Compétence(s) : C11 Préparer le projet de communication C11.3 Préparer le cahier des charges du projet	

Fiche n° : 4	Titre de la fiche : Assure la coordination des actions, le suivi et le contrôle du projet de l'AGORAÉ
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.1 Conduite d'un projet de communication	Situation : Sit 1.1.3
Compétence(s) : C12 Mettre en oeuvre le projet de communication C12.2 Assurer la coordination des actions, leur suivi et leur contrôle	

Tableau récapitulatif des fiches

Fiche n° : 5	Titre de la fiche : Préparer les documents techniques de l'AGORAé
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.2 Gestion des relations techniques avec des prestataires	Situation : Sit 1.2.1
Compétence(s) : C13 Instaurer et entretenir des relations techniques avec les prestataires C13.1 Préparer et acheminer les documents techniques	

Fiche n° : 6	Titre de la fiche : Participer à l'élaboration du message de l'association AGORAé
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.3 Production de supports et d'opérations de communication	Situation : Sit 1.3.1
Compétence(s) : C14 Concevoir et réaliser les moyens de communication C14.1 Participer à l'élaboration du message	

Fiche n° : 7	Titre de la fiche : Elaborer les documents porteurs du message de l'AGORAé
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.3 Production de supports et d'opérations de communication	Situation : Sit 1.3.2
Compétence(s) : C14 Concevoir et réaliser les moyens de communication C14.2 Elaborer les documents porteurs du message	

Fiche n° : 8	Titre de la fiche : Assurer le suivi de la production de l'association AGORAé
Fonction: F1 Mise en oeuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.3 Production de supports et d'opérations de communication	Situation : Sit 1.3.3
Compétence(s) : C14 Concevoir et réaliser les moyens de communication C14.3 Assurer le suivi de la production	

Tableau récapitulatif des fiches

Fiche n° : 9	Titre de la fiche : Rechercher et sélectionner des sources pour AGORAé
Fonction: F3 Veille opérationnelle	
Classe de situation : 3.1 Recherche permanente d'informations	Situation : Sit 3.1.2
Compétence(s) : C31 Organiser une veille informationnelle C31.4 Rechercher et sélectionner des sources	

Fiche n° : 10	Titre de la fiche : Sélectionner des informations de l'association AGORAé
Fonction: F3 Veille opérationnelle	
Classe de situation : 3.3 Enrichissement d'un système d'information	Situation : Sit 3.3.1
Compétence(s) : C33 Contribuer à l'enrichissement d'une base d'informations C33.1 Sélectionner des informations	

Fiche n° : 11	Titre de la fiche : Actualiser une base d'informations de l'association AGORAé
Fonction: F3 Veille opérationnelle	
Classe de situation : 3.3 Enrichissement d'un système d'information	Situation : Sit 3.3.1
Compétence(s) : C33 Contribuer à l'enrichissement d'une base d'informations C33.2 Actualiser une base d'informations	

Fiche n° : 12	Titre de la fiche : Participer à la sécurité d'un système d'information de l'association AGORAé
Fonction: F3 Veille opérationnelle	
Classe de situation : 3.4 Amélioration d'un système d'information	Situation : Sit 3.4.2
Compétence(s) : C34 Contribuer à la qualité d'un système d'information C34.2 Participer à la sécurité d'un système d'information	

Sit 1.1.1 Prise en charge du dossier de l'annonceur

C11.1 : S'approprier la demande de l'annonceur

Titre de la fiche : S'approprier la demande de l'AGORAÉ			
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication			
Classe de situation : 1.1 – Conduite d'un projet de communication			
Situation : 1.1.1 Prise en charge du dossier de l'annonceur			
Compétence générale : C11 – Préparer le projet de communication			
Compétence : C11.1. S'approprier la demande de l'annonceur			
Description :			
L'association AGORAÉ demande de créer un projet professionnel complet qui permettrait de mieux se faire connaître auprès des étudiants, des particuliers ou encore dans les établissements d'études supérieures.			
En cette période particulière de pandémie, il ne faut pas négliger le fait que de plus en plus de jeunes se retrouvent en situation de précarité due à la Covid19. 62% des étudiants ont du mal à s'alimenter selon l'étude de la FAGE en 2021. Le manque de travail pour les étudiants et l'isolement social contribue à la hausse des demandes. Le nombre de bénéficiaires a nettement augmenté depuis cette période. Il passe de 80 bénéficiaires à près de 200 personnes.			
L'AGORAÉ connaît des difficultés pour communiquer auprès des étudiants et des particuliers, c'est pour cette raison que la présence d'un stagiaire en communication est attendue. Il faut prendre en compte que les moyens financiers sont limités, car l'association est à but non lucratif. Les membres du bureau aimeraient particulièrement communiquer auprès des établissements scolaires afin de toucher une cible beaucoup plus large.			
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants			
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>		F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :		Localisation :	
Vécue	<input checked="" type="checkbox"/>	Organisation	<input checked="" type="checkbox"/>
Observée	<input type="checkbox"/>	En établissement de formation	<input type="checkbox"/>
Simulée	<input type="checkbox"/>	Autres	<input type="checkbox"/>
Mixte	<input type="checkbox"/>		
Dates : 11/05/2021 - 19/05/2021		Durée : 9 jours	
Contexte de la situation de travail :			
Pour mes deux stages en communication, j'intègre l'association AGORAÉ Campus3 qui est un lieu de vie ouvert à tous les étudiants comportant une épicerie sociale et solidaire accessible sur critères sociaux. Elle est portée et gérée par et pour les étudiants ce qui fait sa particularité. Cette association est connue pour être un lieu non stigmatisant œuvrant pour l'égalité des chances, d'accès et de réussite dans l'enseignement supérieur.			
Sur une période de 14 semaines, je souhaite faire connaître l'association auprès des étudiants, des particuliers en prenant en compte la difficulté de communiquer en raison du manque de professionnels et de moyens financiers limités. J'ai débuté par la communication antérieure. Suite à une réunion de plus d'une heure, avec une prise en compte de la demande de mon annonceur, je vais répondre au mieux à ses attentes de notoriété en réalisant un brief. Cette demande permet d'appréhender un projet de communication réelle et approfondi.			
Acteurs :			
<ul style="list-style-type: none"> - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Les membres du bureau. - Les volontaires en services civiques. - Moi-même, stagiaire. 			
Mission(s) / tâche(s) :			
<ul style="list-style-type: none"> - Création du brief annonceur. - Réalisation d'une veille documentaire. - Mise en place d'un benchmark non concurrentiel des associations de l'Aube. - Confection d'un SWOT. - Préparation de la problématique. - Faire la stratégie de communication. 			
Démarche :			
Le bureau de l'association et moi-même avons décelé certaines difficultés que connaît l'association et en avons déduit le brief. Le Brief me permet d'avoir une vue d'ensemble sur les compétences à réaliser et l'importance de bien communiquer.			

Sit 1.1.1 Prise en charge du dossier de l'annonceur

C11.1 : S'approprier la demande de l'annonceur

J'ai fait le choix de séparer mon Brief du cahier des charges contrairement à l'AACC (Associations des Agences-Conseils en Communication) qui lie les deux ensembles.

Afin de travailler efficacement, dans un premier temps, j'ai approfondi mes connaissances et mes recherches en réalisant une veille documentaire. Pour en savoir plus sur mon annonceur, j'ai utilisé la méthode du QQQCCP. J'ai étudié le site internet ainsi que les réseaux sociaux. Je me suis munie de différents documents print afin d'observer la communication antérieure. Dans le but de comparer l'association AGORAé de Troyes et celles de France, j'ai regardé les différentes pages Instagram ainsi que d'autres associations luttant contre la précarité des étudiants. La veille permet de prendre en compte l'historique des actions de communication, d'identifier les informations manquantes et pertinentes fournies par le demandeur.

Le benchmark permet d'observer des associations directes (alimentaires) et indirectes (humanitaires) dans l'Aube. Le but d'un benchmark est de s'assurer d'un avantage concurrentiel, cependant, l'AGORAé n'a pas de concurrents. Il permet à l'association de pouvoir se comparer aux autres afin de s'améliorer.

À la suite de la veille documentaire, j'ai effectué le SWOT afin d'avoir une vue d'ensemble (interne et externe) de l'association. J'en ai déduit le bilan de la situation en reprenant les différents contextes. L'association a un avantage, elle n'a pas vraiment de menaces, étant la seule association de ce type présente à Troyes. Elle n'a donc pas de concurrents.

Dans un second temps, j'ai formulé la problématique pour accompagner la gestion du projet :

"Comment l'association AGORAé Campus3 peut-elle se faire davantage connaître auprès des étudiants et des particuliers afin de gagner en renommée et en visibilité alors qu'il y a une absence de moyens financiers et de matériels pour la communication ?"

Afin d'identifier les solutions à mettre en œuvre, j'ai réalisé la stratégie de communication. Celle-ci permet de définir les différentes étapes de façon à coordonner la communication. Cette stratégie permet d'avoir un cadre afin de réaliser un projet complet.

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 brief annonceur.
- 1 veille documentaire.
- 1 benchmark non concurrentiel des 6 associations de l'Aube.
- 1 SWOT.
- 1 problématique.
- 1 stratégie de communication.

Qualitatifs :

- Brief annonceur approprié.
- Veille documentaire complète des associations de l'Aube.
- Benchmark non concurrentiel des associations de l'Aube comparatif.
- SWOT productif.
- Problématique en adéquation avec la demande de l'annonceur.
- Stratégie de communication complète.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Le brief de l'annonceur.		X		X	
La veille documentaire de l'association AGORAé.		X		X	
Le benchmark non concurrentiel des associations de l'Aube.		X		X	
Le SWOT de l'AGORAé.		X		X	
La problématique.		X		X	
La stratégie de communication.		X		X	

Sit 1.1.2 Proposition de solutions

C11.2 : Identifier les solutions à mettre en oeuvre dans le projet

Titre de la fiche : Recherche des solutions de communication pour l'AGORAÉ	
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.1 – Conduite d'un projet de communication	
Situation : 1.1.2 Proposition de solutions	
Compétence générale : C11 – Préparer le projet de communication	
Compétence : C11.2. Identifier les solutions à mettre en œuvre dans le projet	
Description : À la suite du Brief et au choix de la problématique, l'annonceur demande au stagiaire d'identifier les solutions à mettre en œuvre dans le projet en proposant des solutions de communication opérationnelles et variées. Présentez des solutions précises pour chacune de nos cibles. Ne pas négliger les difficultés qui ont été observées lors de la première étape, mettre en valeur les fonctions de l'association en prenant en compte le souhait d'inclure les établissements scolaires d'études supérieures. Attention à bien discerner les cibles qui ont été énoncées dans la problématique. Vous présenterez ses solutions dans un support de présentation à envoyer par mail.	
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants	
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>	F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>
Nature de la situation :	Localisation :
Vécue <input checked="" type="checkbox"/>	Organisation <input checked="" type="checkbox"/>
Observée <input type="checkbox"/>	En établissement de formation <input type="checkbox"/>
Simulée <input type="checkbox"/>	Autres <input type="checkbox"/>
Mixte <input type="checkbox"/>	
Dates : 19/05/2021 - 26/05/2021	Durée : 8 jours
Contexte de la situation de travail : Après m'être approprié la demande de l'annonceur, j'ai cherché des moyens et supports de communication. En analysant la problématique, les difficultés de l'association. J'ai porté une attention particulière aux différentes cibles ainsi que les différents lieux. Lors de cette deuxième phase de travail, j'ai pris en compte la demande de l'annonceur en identifiant les solutions à mettre en œuvre afin de réaliser le projet. J'ai proposé les solutions de communication sous forme d'un diaporama vidéo que j'ai envoyé par mail.	
Acteurs : - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Les membres du bureau. - Les volontaires en services civiques. - Moi-même, stagiaire.	
Mission(s) / tâche(s) : - Recherche des solutions de communication. - Justification des solutions de communication. - Création du médiaplanning du projet. - Confection d'une vidéo diaporama de présentation des solutions. - Envoyer par mail le diaporama. - Retour du choix des solutions par mail.	
Démarche : Après plusieurs recherches, j'ai divisé en deux parties mon projet. La partie une concerne les étudiants avec trois cibles différentes (potentiels bénéficiaires, bénévoles, tous les étudiants), la partie deux fait référence aux particuliers. J'ai fonctionné avec un code couleur qui permet de visualiser ce qui est réalisable rapidement.	
<u>Ces treize solutions comprennent :</u> Partie 1 : les étudiants	

Sit 1.1.2 Proposition de solutions

C11.2 : Identifier les solutions à mettre en oeuvre dans le projet

- Mettre le dossier d'éligibilité pour être bénéficiaire dans les établissements scolaires.
- Contacter les bureaux des étudiants afin de donner des publications déjà réalisées.
- Faire des affiches/flyers à mettre dans les établissements scolaires, Crous et MDE.
- Réaliser une infographie pour expliquer les missions (à destinations des bénévoles).
- Une première vidéo pour la faire passer dans les établissements scolaires à la rentrée scolaire.

Partie 2 : les particuliers

- Un profil LinkedIn pour obtenir de nouveaux partenariats.
- Des affiches/flyers à mettre dans les lieux stratégiques de la ville.
- Un article dans l'Est-Eclair.
- Une chronique à Radio Campus3.
- Réaliser une seconde vidéo pour informer et donner envie de faire des dons.

Les deux parties

- Des posts sur les réseaux sociaux.
- Revoir le site internet.
- Créer un nouveau kakemono afin de l'utiliser lors d'évènements.

Ayant trouvé toutes ses solutions, j'ai réalisé un tableau de justifications en prenant en compte les avantages/inconvénients, le prix et le délai. La plupart des solutions sont déclinables pour les deux parties. En ce qui concerne le prix, j'ai choisi des solutions abordables du fait que l'AGORAé n'a pas de budget réserver pour la communication. Cependant, si certaines de mes solutions sont pertinentes, l'association allouera un budget si le prix reste correct.

Suite à la justification, j'ai créé le médiaplanning. Mes objectifs étant définis, selon le profil des personnes, j'ai choisi les canaux adéquats afin d'avoir un meilleur résultat. Pour mon projet, seules des solutions média seront mentionnées.

Pour présenter au mieux les différentes solutions, j'ai confectionné un diaporama vidéo sur Canva qui respecte les couleurs de l'AGORAé du fait qu'il n'y a pas de charte graphique de défini. Du fait de la covid19, j'ai envoyé ma présentation de solutions de communication par mail.

Le lendemain, les solutions retenues que mon tuteur m'a communiqué par mail sont les affiches/flyers, posts sur les réseaux sociaux pour les étudiants et les particuliers ainsi que la création d'un profil LinkedIn pour les particuliers. Je vais mettre la totalité des solutions en place lors de mes deux périodes de stage.

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 document de recherche de 13 solutions contenant 10 catégories (vidéo, site internet, post réseaux sociaux...).
- 1 tableau de justification des 13 solutions.
- 1 médiaplanning du projet.
- 1 vidéo de présentation.
- 1 mail d'envoi avec le diaporama vidéo .
- 1 mail de retour avec le choix des solutions.

Qualitatifs :

- Document de recherche de solutions fourni.
- Tableau de justification des treize solutions adaptées pour chaque cible.
- Médiaplanning du projet productif.
- Vidéo animée récapitulative.
- Mail d'envoi à destination du bureau de l'association professionnel.
- Mail de retour avec le choix des solutions définitives.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Recherche des solutions de communication		X		X	
Justification des solutions de communication		X		X	
Médiaplanning du projet		X		X	
Vidéo diaporama de présentation des solutions		X		X	
Échange de mails		X		X	

Sit 1.1.2 Proposition de solutions

C11.3 : Préparer le cahier des charges du projet

Titre de la fiche : Préparer le cahier des charges de l'AGORAÉ						
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication						
Classe de situation : 1.1 – Conduite d'un projet de communication						
Situation : 1.1.2 Proposition de solutions						
Compétence générale : C11 – Préparer le projet de communication						
Compétence : C11.3. Préparer le cahier des charges du projet.						
Description :						
Après que l'annonceur ait sélectionné les solutions de communication à réaliser durant les stages, le cahier des charges du projet doit permettre de préciser de façon formelle ce qui est attendu entre l'annonceur et le stagiaire.						
Le cahier des charges qui décrit précisément les modalités d'exécution doit être mis en forme afin qu'il soit présentable pour le bureau de l'association ainsi que d'autres personnes qui pourraient être potentiellement concernées dans le projet.						
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants						
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>		F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>				
Nature de la situation :			Localisation :			
Vécue <input checked="" type="checkbox"/>		Organisation <input checked="" type="checkbox"/>				
Observée <input type="checkbox"/>		En établissement de formation <input type="checkbox"/>				
Simulée <input type="checkbox"/>		Autres <input type="checkbox"/>				
Mixte <input type="checkbox"/>						
Dates : 26/05/2021 - 31/05/2021			Durée : 6 jours			
Contexte de la situation de travail :						
Afin de pouvoir avancer dans le projet, je me suis lancée dans la réalisation du cahier des charges qui permet d'ordonner les opérations, de repérer les différentes étapes de mise en œuvre des solutions en rédigeant les éléments techniques.						
Le cahier des charges se doit d'être précis et complet, afin que l'annonceur puisse avoir toutes les informations sur un même document. Il doit être mis en forme afin d'être crédible lors d'une réunion.						
Acteurs :						
- Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage.						
- Les membres du bureau.						
- Les volontaires en services civiques.						
- Moi-même, stagiaire.						
Mission(s) / tâche(s) :						
- Confection du cahier des charges mis en forme.						
Démarche :						
Dans le processus du projet, le cahier des charges est un document de bord aussi important pour l'annonceur que pour le chargé de communication. Il repère les différentes étapes de mise en œuvre des solutions de communication validées. Le livre "Les outils du projet de communication" du génie éditeur m'a permis de réaliser un cahier des charges détaillé.						
Pour que le document soit présentable, je l'ai mis en forme avec le logiciel InDesign de façon à lui donner un aspect professionnel aux couleurs de l'association. Il sera présenté lors d'une réunion afin de montrer mon professionnalisme.						
Résultats :						
Quantitatif :						
- 1 cahier des charges mis en forme.						
Qualitatif :						
- Cahier des charges mis en forme professionnelle.						
Supports (productions) associés :						
		Origine		Nature		
		à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Cahier des charges mis en forme			X		X	

Sit 1.1.3 Réalisation et suivi du projet

C12.2 : Assurer la coordination des actions, leur suivi et leur contrôle

Titre de la fiche : Assurer la coordination des actions, le suivi et le contrôle du projet de l'AGORAÉ			
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication			
Classe de situation : 1.1 – Conduite d'un projet de communication Situation : 1.1.3 Réalisation et suivi du projet			
Compétence générale : C12 – Mettre en œuvre le projet de communication Compétence : C12.2. Assurer la coordination des actions, leur suivi et leur contrôle Description :			
Suite au cahier des charges, l'annonceur demande d'assurer la coordination des actions, leur suivi et le contrôle de ces derniers par le biais de différents documents.			
Afin de compléter le projet, l'annonceur souhaite voir l'assurance, la cohérence entre la création, l'exécution, la fabrication et la livraison. Ainsi, tous les documents qui prouvent la bonne construction de ce projet.			
Pour mobiliser et allouer les ressources, mettez en valeur votre rôle dans la gestion du projet au niveau des prestataires et du budget. Connaître et mettre en application les points de droit qui prouvent vos connaissances.			
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants			
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>		F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :		Localisation :	
Vécue	<input checked="" type="checkbox"/>	Organisation	<input checked="" type="checkbox"/>
Observée	<input type="checkbox"/>	En établissement de formation	<input type="checkbox"/>
Simulée	<input type="checkbox"/>	Autres	<input type="checkbox"/>
Mixte	<input type="checkbox"/>		
Dates : 11/05/2021 - 04/06/2021		Durée : 25 jours	
Contexte de la situation de travail :			
Pour la confection et le suivi du projet, j'ai produit des documents qui prouvent la réalisation de ce dernier. J'ai établi un planning me permettant d'assurer la coordination afin de construire mon projet tout en respectant les deux périodes de mon stage.			
Le projet a également besoin d'un cadre assurant la protection juridique. Pour cela, j'ai créé un document sur le droit des solutions de communication. Le fait de respecter ses droits assure la protection de l'association face à d'éventuels préjudices liés au non-respect du droit.			
Acteurs :			
<ul style="list-style-type: none"> - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Les membres du bureau. - Les volontaires en services civiques. - Chef des études, chargée de communication, CPE des établissements scolaires d'études supérieures. - Moi-même, stagiaire. 			
Mission(s) / tâche(s) :			
<ul style="list-style-type: none"> - Confection d'un rétroplanning. - Création d'un document récapitulatif de toutes les prises de contacts/devis. - Application d'un document de droit. - Mise en place d'une base de données des établissements scolaires et du suivi. - Composition d'un Trello du tableau des missions des semaines. - Élaboration d'un Trello pour la conduite du projet. - Effectuer plusieurs captures d'écran. 			
Démarche :			

Sit 1.1.3 Réalisation et suivi du projet

C12.2 : Assurer la coordination des actions, leur suivi et leur contrôle

Tout d'abord, il est indispensable de savoir gérer son temps. Établir un rétroplanning est très important. Cet outil organisationnel permet d'avoir un suivi sur les actions, le responsable et l'échéance du projet. J'ai créé ce dernier à l'aide de Google Sheets.

Sur toute la période de mon stage, j'ai pris des rendez-vous auprès d'établissements scolaires, contacté des professionnels et fait des demandes de devis. J'ai retranscrit ses actions dans un document.

Pour respecter la loi, j'ai créé un document sur les règles de droit (en rapport avec les solutions de communication). Il fait référence au droit de la publicité, des affiches, des flyers, réseaux sociaux, site internet, des devis.

Afin d'assurer la coordination des actions, le suivi et le contrôle des différents établissements scolaires d'études supérieures. J'ai mis en place une base de données me permettant de suivre les envois, les réponses, les rendez-vous, les ajustements et les relances afin de suivre les échanges avec les dix établissements. De plus, mon annonceur en a une vue d'ensemble.

Afin de réaliser mon projet, j'ai élaboré deux Trello qui me servent à retracer chaque jour mon avancée, mes actions, mes démarches et mes délais. Ces deux supports me permettent de suivre mes compétences du passeport professionnel. Ces documents sont à titre personnel.

J'ai également fait plusieurs captures d'écran concernant la création de mon adresse mail Campus3, l'accès aux Drive de l'association, échange de mail avec un membre de l'AGORAÉ, des conversations sur Messenger, et les envois de mail aux établissements scolaires afin de montrer l'avancer de mon travail.

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 rétroplanning.
- 1 document récapitulatif de toutes les prises de contacts/devis.
- 1 document de droit.
- 1 base de données des établissements scolaires et du suivi.
- 1 Trello du tableau des missions des semaines.
- 1 Trello pour la conduite du projet.
- 18 captures d'écran.

Qualitatifs :

- Rétroplanning global.
- Document récapitulatif de toutes les prises de contacts/devis sous forme de tableau.
- Document de droit intégral.
- Base de données des établissements scolaires et du suivi récapitulatif.
- Trello du tableau des missions des semaines exhaustives.
- Trello pour la conduite du projet suivi et complété.
- Captures d'écran qui complètent le travail.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Rétroplanning du projet.		X		X	
Document récapitulatif de toutes les prises de contacts/devis.		X		X	
Document de droit des solutions de communication.		X		X	
Base de données et suivi des établissements.		X		X	
Document regroupant les Trello et des captures d'écran.		X		X	

Sit 1.2.1 Elaboration et diffusion d'éléments techniques

C13.1 : Préparer et acheminer les documents techniques

Titre de la fiche : Préparer les documents techniques de l'AGORAé			
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication			
Classe de situation : 1.2 – Gestion des relations techniques avec des prestataires			
Situation : 1.2.1. Elaboration et diffusion d'éléments techniques			
Compétence générale : C13 – Instaurer et entretenir des relations techniques avec les prestataires			
Compétence : C13.1. Préparer et acheminer les documents techniques			
Description :			
<p>Pour préparer et acheminer les documents techniques, l'annonceur souhaite avoir de multiples fichiers permettant aux prestataires d'avoir une meilleure exploitation lors de la réception de ces derniers.</p> <p>Les documents deviendront un référentiel qui sera utile pour les prochaines années. Ils regrouperont différentes informations sur les formats numériques, sur les normes à respecter lors de l'élaboration d'un document. Le stagiaire doit proposer plusieurs modes de transferts et montrer ses compétences techniques.</p> <p>L'annonceur souhaite que les fichiers soient compatibles à leur exploitation lorsque les prestataires y auront accès. L'association a reçu le document du logotype transmis par la FAGE à destination de toutes les AGORAé de France, cependant, l'AGORAé ne disposant pas de charte graphique. Le stagiaire doit reprendre le document et créer la charte graphique propre à l'association Troyennes.</p>			
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAé, une association pour étudiants			
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>		F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :		Localisation :	
Vécue	<input checked="" type="checkbox"/>	Organisation	<input checked="" type="checkbox"/>
Observée	<input type="checkbox"/>	En établissement de formation	<input type="checkbox"/>
Simulée	<input type="checkbox"/>	Autres	<input type="checkbox"/>
Mixte	<input type="checkbox"/>		
Dates : 14/06/2021 - 23/06/2021		Durée : 10 jours	
Contexte de la situation de travail :			
<p>Mon annonceur demande d'avoir une bonne connaissance technique afin d'élaborer des documents qui pourront être exploités avec différents prestataires. Tous ses documents seront mis à disposition pour tous les membres de l'association afin qu'ils puissent être exploités correctement pour l'évolution de celle-ci.</p> <p>Pour appréhender au mieux la confection des solutions de communication, j'ai créé une charte graphique conforme aux exigences de la FAGE (le logo et la couleur doivent rester la même pour tous).</p> <p>J'ai également fait une fiche de fabrication d'un support de communication print qui servira de modèle pour les futures actions.</p>			
Acteurs :			
<ul style="list-style-type: none"> - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Les membres du bureau. - Moi-même, stagiaire. 			
Mission(s) / tâche(s) :			
<ul style="list-style-type: none"> - Création d'un document sur les formats numériques. - Réalisation d'un document des normes à respecter. - Mettre en place un document technique qui sera la charte graphique. - Confection de trois fiches de fabrication d'un support de communication. 			
Démarche :			

Sit 1.2.1 Elaboration et diffusion d'éléments techniques

C13.1 : Préparer et acheminer les documents techniques

Suite à la demande de mon annonceur, j'ai créé un document sur les formats numériques que j'ai mis en forme à l'aide du logiciel Canva. C'est un document de référence qui montre quel format utiliser (pour un site internet, format vidéo, audio, pour le web ou lors d'une impression). J'ai également répertorié différents types de transfert.

Tout au long de mon stage, j'ai rencontré des règles à respecter, c'est pour cela que j'ai créé un document sur les normes à respecter sur Canva. Ces normes concernent l'envoi d'un fichier PDF dans un mail, les bonnes dimensions pour la réalisation de solutions de communication, configurer l'exportation d'un fichier PDF pour l'impression.

Pour que l'association soit identifiable auprès de tous, définir une charte graphique est primordial. Elle me sert également à réaliser toutes mes solutions de communication. La charte graphique sera le document de référence pour les prochaines personnes qui s'occuperont de la communication.

Le dernier document est une fiche technique de fabrication d'un support de communication qui sert à répertorier toutes les caractéristiques. J'ai adapté cette fiche pour mes solutions print afin d'avoir une vue d'ensemble par rapport à la conception, le format et la qualité de l'impression .

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 document sur les formats numériques.
- 1 document des normes à respecter.
- 1 document technique (charte graphique).
- 3 fiches de fabrication d'un support de communication.

Qualitatifs :

- Document sur les formats numériques simple d'utilisation.
- Document des normes à respecter complet.
- Document technique créant la charte graphique.
- Fiches de fabrication regroupant les caractéristiques d'un support de communication.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Document sur les formats numériques.		X		X	
Document sur les normes à respecter.		X		X	
Document technique : charte graphique.		X		X	
Fiche de fabrication d'une solution de communication print.		X		X	

Sit 1.3.1 Elaboration de messages

C14.1 : Participer à l'élaboration du message

Titre de la fiche : Participer à l'élaboration du message de l'association AGORAÉ	
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.3 – Production de supports et d'opérations de communication	
Situation : 1.3.1. Élaboration de messages	
Compétence générale : C14 – concevoir et réaliser les moyens de communication	
Compétence : C14.1. Participer à l'élaboration du message	
Description :	
<p>À la suite de la préparation et de l'acheminement des documents techniques, il faut participer avec l'annonceur à l'élaboration du message. Prendre en compte les contraintes (message antérieur). Il est attendu que le message est une réflexion sur la forme et le contenu pour les futures solutions. Confectionnez la stratégie créative et effectuez des brouillons qui démontrent le message.</p> <p>L'objectif est d'adapter le message qui correspond aux critères de l'association. L'élaboration du message peut se traduire également par des analyses de brouillons. Indiquez les différentes étapes dans la conception du message au niveau des signes et des codes. Il est important d'avoir une pertinence et une cohérence avec le choix rédactionnel et iconographique.</p>	
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/> F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :	
Vécue <input checked="" type="checkbox"/>	Organisation <input checked="" type="checkbox"/>
Observée <input type="checkbox"/>	En établissement de formation <input type="checkbox"/>
Simulée <input type="checkbox"/>	Autres <input type="checkbox"/>
Mixte <input type="checkbox"/>	
Localisation :	
Dates : 24/06/2021 - 01/07/2021	
Durée : 8 jours	
Contexte de la situation de travail :	
<p>Pour l'élaboration du message, j'ai tout d'abord fait la stratégie créative/copy stratégie qui permet de savoir où se positionner par rapport aux signes, aux codes de la société. Il est important de bien prendre en compte la cible avant même de passer à la réalisation des visuels.</p> <p>Afin d'effectuer des brouillons, j'ai créé une banque d'images interne qui permet à l'ensemble du bureau d'y avoir accès tout en respectant le droit à l'image. Pour accompagner la charte graphique et le message, j'ai créé des planches d'inspirations.</p>	
Acteurs :	
<ul style="list-style-type: none"> - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Les membres du bureau. - Les volontaires en services civiques. - Moi-même, stagiaire. 	
Mission(s) / tâche(s) :	
<ul style="list-style-type: none"> - Confection d'une Copy stratégie/stratégie créative. - Création d'une banque d'image internes. - sur deux Mooboard. - Reprise d'un futur visuel. 	
Démarche :	
<p>Tout d'abord, j'ai fait la copy stratégie avec des éléments tels que la promesse, la preuve, le bénéfice du consommateur et le ton. Cela permet de mettre en œuvre l'élaboration du message afin qu'il soit en concordance avec la cible, les solutions de communication et le projet en lui-même.</p> <p>La banque d'image internes est un moyen très efficace et rapide pour partager les mêmes images. Cela permet de mettre à disposition des images libres de droits d'auteur provenant du site Freepik par exemple. Je l'ai créée et partagée sur Google</p>	

Sit 1.3.1 Elaboration de messages

C14.1 : Participer à l'élaboration du message

<p>Drive.</p> <p>Pour accompagner la charte graphique, j'ai réalisé deux moodboard qui servent à déterminer le visuel de mes solutions de communication. Le premier concerne la mise en place de nouveaux fonds et le deuxième des éléments visuels. C'est un bon moyen de trouver de l'inspiration. Lors de mon deuxième stage, j'ai complètement revu les visuels des solutions de communication, c'est pour cela que les moodboard vont être modifiés et adaptés pour le suivi de la production en éventuel ajustement.</p> <p>Pour davantage participer à l'élaboration du message, j'ai pris le premier modèle de l'affiche A3 que j'ai analysée en ajoutant des légendes afin d'avoir une réflexion sur la forme et le contenu par rapport à la copy stratégie. À la fin de cette étape, on peut observer si le visuel est bien adapté à la cible ou non et proposer des ajustements.</p>					
<p>Résultats :</p> <p>Quantitatifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 Copy stratégie/stratégie créative. - 1 Banque d'images interne. - 2 Moodboard - 1 Document de reprise d'un futur visuel. <p>Qualitatifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Copy stratégie/stratégie créative récapitulative. - Banque d'images interne exploitable. - Moodboard classiques. - Document de reprise d'un futur visuel inventif. 					
Supports (productions) associés :	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Copy stratégie		X		X	
Banque d'images interne		X		X	
Les deux Moodboard		X		X	
Reprise d'un visuel et analyse		X		X	

Sit 1.3.2 Elaboration de maquettes

C14.2 : Elaborer les documents porteurs du message

Titre de la fiche : Élaborer les documents porteurs du message de l'AGORAÉ	
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication	
Classe de situation : 1.3 – Production de supports et d'opérations de communication	
Situation : 1.3.2. Élaboration de maquettes	
Compétence générale : C14 – concevoir et réaliser les moyens de communication	
Compétence : C14.2. Élaborer les documents porteurs du message	
Description :	
<p>La participation à l'élaboration du message a été effectuée, à la demande de l'annonceur, il faut maintenant élaborer les documents qui sont porteurs du message. L'annonceur souhaite que les brouillons, maquettes et solutions de communication finales aient un message attractif pour les cibles ainsi que pour les différentes étapes d'élaboration.</p> <p>Montrez également les logiciels utilisés pour la confection de chaque solution de communication. Trouvez un moyen de répertorier tous les prestataires que vous souhaitez sélectionner pour aller déposer les solutions de communication print qui ciblent les étudiants, mais également les particuliers. Assurez-vous que chaque prestataire accepte d'afficher les solutions avant de les apporter.</p>	
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/> F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :	Localisation :
Vécue <input checked="" type="checkbox"/>	Organisation <input checked="" type="checkbox"/>
Observée <input type="checkbox"/>	En établissement de formation <input type="checkbox"/>
Simulée <input type="checkbox"/>	Autres <input type="checkbox"/>
Mixte <input type="checkbox"/>	
Dates : 07/06/2021 - 17/12/2021	Durée : 194 jours
Contexte de la situation de travail :	
<p>En ce qui concerne l'élaboration des documents porteurs du message, lors de mon premier stage, j'ai créé de multiples brouillons que j'ai fait vérifier afin de savoir si le travail effectué est en adéquation avec le souhait de l'annonceur. J'ai pour mission de diffuser un message attractif.</p> <p>Pendant mon deuxième stage, j'ai repris mes brouillons afin de réaliser les solutions finales print et média. Afin d'anticiper le suivi de la production, j'ai établi une base de données pour regrouper tous les lieux où je veux déposer les solutions print. J'ai procédé à une prospection téléphonique pour demander l'accord aux prestataires extérieurs.</p>	
Acteurs :	
<ul style="list-style-type: none"> - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Tous les prestataires extérieurs. - Les membres du bureau. - Moi-même, stagiaire. 	
Mission(s) / tâche(s) :	
<ul style="list-style-type: none"> - Création de tous les brouillons des solutions de communication. - Confection des solutions de communication finales. - Mise en œuvre d'un document récapitulatif de tous les logiciels utilisés. - Mise en place d'une base de données des prestataires et le suivi de prospection téléphonique. 	
Démarche :	
<p>En mai dernier, j'ai confectionné de multiples brouillons qui concernent les affiches A3 et flyers A6. J'ai fait plusieurs visuels afin de respecter le souhait de mon annonceur. Pour l'affiche A3 qui sera distribuée dans les établissements scolaires d'études supérieures, j'ai travaillé avec le logiciel Illustrator. Après réflexion, je me suis rendu compte que l'affiche était disproportionnée et que le logiciel Illustrator n'est pas adapté pour faire un visuel complet. Pour le flyer, chaque version ne faisait pas l'unanimité auprès du bureau, j'ai donc recommencé. En ce qui concerne les autres solutions de communication,</p>	

Sit 1.3.2 Elaboration de maquettes

C14.2 : Elaborer les documents porteurs du message

je n'ai pas eu besoin de faire des brouillons.

Lors de mon deuxième stage, après avoir repris le projet, je me suis rendu compte que les visuels manquaient de modernité, simplicité. J'ai alors proposé des visuels complètement différents. Cependant, les nouvelles solutions ne respectent plus les moodboard. Les affiches ont donc été produites sur InDesign en parallèle avec Illustrator en utilisant Freepik pour les éléments libres de droits d'auteur. Quant à lui, le flyer a été fait sur Canva, car l'annonceur n'a pas les logiciels Adobe en sa possession. Le flyer est plus propice à être modifié que l'affiche. En ce qui concerne les autres solutions de communication, j'ai créé des templates, des publications, un profil LinkedIn, des posts toujours en utilisant les mêmes logiciels. J'ai élaboré un tableau qui regroupe tous les logiciels et les sites que j'ai utilisé afin de créer toutes mes solutions de communication.

Avant la réception des affiches imprimées, J'ai créé une base de données composée de plusieurs feuilles qui me servent à trier les différents prestataires (boulangerie, auto-école, supermarché...). Cette base de données me permet de prendre contact, d'effectuer une prospection téléphonique avec ses prestataires afin de savoir si ils acceptent que je leur dépose des affiches A4 et des flyers.

Résultats :

Quantitatifs :

- 8 brouillons de visuels des solutions de communication.
- 5 solutions de communication finales.
- 1 document récapitulatif de tous les logiciels utilisés.
- 1 base de données des prestataires et le suivi de prospection téléphonique.

Qualitatifs :

- Brouillons des solutions de communication variés.
- Solutions de communication finales adéquates.
- Document récapitulatif de tous les logiciels utilisés justificatifs.
- Base de données des prestataires et le suivi de prospection téléphonique pour déposer les solutions print.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Tous les brouillons des solutions porteur du message.		X		X	
Les solutions de communication.		X		X	
Tableau récapitulatif des logiciels utilisés.		X		X	
Base de données et de suivi des prestataires.		X		X	

Sit 1.3.3 Mise en oeuvre et suivi de la production

C14.3 : Assurer le suivi de la production

Titre de la fiche : Assurer le suivi de la production de l'association AGORAÉ			
Fonction : 1 – Mise en œuvre et suivi de projets de communication			
Classe de situation : 1.3 – Production de supports et d'opérations de communication			
Situation : 1.3.3. Mise en œuvre et suivi d'une production			
Compétence générale : C14 – concevoir et réaliser les moyens de communication			
Compétence : C14.3. Assurer le suivi de la production			
Description : Après avoir effectué les solutions de communication, il est important d'assurer le suivi de la production. L'annonceur souhaite vérifier la conformité aux exigences en termes de délais, de qualité et mettre en place des ajustements techniques si nécessaire. Cette compétence étant technique, elle correspond à la gestion, au suivi de fabrication, de la production d'une solution de communication. Elle met en valeur les échanges entre les différents prestataires et la capacité du candidat à apprécier la qualité des supports produits.			
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants			
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>		F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :		Localisation :	
Vécue	<input checked="" type="checkbox"/>	Organisation	<input checked="" type="checkbox"/>
Observée	<input type="checkbox"/>	En établissement de formation	<input type="checkbox"/>
Simulée	<input type="checkbox"/>	Autres	<input type="checkbox"/>
Mixte	<input type="checkbox"/>		
Dates : 26/11/2021 - 17/12/2021		Durée : 22 jours	
Contexte de la situation de travail : Lorsque les solutions de communication sont réalisés, dans le cas d'une impression, il faut chercher un imprimeur. Pour comparer les prix, il est nécessaire de demander des devis auprès de plusieurs prestataires. De plus, je vais réaliser un planning final de l'opération de communication dans le but de terminer mon projet. Il est important de vérifier si des ajustements doivent être fait. Afin de savoir si la mise en place des affiches et flyers présentant l'AGORAÉ est bénéfique auprès des étudiants, je vais réaliser un bilan de qualité que je vais envoyer à destination des établissements scolaires d'études supérieures.			
Acteurs : - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Les membres du bureau. - Clara Marquez, trésorière de l'association. - Arthur Aubrais, président de campus3. - Isabelle Hefty, assistante commerciale et administrative de «Print Solutions». - Moi-même, stagiaire.			
Mission(s) / tâche(s) : - Conception d'un document d'éventuel ajustement. - Création d'un document de recherche de prestataire. - Demande de devis auprès de 4 prestataires. - Réception de deux devis. - Échange de mail avec le prestataire et signature du bon pour accord. - Achèvement du planning final. - Fabrication du bilan de qualité.			
Démarche : Pour commencer, certains documents tels que la charte graphique, moodboard ou encore les abonnements newsletters doivent être réajustés car j'ai effectué certaines de ses actions lors de ma première et deuxième période de stage. De ce fait, certains documents ne sont plus conformes au projet, c'est pour cette raison que je les ai mis à jour. J'ai créé un document de recherche de prestataire dans le but d'imprimer mes solutions de communication print. Il permet de comparer les différentes imprimeries. J'ai sélectionné quatre prestataires après avoir étudié le meilleur rapport qualité-prix			

Sit 1.3.3 Mise en oeuvre et suivi de la production

C14.3 : Assurer le suivi de la production

dans le but de demander un devis par la suite.

J'ai rédigé et envoyé des demandes de devis à l'imprimerie «La Renaissance», «JMI», «Look Pub» et «Print solutions» afin d'avoir différentes propositions à présenter à mon tuteur de façon à obtenir un devis visant à respecter le budget total au meilleur rapport qualité-prix. Cet engagement a été décidé lors de la confection du cahier des charges.

Au bout de plus de trois semaines, j'ai obtenu deux devis de la part de «Look Pub» et «Print solutions». Quant aux deux autres imprimeries, malgré une relance téléphonique et mail, je n'ai eu aucune réponse.

Après avoir sélectionné l'imprimerie Print Solutions, j'ai échangé avec Isabelle Hefty pour toute la procédure. J'ai envoyé les documents au format PDF en veillant à bien mettre les modalités d'impression avec le fond perdu, traits de coupe. Les impressions ont pris du retard à fait que le virement a été bloqué ce qui signifie que les impressions ont été réalisées le lundi 10 janvier 2022.

À la suite d'une discussion avec mon tuteur, le président de l'association et la trésorière, l'imprimerie «Print solutions» correspondait à leurs attentes au niveau du budget. J'ai donc échangé plusieurs mails avec Isabelle Hefty, assistante commerciale et administrative. Lors d'un échange téléphonique, Madame Hefty m'a informé que le graphiste serait absent plusieurs semaines et que je ne pourrais pas obtenir un bon à tirer. En guise de BAT, le président de Campus3 Arthur Aubrais a signé le devis avec la mention "bon pour accord" à la place du président de l'AGORAÉ qui n'était pas disponible.

Le planning final permet d'observer si la mise en place et le déroulement des solutions de communications ont respecté la démarche du projet.

J'ai envoyé un bilan de qualité Google Forms par mail dans les établissements scolaires afin de savoir si mon projet a eu des retombées positives vis-à-vis des étudiants. De plus j'ai demandé ce qui pourrait être amélioré ou mis en place dans le futur.

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 document d'éventuel ajustement.
- 1 document de recherche de prestataire.
- 4 demandes de devis (mail).
- 2 devis.
- 8 envois de mail avec le prestataire.
- 1 bon pour accord.
- 1 planning final.
- 1 bilan de qualité.

Qualitatifs :

- Document d'éventuel ajustement nécessaire.
- Document de recherche de prestataire comparatif.
- Envois de mail pour des devis professionnels.
- Devis récapitulatifs.
- Mails avec le prestataire m'informant de la démarche.
- Bon pour accord remplaçant le BAT.
- Planning final ajuster.
- Bilan de qualité complet.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Document d'éventuels ajustements.		X		X	
Chercher et choisir un prestataire.		X		X	
Document de demande, réception et relance de devis.		X		X	
Échange avec le prestataire et le bon pour accord.		X		X	
Planning final		X		X	
Bilan de qualité		X		X	

Sit 3.1.2 Création de liens permanents à des sources d'informations

C31.4 : Rechercher et sélectionner des sources

Titre de la fiche : Rechercher et sélectionner des sources pour l'AGORAÉ			
Fonction : 3 – Veille opérationnelle			
Classe de situation : 3.1 – Recherche permanente d'informations Situation : 3.1.2. Création de liens permanents à des sources d'informations			
Compétence générale : C31 – Organiser une veille informationnelle Compétence : C31.4. Rechercher et sélectionner des sources Description :			
L'association AGORAÉ souhaite créer des liens permanents à des sources d'information dans le but de suivre les actualités en rapport avec son milieu.			
Les liens permanents servent à collecter, récupérer de l'information et mesurer la fiabilité de chaque source. Il est donc demandé de repérer les sources d'information en rapport avec le milieu associatif, les établissements scolaires et potentiellement les autres AGORAÉ de France.			
De quelle manière le stagiaire a-t-il regrouper les sources d'information afin d'avoir un suivi de celle-ci. Évaluer la fiabilité est également nécessaire.			
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants			
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>		F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :		Localisation :	
Vécue	<input checked="" type="checkbox"/>	Organisation	<input checked="" type="checkbox"/>
Observée	<input type="checkbox"/>	En établissement de formation	<input type="checkbox"/>
Simulée	<input type="checkbox"/>	Autres	<input type="checkbox"/>
Mixte	<input type="checkbox"/>		
Dates : 28/06/2021 - 16/12/2021		Durée : 172 jours	
Contexte de la situation de travail :			
Afin de rechercher et de sélectionner des sources, je me suis appuyé sur la veille documentaire que j'ai réalisée au tout début de mon projet. À partir de mes informations, j'ai cherché les différents canaux de communication des autres associations AGORAÉ de France afin de créer des liens permanents. Cependant, elles ne disposent pas de liens (flux RSS, newsletter...).			
En ce qui concerne le lien permanent ou permalien, il est conçu pour référer un élément d'information sur internet. Il y a un lien unique vers une page web de façon permanente. La particularité est le fait que le lien restera le même malgré de possibles changements. Le lien permanent sert également à se faire plus facilement référencer grâce au SEO (référencement naturel).			
Acteurs :			
- Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Moi-même, stagiaire.			
Mission(s) / tâche(s) :			
- Création d'un profil Instagram. - Abonnement a des newsletters. - Réalisation d'un tableau qui reprend les inscriptions. - Mise en place d'un compte Netvibes avec des flux RSS. - Récapituler dans un document les différents flux RSS. - Conception d'un document de fiabilité des sources. - Faire une capture d'écran transmission de documents par Google Drive.			
Démarche :			
Afin d'avoir plusieurs sources exploitables pour collecter des informations, j'ai décidé de créer un profil Instagram avec mon			

Sit 3.1.2 Création de liens permanents à des sources d'informations

C31.4 : Rechercher et sélectionner des sources

adresse mail campus3. Ça me permet de grouper et de voir les comptes de toutes les AGORAÉ de France ainsi que d'autres profils en rapport avec le projet. Actuellement, je suis abonné à 35 profils. Le profil Instagram me permet de comparer les actions réalisées en termes de projet et de contenu.

À la suite, je me suis dirigé vers les abonnements newsletter (La FAGE, Le Crous de Reims...) afin de suivre l'actualité de différentes sources qui intéressent l'association. L'abonnement me permet de rester informé des différents sujets et d'observer de potentielles nouvelles innovations. Pour éviter d'avoir plusieurs captures d'écrans de tous les abonnements, j'ai fait un tableau récapitulatif.

Afin de regrouper les flux RSS (=une ressource dont le contenu est produit automatiquement en fonction des mises à jour d'un site web), plusieurs sites gratuits permettent de les regrouper. Cependant, tous les sites n'ont pas de flux RSS. J'ai donc regroupé ses flux grâce au site Netvibes où j'ai créé un profil et inséré les flux qui me semblent importants. J'ai importé le lien du site internet de l'AGORAÉ dans le widget lien. Pour avoir une meilleure vue d'ensemble j'ai divisé les flux sur trois pages.

Sur le même principe que les abonnements des newsletters, j'ai fait un document qui reprend les trois pages avec les différents flux RSS. J'ai également mis les captures d'écran dans le même document pour éviter la multiplication des annexes.

Lorsque le travail de recherche et de sélection est réalisé, j'ai créé un document pour analyser la fiabilité de ses sources. Le fait de vérifier la fiabilité des sources est très important, car sur internet tout le monde a la possibilité de publier sur internet et il est très important de vérifier la véracité de l'information.

Puisque la fin de mon projet arrive, il est important de partager la totalité des documents réalisés depuis le début de mon premier stage en mai. C'est pour cela que j'ai partagé la totalité de mon travail à l'aide de Google Drive, c'est un moyen rapide et efficace pour le transfert de documents.

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 profil Instagram.
- 6 abonnements à des newsletters.
- 1 tableau récapitulatif des inscriptions.
- 1 compte Netvibes avec des flux RSS.
- 1 document sur les différents flux RSS.
- 1 document de fiabilité des sources.
- 1 capture d'écran transmission de documents par Google Drive.

Qualitatifs :

- Profil Instagram dynamique.
- Abonnements à des newsletters intéressantes.
- Tableau des inscriptions newsletter approprié.
- Compte Netvibes avec des flux RSS en rapport avec le projet.
- Document sur les différents flux RSS qui reprend les flux sur Netvibes.
- Document de fiabilité des sources récapitulatifs.
- Capture d'écran transmission de documents par Google Drive nécessaire.

Supports (productions) associés :	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Création d'un profil Instagram.		X		X	
Tableau récapitulatif des inscriptions à des newsletters et captures écrans.		X		X	
Inscription à Netvibes et les différents flux.		X		X	
Document sur la fiabilité des sources.		X		X	
Transmission de tout mon projet sur Drive.		X		X	

Sit 3.3.1 Mise à jour d'une base d'informations

C33.1 : Sélectionner des informations

Titre de la fiche : Sélectionner des informations de l'association AGORAÉ	
Fonction : 3 – Veille opérationnelle	
Classe de situation : 3.3 – Enrichissement d'un système d'information	
Situation : 3.3.1. Mise à jour d'une base d'informations	
Compétence générale : C33 – Contribuer à l'enrichissement d'une base d'informations	
Compétence : C33.1. Sélectionner des informations	
Description :	
L'annonceur demande la mise à jour d'une base d'information, c'est pour cela qu'il est nécessaire de sélectionner et de faire un lien entre les différentes informations et apprécier l'utilité potentielle des informations.	
La base de données est dans le Drive commun de l'association donc tous les membres du bureau y ont accès. Il est donc demandé d'indiquer ce qui pourrait être amélioré afin qu'elle soit plus lisible et mieux organisée pour que chacun en fasse bon usage.	
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants	
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/> F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :	Localisation :
Vécue <input checked="" type="checkbox"/>	Organisation <input checked="" type="checkbox"/>
Observée <input type="checkbox"/>	En établissement de formation <input type="checkbox"/>
Simulée <input type="checkbox"/>	Autres <input type="checkbox"/>
Mixte <input type="checkbox"/>	
Dates : 06/12/2021 - 07/12/2021	Durée : 2 jours
Contexte de la situation de travail :	
Pour la mise à jour d'une base d'information, j'ai pris la base de données des contacts des établissements scolaires que mon tuteur m'a fait parvenir par mail en me demandant de l'analyser pour ensuite la modifier.	
Acteurs :	
- Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Moi-même, stagiaire.	
Mission(s) / tâche(s) :	
- Réception d'un mail provenant de mon tuteur. - Récupération de la base de données initiale. - Analyse de la base de données.	
Démarche :	
La fin du projet arrive, c'est pour cette raison que mon tuteur m'a envoyé un mail pour me demander de reprendre la base de données des contacts des établissements scolaires pour que je puisse faire un retour sur celle-ci et proposer des modifications.	
J'ai eu deux moyens pour récupérer la base de données initiale. Mon tuteur, Thibaut, me l'a envoyé par mail. Quant à la deuxième solution, je pouvais aller consulter le Drive commun de l'association.	
Afin d'analyser la base de données objectivement, j'ai observé cette dernière en analysant le contenu, la forme, les couleurs et sa classification. J'ai créé un document qui reprend les grands points à améliorer avec des remarques et des propositions. Mon but est que la base de données soit réorganisée afin qu'elle soit plus lisible, simple d'utilisation et opérationnelle.	
Résultats :	
Quantitatifs :	

Sit 3.3.1 Mise à jour d'une base d'informations

C33.1 : Sélectionner des informations

- 1 mail de la part de mon tuteur.
- 1 base de données initiale.
- 1 analyse de la base de données.

Qualitatifs :

- Mail de la part de mon tuteur exprimant sa demande.
- Base de données initiale sans modification.
- Document d'analyse de la base de données objective.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Demande et analyse de la base de données.		X		X	
Base de données initiale des établissements supérieurs de Troyes.		X		X	

Sit 3.3.1 Mise à jour d'une base d'informations

C33.2 : Actualiser une base d'informations

Titre de la fiche : Actualiser une base d'informations de l'association AGORAÉ	
Fonction : 3 – Veille opérationnelle	
Classe de situation : 3.3 – Enrichissement d'un système d'information Situation : 3.3.1. Mise à jour d'une base d'informations	
Compétence générale : C33 – Contribuer à l'enrichissement d'une base d'informations Compétence : C33.2. Actualiser une base d'informations Description :	
<p>À la suite de la compétence de sélection des informations, l'annonceur souhaite actualiser la base d'informations qui n'est d'autres que la base de données. Il est attendu de classer les informations, de supprimer les informations obsolètes et d'alerter les utilisateurs concernés.</p> <p>À la demande de mon annonceur, il est demandé au stagiaire de modifier la base de données et d'envoyer cette dernière par mail en expliquant le processus et la raison des changements effectués.</p> <p>Il serait bien que la base de données modifiée devienne un modèle pour les autres bases de données que l'association AGORAÉ a en sa possession.</p>	
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/> F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>	
Nature de la situation :	Localisation :
Vécue <input checked="" type="checkbox"/>	Organisation <input checked="" type="checkbox"/>
Observée <input type="checkbox"/>	En établissement de formation <input type="checkbox"/>
Simulée <input type="checkbox"/>	Autres <input type="checkbox"/>
Mixte <input type="checkbox"/>	
Dates : 08/12/2021 - 10/12/2021	Durée : 3 jours
Contexte de la situation de travail :	
<p>Pour actualiser au mieux la base d'information, je dois prendre en compte la classification des informations, supprimer les informations obsolètes et alerter les utilisateurs concernés.</p> <p>Les deux compétences étant liées, je dois être attentif lors de la sélection des informations utiles et celle qui ne sont pas adaptés.</p>	
Acteurs :	
<ul style="list-style-type: none"> - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Les utilisateurs concernés (certains membres du bureau). - Moi-même, stagiaire. 	
Mission(s) / tâche(s) :	
<ul style="list-style-type: none"> - Copie et modification de la base de données. - Base de données avant/après actualisation. - Document justificatif. - Envoi de la nouvelle base de données par mail. - Retour du mail de mon tuteur. 	
Démarche :	
<p>Afin d'actualiser une base d'informations, j'ai procédé de la manière suivante. Tout d'abord j'ai copié la base de données qui m'a été envoyée de la part de mon tuteur par mail. Après avoir observé, j'ai procédé à l'actualisation de la base de données. <u>Premièrement</u> j'ai séparé la base de données en quatre feuilles pour l'optimiser. J'ai ensuite choisi les informations que je désire mettre dans chaque feuille. <u>Deuxièmement</u>, j'ai classé les différents établissements par ordre alphabétique pour avoir une meilleure visibilité. <u>Troisièmement</u>, j'ai ajouté les contacts qui n'apparaissaient pas dans cette base de données que j'ai</p>	

Sit 3.3.1 Mise à jour d'une base d'informations

C33.2 : Actualiser une base d'informations

obtenue lors de mon stage. Pour terminer, j'ai inclus la deuxième base de données qui était accessible avec un lien.

Afin de mieux visualiser la modification de la base de données, j'ai créé un document qui représente la différence entre la base initiale et l'actualisation. Je montre une vue d'ensemble sur la base de données, les feuilles et leurs contenus avant/après le changement.

J'ai créé un document justificatif qui permet d'expliquer que certaines informations étaient mal placées, inadaptées et plus d'actualité. Je me suis permis également de revoir l'organisation de la base de données en hiérarchisant les informations et en créant de nouvelles pages de façon à ce que la base de données soit plus lisible.

Lorsque la modification et la justification ont été effectuées, j'ai rédigé un mail que j'ai envoyé à mon tuteur. Celui-ci permet à l'interlocuteur de recevoir les documents rapidement de façon à ajuster les modifications.

J'ai reçu la réponse deux heures après l'envoi de mon mail celui-ci s'avérant positif. J'ai transféré la base de données sur Google Drive afin que l'équipe puisse en bénéficier.

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 copie et modification de la base de données.
- 1 base de données avant/après actualisation.
- 1 document justificatif.
- 1 envoi de la nouvelle base de données par mail.
- 1 réponse par mail.

Qualitatifs :

- Copie et modification de la base de données améliorée.
- Base de données avant/après actualisation comparable.
- Document justificatif compréhensif.
- Envoi de la nouvelle base de données par mail récapitulatif.
- Réponse par mail positive.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
Copie et actualisation avant/après de la base de données.		X		X	
Document de justification.		X		X	
Les utilisateurs concernés par la base de données ont été informés.		X		X	

Sit 3.4.2 Contribution à la sécurité d'un SI

C34.2 : Participer à la sécurité d'un système d'information

Titre de la fiche : Participer à la sécurité d'un système d'information de l'association AGORAÉ	
Fonction : 3 – Veille opérationnelle	
Classe de situation : 3.4 – Amélioration d'un système d'information	
Situation : 3.4.2. Contribution à la sécurité d'un système d'information	
Compétence générale : C34 – Contribuer à la qualité d'un système d'information	
Compétence : C34.2 Participer à la sécurité d'un système d'information	
Description : L'annonceur demande la contribution à la sécurité d'un système d'information d'un document ou d'un élément afin de sécuriser des données qui pourraient être importantes. En rapport avec la sécurisation d'un système d'information, il faut appliquer des règles de confidentialité et des procédures d'accès au système d'information. Trouver un document à sécuriser qui semble pertinent et qui puisse être protégé en cas de piratage ou de virus est important. Il faut avoir une réflexion sur la sécurité informatique en général. Prendre exemple sur un site tel que l'ANSSI. Avoir une réflexion personnelle sur les risques du numérique et les dangers d'internet.	
F1, F3 - Projet <input checked="" type="checkbox"/> Développer l'association AGORAÉ, une association pour étudiants	
F1, F3 - hors projet <input type="checkbox"/>	F2 Relations commerciales <input type="checkbox"/>
Nature de la situation :	Localisation :
Vécue <input checked="" type="checkbox"/>	Organisation <input checked="" type="checkbox"/>
Observée <input type="checkbox"/>	En établissement de formation <input type="checkbox"/>
Simulée <input type="checkbox"/>	Autres <input type="checkbox"/>
Mixte <input type="checkbox"/>	
Dates : 13/12/2021 - 15/12/2021	Durée : 3 jours
Contexte de la situation de travail : De nos jours, presque la totalité des personnes utilise internet, poste des publications, annonces, stories. Toute présence sur le web est soumise aux dangers d'internet. L'accroissement de la cybercriminalité augmente l'importance de protéger le système d'information. Le danger peut se traduire par un piratage, un virus, un site bloqué ou l'usurpation d'identité ce qui est illégal. Afin de sécuriser les identifiants de LinkedIn, en mettant le document en libre accès sur le Drive de l'association, j'ai utilisé une fonctionnalité sur InDesign qui permet de mettre un mot de passe.	
Acteurs : - Thibaut Dumonet, mon tuteur de stage. - Moi-même, stagiaire.	
Mission(s) / tâche(s) : - Réflexion sur la sécurité informatique (ANSSI). - Création d'un mot de passe pour sécuriser un document.	
Démarche : Dans l'optique de diminuer les dangers d'internet lié à la cybercriminalité, j'ai pris connaissance des principales menaces (l'espionnage, le sabotage et la déstabilisation) qu'un système d'information peut rencontrer. J'ai consulté le site de l'ANSSI (Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information). Sur ce site, il y a de nombreuses rubriques. Je me suis dirigé vers la rubrique des entreprises et celle des principales menaces. J'ai sélectionné ensuite, deux articles qui me semble pertinents afin de protéger le SI. Je sais désormais me prémunir de ses menaces, et d'évaluer le niveau d'exposition à la menace cyber. En ayant partagé tout mon projet sur le Drive commun de l'association, l'identifiant et le mot de passe du réseau social LinkedIn ne doivent pas être connus de tous. C'est pour cette raison que j'ai mis un mot de passe sur le document grâce à	

Sit 3.4.2 Contribution à la sécurité d'un SI

C34.2 : Participer à la sécurité d'un système d'information

une des fonctionnalités du logiciel Indesign lors de l'export du document au format PDF dans la rubrique «protection». Le code sera demandé lors de l'ouverture du fichier. Je communiquerais le mot de passe seulement à mon tuteur et au président de l'AGORAÉ.

Résultats :

Quantitatifs :

- 1 réflexion sur la sécurité informatique (ANSSI).
- 1 mot de passe pour sécurité un document.

Qualitatifs :

- Réflexion sur la sécurité informatique (ANSSI) importante.
- Création d'un mot de passe pour sécurité un document privé.

Supports (productions) associés :

	Origine			Nature	
	à disposition	créé	adapté	numérique	autre
La sécurité de l'information ANSSI.		X		X	
Création d'un mot de passe.		X		X	



Annexes



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C11.1

Le Brief annonceur

L'ANNONCEUR



- Association AGORAÉ à but non lucratif qui lutte pour les étudiants en situation de précarité.
- Un projet de la FAGE (Fédération des Associations Générales Étudiantes).
- AGORAÉ de Troyes affilié à la FET = Fédération des Étudiants de Troyes (FET Campus 3).
- Ouverture en 2018 à Troyes.
- **Ce que l'association propose** : une épicerie sociale et solidaire, un lieu de vie, une cuisine, une machine à laver, un sèche-linge, des ordinateurs et une imprimante.

L'environnement

L'AGORAÉ de Troyes n'a pas le même statut que les autres associations en France, car elle provient de campus 3. C'est toujours un projet de la FAGE mais fonctionne différemment.

Pas de concurrent dans l'Aube.

Contraintes : financières (pas de budget communication ou très peu après demande), manque de gestion, pas de logiciel pour la communication.

La position concurrentielle

Forces : Favorise les personnes en situation de précarité. Des prix en dessous du marché, bonne écoute, accompagnement. Nombreux partenaires.

Faiblesses : Peu de bénéficiaires sur la totalité des étudiants à Troyes (environ 200 bénéficiaires sur 11 400 étudiants à Troyes en 2020/21), pas de professionnels, peu de renommée, absence de visibilité.

Opportunités : Pas de concurrent, seule association présente dans Troyes et l'Aube, acquisition d'un nouveau local (proche UTT).

Menaces : La Covid empêche certaines actions, peu de ressources financières, association encore peu connue.

Cf : SWOT

La problématique

“De quelle manière pourrais-je permettre à l'AGORAÉ de gagner en visibilité en incluant les établissements scolaires d'études supérieures et les particuliers sachant que le budget reste limité ?”

Média : Site internet, réseaux sociaux (Facebook, Instagram). Flyer non mis à jour, une brochure/ livre de recettes culinaire de la FAGE/AGO, un dépliant de la FAGE.

Hors média : Présence de petits événements (soirée jeux, cours de cuisine), participation à des événements par le biais de Campus3.

Communication inclusive.

Les cibles

- Les étudiants qui peuvent : Devenir bénéficiaire. Devenir bénévoles. Tous étudiants afin de profiter du lieu de vie.

- Les particuliers.

- Cible relais
Les établissements scolaires, entreprises ou les collectivités territoriales qui feraient des dons.

Le budget a bien été évoqué, mais sera établi lors de la proposition de solution de communication.
=après le propl.

Première période de stage : du 10 mai au 2 juillet 2021.

Deuxième période de stage : 8 novembre au 17 décembre 2021.

Budget + planning

- Action envers les établissements scolaires d'études supérieures.

- Établir les documents de base pour une communication solide.

- Proposer des éléments pour dynamiser les réseaux sociaux.

- Faire connaître auprès des étudiants, mais aussi auprès des particuliers (dans le but d'avoir des dons monétaires et des denrées alimentaires).

Les prestations attendues



Le fait que l'association soit dirigée par des étudiants, il y a un manque de temps, de budget, un manque de professionnel au niveau de la communication de façon à la rendre optimale.

C11.1

12/05/2021

La veille documentaire de l'association AGORAÉ

1.2.1

Veille documentaire

Annonceur : AGORAÉ

Support d'aide à la veille documentaire : Flyer de l'association, un livre de recettes, un dépliant de la FAGE, un site internet et une page Facebook / Instagram.

Page de la FAGE

<https://www.fage.org/innovation-sociale/solidarite-etudiante/agorae-fage/>

TITRE	Tableau QQQCCP
-------	-----------------------

Qui ?	Association AGORAÉ de Troyes
Quoi ?	<p>Cette association est un projet de la FAGE (Fédération des Associations Générales Etudiantes) et est rattachée à la Fédération des Etudiants de Troyes (FET Campus 3). Elle n'a donc pas le même statut juridique que les autres AGORAÉ de France.</p> <p>C'est la première et la seule épicerie sociale et solidaire étudiante de Troyes. C'est un lieu d'entraide, de partage, de convivialité pour tous. L'épicerie est accessible sur critères sociaux avec un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs et une imprimante.</p> <p>Pour les étudiants bénéficiaires, le budget autorisé par l'assistante sociale pour avoir accès à l'épicerie est de 3-4€ à 22€ maximum par mois en fonction du RAV de l'étudiant (reste à vivre : moins de 7€ par jour).</p> <p>Conditions : Hors CAP, hors ceux domiciliés au sein du foyer familial et hors ceux qui ont un reste à vivre supérieurs de 7€ par jour.</p>
Où ?	<p>-Un local principal au centre-ville de Troyes (rue de Jargondis). -Un deuxième local partagé avec campus3 près de l'UTT.</p>
Quand ?	<p>La première association AGORAÉ qui a été ouverte en France date de 2011. Ouverture en 2018 à Troyes.</p>
Comment ?	L'association est tenue par un bureau composé d'étudiants, de volontaires en service civique, et de bénévoles.
Combien ?	<p><u>AGORAÉ dans toute la France</u>: *chiffre avant la Covid 30 associations. 12 301 bénéficiaires. 264 volontaires en service civique.</p> <p><u>AGORAÉ à Troyes</u> : 1 association. 2 lieux. Plus ou moins 200 bénéficiaires sur 11400 étudiants en 2020/2021 à Troyes. 3 VSC (volontaire en service civique).</p>
Pourquoi ?	Pour aider les étudiants en situation de précarité liée au manque pécuniaire dû aux études supérieures. De leur permettre d'accéder à différents services (épicerie sociale et solidaire, lave-linge, imprimantes...), ainsi qu'un lieu de vie.

Veille à partir de leurs ressources : site internet, réseaux sociaux, communication antérieure.

SITE INTERNET

Page d'accueil du site internet



Rubriques

Devenir bénéficiaire : Étudiants troyens en situation précaire, épicerie solidaire.

3 étapes pour devenir bénéficiaire :

- **Étape 1 :** Création du dossier

Lien du dossier :

<https://agorae.campus3.fr/wpcontent/uploads/2021/02/DOSSIER-DEMANDE-AGOARE.pdf>

Envoyer à l'adresse mail : agorae@campus3.fr

- **Étape 2 :** Étude du dossier

Assistante sociale contactera l'étudiant pour les pièces justificatives et confirmer que celui-ci peut accéder à l'épicerie.

- **Étape 3 :** Passage du dossier en commission.

Devenir bénévole : étudiants majeurs et motivés.

4 étapes pour devenir bénévole :

- **Étape 1 :** Faire part de l'envie d'être bénévole à l'équipe par mail ou au sein de l'Agoraé.
- **Étape 2 :** Prendre connaissance des missions qui peuvent être données.
- **Étape 3 :** Être ajouté sur un groupe Messenger pour donner des informations sur les missions.
- **Étape 4 :** Rends-toi à l'Agoraé quand tu veux.

- Les réseaux sociaux sur le site : Facebook / Instagram / adresse mail / adresse et horaires

Possède une FAQ (foire aux questions).

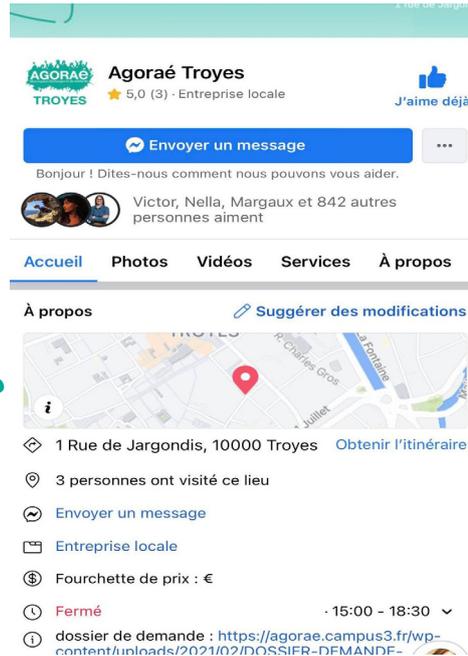
Les Partenaires



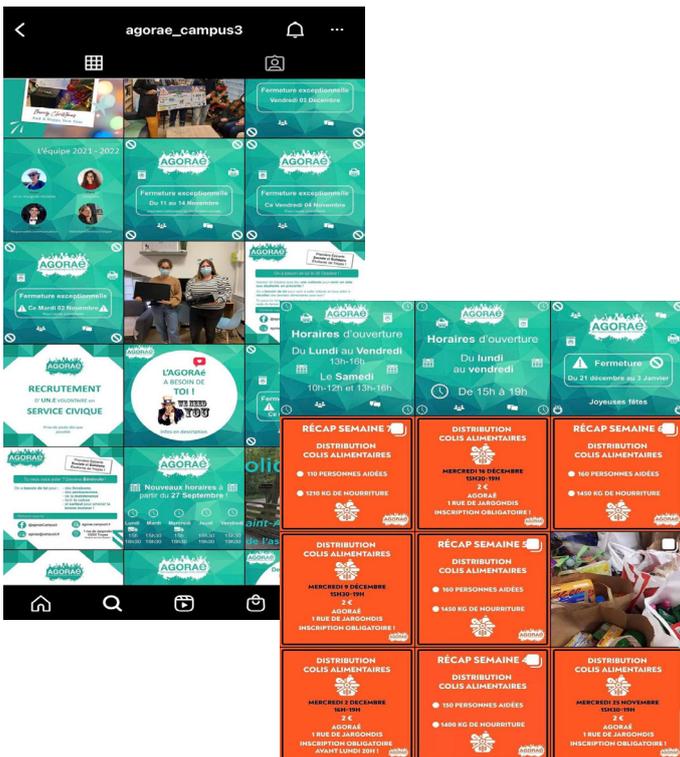
FACEBOOK



- Image de couverture fidèle à leur charte graphique.
- Le "à propos" est bien rempli de toutes les informations nécessaires.
- Publication similaire à tous les réseaux sociaux.
- 749 personnes aime la page en mai 2021 et 840 en janvier 2022.



INSTAGRAM



- 401 abonnés en mai 2021, 574 en janvier 2022.
- Changement de couleur de publication soudaine qui ne coordonne pas au feed et aux couleurs de l'association.
- Publication Halloween qui est bien ! (à prendre en exemple)
- La publication du mur des anciens bénévoles est une bonne idée
- Publication qui manque de visuels "humains".
- Pas d'utilisation de hashtags pour promouvoir l'association.
- Qu'une publication à la une.

1

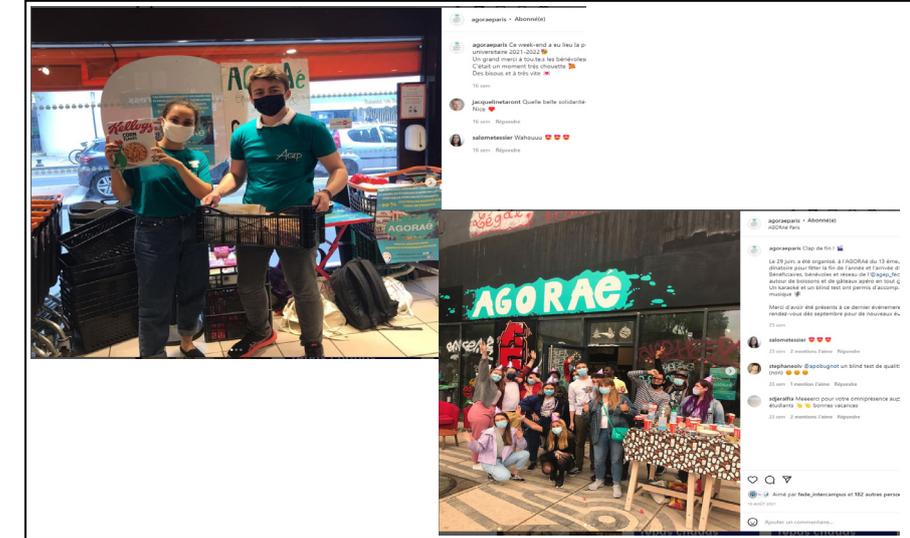
COMMUNICATION ANTERIEURE PRINT A DISPOSITION

Livret de la FAGE, livre de recette AGORAé de FrancexFAGE, des anciens flyers et une carte pour les bénéficiaires.

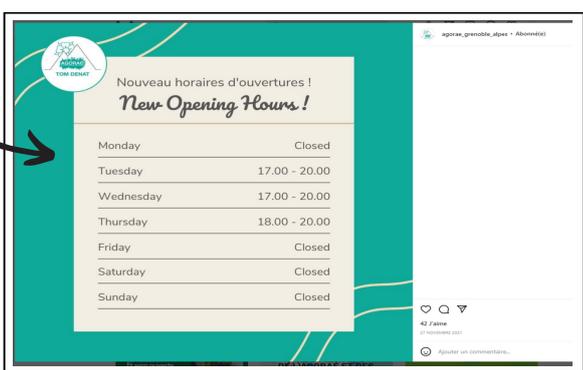


2 D'AUTRES AGORAÉ EN FRANCE

<https://www.instagram.com/agoraeparis/>
Instagram de l'AGORAé Paris centre est à prendre en exemple. Le genre de publication où on voit les bénévoles et le stock de nourriture est quelque chose qui fonctionne très bien. C'est le côté "humain" que je voudrais amener.



3 https://www.instagram.com/agoraee_grenoble_alpes/
Les dernières publications sont sympas donc pourquoi pas s'inspirer de la même idée (esthétique).



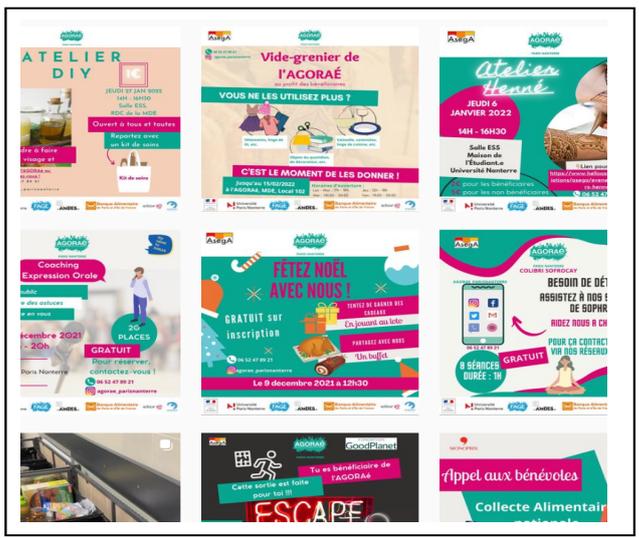
4

C11.1

12/05/2021

La veille documentaire de l'association AGORAÉ

1.2.5



4
https://www.instagram.com/agorae_parisnanterre/?hl=fr
 Très très bonne page Instagram et bonne amélioration de la charte graphique.

5

<https://www.instagram.com/agoraeamiens/?hl=fr>
 J'aime également beaucoup ce feed. Il respecte à la perfection les couleurs.



LES AUTRES ASSOCIATIONS QUI LUTTENT CONTRE LA PRÉCARITÉ

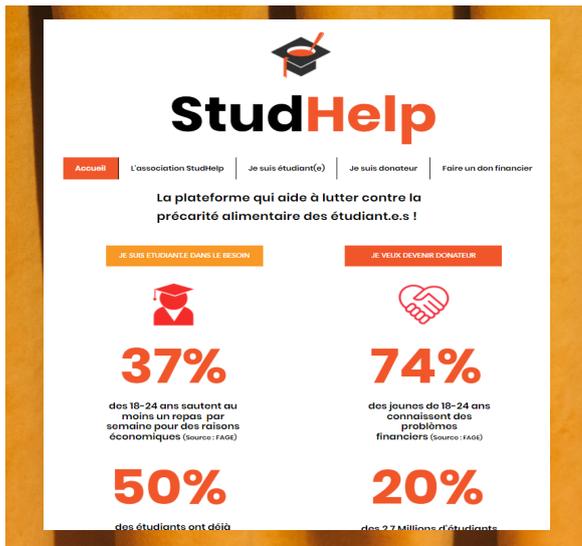


-Co'p1 :
<https://cop1.fr/>
<https://www.instagram.com/cop1.solidarites.etudiantes/>
 Co'p1 a le même principe que l'AGORAÉ. Située à Paris (Bastille et porte de Vanves), elle distribue des produits invendus, de denrées alimentaires et des produits de première nécessité.

-Droit des étudiants :

<http://sos-etudiants.fr/>

La fac de droit de Rennes aide les étudiants en précarité.



-Studhelp :

<https://www.studhelp.fr/>

Association qui a le même but que l'AGORAÉ créer par trois amis venant du Sud Francilien.

-Gaelis :

<http://gaelis.fr/>

Le groupe Gaelis (Groupement des Associations Élus Étudiantes de Lyon Indépendants et Solidaires) fonctionne avec l'AGORAÉ de Lyon.

Elle peut être comparée avec l'AGORAÉ de Troyes et Campus3.



C11.1

13/05/2021

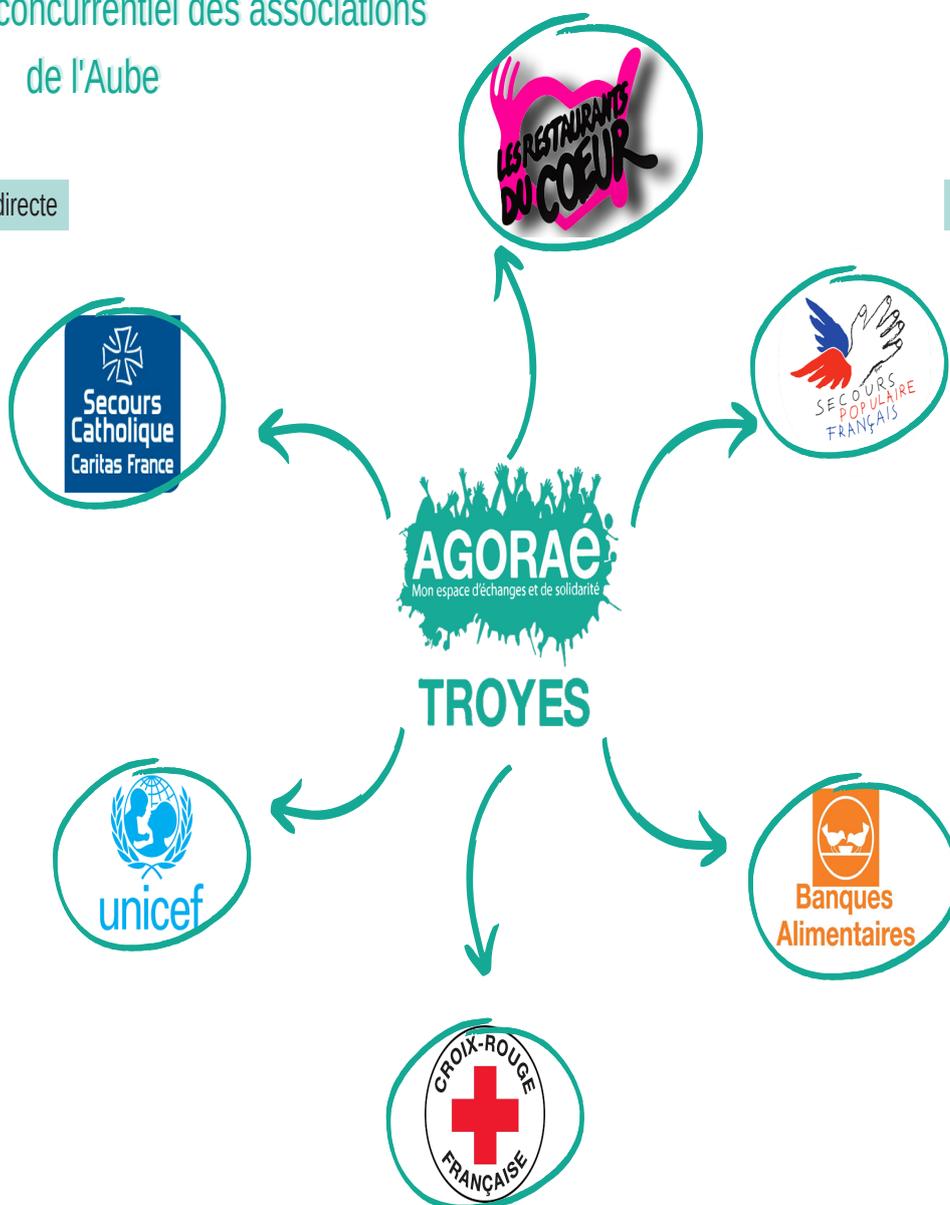
Benchmark non concurrentiel des associations de l'Aube

1.3.1

Benchmark non concurrentiel des associations
de l'Aube

Association indirecte

Association directe



C11.1

14/05/2021

Le SWOT de l'AGORAÉ

1.4.1

SWOT



INTERNE

STRENGTHS (FORCES)

- L'AGORAÉ est une association.
- Apporte du dynamisme du fait que c'est géré par des étudiants.
- Favorise l'accueil des personnes en situation de handicap et des personnes en situation de précarité .
- Lutte contre l'isolement social de ses personnes.
- Situé au centre-ville de Troyes.
- Possède de nombreux partenaires.
- Possibilité d'organiser des activités (hors Covid).
- Bonne écoute et accompagnement.
- Possède un lieu convivial (salon, cuisine, ordinateur, machine à laver...).
- Des prix très intéressants pour les bénéficiaires.
- L'épicerie permet de correspondre au budget de l'étudiant.
- Possession d'outils pour communiquer (site internet, réseaux sociaux).
- Explication de l'association sur les réseaux sociaux satisfaisants.

WEAKNESSES (FAIBLESSES)

- Peu de visiteurs sur la totalité des étudiants (11 400 en 2020/2021 à Troyes).
- Peu de bénéficiaires (200) par rapport à la totalité des étudiants.
- Peu de visibilité et de diversification sur les réseaux sociaux.
- Peu de moyens financiers.
- Peu de temps consacré à la communication (communication trop faible).
- Pas de professionnels dans l'association (des étudiants).
- Il manque de place au sein du bâtiment.
- Il manque des informations sur le site internet.
- Pas assez de démonstration "humaine" sur les réseaux sociaux.
- Sur Instagram, il n'y a pas de story à la une pour faciliter la circulation de l'information.
- Pas assez de communication print (papier/ flyer /affiche).

C11.1

14/05/2021

Le SWOT de l'AGORAÉ

1.4.2

SWOT



EXTERNE

OPPORTUNITIES (OPPORTUNITÉS)

- Seule association qui aide les étudiants dans Troyes et l'Aube (à part le Crous).
- Pas de concurrence.
- Peuvent améliorer leur communication grâce à des outils divers et simples (Canva, plus de story).
- Peuvent communiquer ou être en lien avec les autres AGORAÉ de France.
- Campus3 soutient l'AGORAÉ en l'incluant lors d'évènements.
- Acquisition du nouveau local, près de l'UTT, place du RU.
- Étant donné la hausse d'étudiants en situations précaires et en isolement social, le taux de bénéficiaire augmente.
- Le fait que l'association est tenue par des étudiants pour des étudiants (facilités d'échange).

THREATS (MENACES)

- La Covid19 empêche l'exploitation de l'association à 100% (lieu de vie, évènements, activités).
- Peu de ressources financières.
- Peu d'étudiants connaissent l'association.
- Manque de dons (denrées alimentaires et monétaires).

C11.1

14/05/2021

Le SWOT de l'AGORAÉ

1.4.3

SWOT



Bilan de la situation

Pour commencer, l'AGORAÉ dispose de nombreuses forces, dû au dynamisme de l'association et de ses dirigeants qui sont étudiants. Elle favorise l'entraide et lutte contre l'isolement social. Il y a une bonne écoute, un bon accompagnement. Les partenaires aident au développement de l'association et leur présence sur les réseaux sociaux est un atout très important. Celle-ci se situe en plein cœur du centre-ville de Troyes ce qui favorise également son accessibilité.

En revanche, l'AGORAÉ a quelques faiblesses, celle de se faire connaître. Un manque de professionnalisme dû au fait que ce soit des étudiants qui gèrent entièrement l'association. Il n'y a pas de budget défini réserver à la communication. Le dynamisme sur les réseaux sociaux pourrait être amélioré afin d'accroître leur visibilité.

Cependant, l'AGORAÉ possède des opportunités du fait que ce soit la seule association qui lutte contre la précarité des étudiants dans le département. Elle n'a donc pas de concurrence ce qui est un avantage. Étant donné que la situation des étudiants se dégrade, l'association aimerait aider un maximum de personnes.

Pour finir, la Covid19 est une menace, car elle ne permet pas de faire toutes les activités prévues. Le fait que très peu de personnes ne connaissent pas l'AGORAÉ, celle-ci doit redoubler d'efforts pour arriver à subvenir aux différents besoins.

Il y a une particularité dans le fait que ça soit des étudiants qui gèrent l'association, cela présente un avantage pour faciliter les échanges entre les membres de l'association et les personnes qu'ils accueillent. D'autre part c'est une faiblesse, car la gestion est fragile du fait que les membres du bureau ne sont pas exclusivement présents.

3

C11.1

17/05/2021

La problématique

1.5.1

La Problématique

*Le budget sera défini lors des solutions de communication.

“Comment l’association AGORAé Campus3 peut-elle se faire davantage connaître auprès des étudiants et des particuliers afin de gagner en renommée et en visibilité alors qu’il y a une absence de moyens financiers et de matériels pour la communication ?”

Partie n°1 : Les étudiants (bénévoles, bénéficiaires, tous les étudiants).

Partie n°2 : Les particuliers (toutes personnes sauf étudiants qui pourraient aider).

La stratégie de communication

PARTIE 1 : les étudiants

"Potentiels" étudiants bénéficiaires

Cibles

Cœur de cible : Les étudiants en précarité / 18-45 ans / CSP - / dans les études supérieures vivant hors du foyer familial / rural - citadins autour de Troyes.

Cible principale : Les étudiants / 18-55 ans* / CSP normale a - / dans les études supérieures / dans l'Aube.

Cible relais : Les bénévoles, les bureaux des étudiants, les présidents responsables des études sup, relais d'influence (jeune).

*: jusqu'à 55 ans, car il y a 3 bénéficiaires en reconversion professionnelle.

Objectifs

- **Cognitif** : Faire connaître l'association (l'histoire), leurs actions (aider les étudiants en précarité) et leurs services (activité au sein de l'association, les biens matériels). Faire découvrir les avantages de devenir bénéficiaire (denrée alimentaire et produits d'hygiène d'une valeur de 10% du prix de base).
- **Conatif** : Faire aimer le concept de l'association, encourager les étudiants en précarité à remplir un dossier pour bénéficier de l'épicerie et profiter des différents services. Adhérer à l'image et aux valeurs de l'association.
- **Affectif** : Faire en sorte que le cœur de cible parle de l'association à d'autres étudiants pour qu'ils viennent. Qu'ils adhèrent au concept.

Positionnement

Type : symbolique
"L'AGORAé, un lieu d'entraide pour les étudiants"

- **Durable** : Les cibles auront toujours besoin de s'alimenter et de pouvoir accéder à différents services.
- **Attractif** : Une épicerie avec des produits variés, différents services à la disposition de l'étudiant. Une ambiance chaleureuse.
- **Crédible** : C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAé en France.
- **Distinctif** : Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube.

Message

L'AGORAé est là pour vous.

Copy stratégie

Promesse : L'AGORAé est une association située au cœur de Troyes, elle propose de nombreux services afin de contribuer au confort et au bien-être des étudiants en situation de précarité avec un accompagnement précis et régulier.

Preuve : L'association est un groupe créé par la FAGE afin d'aider les étudiants. Il y a environ une trentaine d'AGORAé en France.

Bénéfice du consommateur : La cible a la possibilité de faire appel à l'association pour l'aider à mieux vivre en étant étudiant. Tout étudiant peut être susceptible d'être intéressé par cette association grâce à leurs différents services.

Ton du message: Entraide et porteur de sens.

Contrainte : Troyes est une ville moyenne / COVID-19 / pas assez reconnue.

Message : Simple et concis, message impactant.

C11.1

17/05/2021

La stratégie de communication

1.6.2

PARTIE 1 : les étudiants

"Potentiels" étudiants bénévoles

Cibles

Cœur de cible : Les étudiants voulant aider / 18-45 ans / CSP normal / dans les études sup ou en service civique / rural - citadin à Troyes / ayant une certaine disponibilité .

Cible principale : Tous étudiants / 18-55 ans / CSP normal a + / dans l'Aube / ayant une certaine disponibilité.

Cible relais : Les anciens bénévoles, les bénévoles, les membres du bureau, les bénéficiaires, les personnes en reprise d'études.

Objectifs

- **Cognitif** : Faire connaître l'association (l'histoire), leurs actions (aider les étudiants en précarité) et leurs services (activité au sein de l'association, les biens matériels). Faire découvrir les avantages de devenir bénévole (expérience personnelle, humaine et enrichissante ou pour un service civique) et/ou de devenir bénéficiaire.
- **Conatif** : Faire aimer le concept de l'association, encourager les étudiants en recherche d'expérience et voulant aider à contacter l'association pour devenir bénévole. Adhérer aux valeurs et l'image de l'association.
- **Affectif** : Faire en sorte que les futurs adhérents parlent de l'association autour d'eux. Qu'ils aiment ce que l'association propose. Le but étant que de nombreuses personnes deviennent bénévoles.

Positionnement

Type : psychologique
"L'AGORAÉ, une association qui a besoin de vous"

- **Durable** : Il y aura toujours des étudiants qui voudront aider personnellement ou par le biais des études. Développer ses expériences humaines.
- **Attractif** : Une possibilité de vivre une expérience humaine en rencontrant d'autres personnes. Découvrir de nouvelles cultures. Participer à des projets/actions.
- **Crédible** : C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAÉ en France.
- **Distinctif** : C'est une association gérée par les étudiants pour les étudiants. Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube.

Message

Vous en sortirez grandi en étant bénévole au sein de l'AGORAÉ.

Copy stratégie

Promesse : L'AGORAÉ est une association située au cœur de Troyes. Elle propose de nombreux services afin de contribuer au confort et au bien-être des étudiants en situation de précarité avec un accompagnement précis et régulier. Elle permet de s'enrichir humainement et mentalement en ayant des responsabilités afin de venir en aide aux personnes qui en ont besoin.

Preuve : L'association est un groupe créé par la FAGE afin d'aider les étudiants. Il y a environ une trentaine d'AGORAÉ en France.

Bénéfice du consommateur : Cela permet de faire vivre une expérience unique qui responsabilise, une cause connue de tous permettant la rencontre de beaucoup de personnes.

Ton du message: Engagement et porteur de sens.

Contrainte (à toutes les assos) : Bénévolat donc non rémunéré / beaucoup d'investissement personnel à côté des études / pas assez reconnue.

Message : Clair et concis, message impactant.

2

PARTIE 1 : les étudiants

"Tous les étudiants"

Cibles

Cœur de cible : Tous étudiants dans les études sup ou en service civique / 18-45 ans / tout CSP / ruraux - citadin à Troyes / voulant profiter du lieu de vie ou des services proposés (matériel et activité).

Cible principale : Tous étudiants / 18-55 ans / tout CSP / dans l'Aube / voulant profiter du lieu de vie ou des services proposés (matériel et activité).

Cible relais : Les bénévoles, les bénéficiaires, les bureaux des étudiants.

Objectifs

- **Cognitif** : Faire connaître l'association (l'histoire), leurs actions (aider les étudiants en précarité) et leurs services (activité au sein de l'association, les biens matériels). Faire découvrir les avantages de venir dans ce lieu (avoir un espace dédié à la détente, profiter d'ordinateurs, d'une imprimante, d'une machine à laver) et/ou de devenir bénéficiaire/ bénévole.
- **Conatif** : Faire aimer le concept de l'association, encourager les étudiants à venir profiter du lieu de vie et de quelques services. Adhérer à l'image et aux valeurs de l'association.
- **Affectif** : Faire en sorte que les étudiants parlent de l'association comme un lieu chaleureux et convivial à d'autres étudiants. Donner envie aux personnes de venir profiter du lieu.

Positionnement

Type : psychologique

"L'AGORAé une association qui vous apporte beaucoup"

- **Durable** : Il y aura toujours des étudiants qui auront besoin d'un lieu de vie et d'entraide.
- **Attractif** : Profiter d'un lieu de vie accessible pour tous les étudiants ainsi que d'autres services utiles pour la vie de tous les jours. Découvrir de nouvelles cultures et personnes.
- **Crédible** : C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAé en France.
- **Distinctif** : C'est une association gérée par les étudiants pour les étudiants. Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube. Ils peuvent y aller de 15h30 à 19h30 selon les jours.

Message

Venez vous détendre dans notre association.

Copy stratégie

Promesse : L'AGORAé est une association située au cœur de Troyes. Elle propose de nombreux services afin de profiter d'un lieu de vie ainsi que du matériel électronique. Faire des connaissances et être dans un lieu sympa.

Preuve : L'association est un groupe créé par la FAGE afin d'aider les étudiants. Il y a environ une trentaine d'AGORAé en France.

Bénéfice du consommateur : Elle permet d'accéder à un environnement de détente sans préjugé où l'on peut profiter avec ses amis.

Ton du message: Attractif et simple.

Contrainte : Il n'y a pas énormément d'espace pour la détente / beaucoup viennent pour l'épicerie / pas assez reconnue.

Message : Clair et concis, message chaleureux.

C11.1

19/05/2021

La stratégie de communication

1.6.4

PARTIE 2 : les particuliers

Cibles

Cœur de cible : Toutes personnes adultes hors étudiants / 18 à 70 ans / CSP normal+ / à Troyes où dans l'agglomération / qui veulent aider.

Cible principale : Toutes personnes adultes hors étudiants / 18 à 90 ans / CSP normal / dans l'Aube / qui veulent aider.

Cible relais : Les établissements scolaires, les administrations, les chaînes de magasins alimentaires, les petites boutiques de nourriture, les supermarchés, "helloasso".

Objectifs

- **Cognitif :** Faire connaître, faire découvrir l'association à plus de monde possible. Montrer la motivation, les valeurs et l'engagement des étudiants faisant partie du bureau.
- **Conatif :** Faire aimer le concept de cette association, les faire adhérer aux valeurs afin que ces personnes soient touchées.
- **Affectif :** Donner envie aux personnes de faire des dons monétaires ou des denrées alimentaires / hygiène et faire en sorte que l'association prenne un engouement supérieur aux attentes.

Positionnement

Type : psychologique
"Je veux aider les jeunes en difficulté grâce à l'AGORAé."

- **Durable :** Il y aura toujours des étudiants qui auront besoin d'aide pour vivre et des personnes généreuses qui aideront.
- **Attractif :** C'est une association récente qui ne fait qu'évoluer.
- **Crédible :** C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAé en France.
- **Distinctif :** Une association gérée par les étudiants pour les étudiants. Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube. C'est un concept qui amène de la fraîcheur et de l'espoir pour les étudiants.

Message

Aidez les étudiants à sortir de la précarité.

Copy stratégie

Promesse : L'AGORAé est une association située au cœur de Troyes. Elle propose de nombreux services afin d'aider les jeunes en situation de précarité et offre un lieu de vie ouvert à tous.

Preuve : L'association est un groupe créé par la FAGE afin d'aider les étudiants. Il y a environ une trentaine d'AGORAé en France. L'association de Troyes possède de nombreux partenaires.

Bénéfice du consommateur : Cela permet d'aider les jeunes adultes, étudiants à pouvoir se nourrir à moindre coût, de leur faire bénéficier d'activités ce qui leur permet de pouvoir économiser sur leur budget. Les donateurs pourront faire un acte de citoyenneté.

Ton du message : Incitatif.

Contrainte : L'association est peu connue / les futurs donateurs doivent être convaincus.

Message : Direct et encouragement.

4



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C11.2

C11.2

19/05/2021

Recherche des solutions de communication

2.1.1

Recherche de solution de communication

Rappel de la problématique

“Comment l’association AGORAÉ Campus3 peut-elle se faire davantage connaître auprès des étudiants et des particuliers afin de gagner en renommée et en visibilité alors qu’il y a une absence de moyens financiers et de matériels pour la communication ?”

Partie 1 : les étudiants

- Les potentiels bénéficiaires
- Les potentiels bénévoles
- Tous les étudiants

Partie 2 : les particuliers

*LÉGENDE

- réalisable
- moyennement réalisable

Pour la plupart des solutions, elles se confondent et se ressemblent. Toutes les solutions sont accessibles pour les 3 cibles de la partie 1, il suffit de bien distinguer les objectifs.

Partie 1 : les étudiants

Cibles	Solutions réalisables	Solutions moyennement réalisables
Les potentiels bénéficiaires	<ul style="list-style-type: none"> - Dans les établissements scolaires : Mettre en place le dossier d'éligibilité afin de devenir bénéficiaire. *Il faudrait joindre au dossier un flyer explicatif. - Dans les établissements scolaires : Contacter les BDE (bureau des étudiants) afin de leur donner des publications déjà réalisées dans le but de promouvoir l'AGORAÉ. - Faire des affiches ou/et flyers dans les établissements scolaires, de façon à présenter, à donner des explications sur l'association. - Faire des affiches pour le Crous de Troyes (RU) qui pourrait mettre en avant l'association (lien entre repas à 1€ et les étudiants en précarité). - Faire de même avec la MDE (maison des étudiants). - Alimenter les réseaux sociaux de l'AGORAÉ pour faire connaître l'association (story à la une, post...). - Revoir le site internet afin de l'améliorer, ajouter des photos du lieu et compléter celui-ci. 	<ul style="list-style-type: none"> - Créer une vidéo afin de la faire passer dans les classes en début d'année scolaire (septembre) pour faire connaître l'association. Elle serait également postée sur les réseaux sociaux et le site internet. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain temps et une certaine disponibilité pour le bureau. - Refaire le kakemono afin de le présenter lors d'événements. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain coût (environ 200€).

Les potentiels bénévoles	<ul style="list-style-type: none"> - Dans les établissements scolaires : Contacter les BDE (bureau des étudiants) afin de leur donner des publications déjà réalisées dans le but de promouvoir l'AGORAÉ et de donner envie aux jeunes de devenir bénévole. - Faire des affiches ou/et flyers dans les établissements scolaires, de façon à présenter, à donner des explications sur l'association. Motiver les personnes en leur donnant envie de devenir bénévoles. - Alimenter les réseaux sociaux de l'AGORAÉ pour faire connaître l'association (story à la une, post...). - Après la première étape pour devenir bénéficiaire, faire une infographie beaucoup plus complète de l'AGORAÉ pour expliquer son fonctionnement, ainsi que ces missions précises (la caisse, réception livraison, dons, etc). - Revoir le site internet afin de l'améliorer, ajouter des photos du lieu et compléter celui-ci. 	<ul style="list-style-type: none"> - Créer une vidéo afin de la faire passer dans les classes en début d'année scolaire (septembre) pour faire connaître l'association, pour encourager le bénévolat. Elle serait également postée sur les réseaux sociaux et le site internet. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain temps et une certaine disponibilité pour le bureau. - Refaire le kakemono afin de le présenter lors d'événements. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain coût (environ 200€).
--------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

C11.2

21/05/2021

Recherche des solutions de communication

2.1.2

<p>Tous les étudiants*</p> <p>*Ils peuvent avoir accès au lieu de détente, aux ordinateurs. Ils peuvent également imprimer des documents et laver leur linge à un prix moins élevé (plus que les bénéficiaires mais beaucoup moins qu'en grande surface).</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Dans les établissements scolaires : Contacter les BDE (bureau des étudiants) afin de leur donner des publications déjà réalisées dans le but de promouvoir l'AGORAé et d'informer que l'association n'est pas seulement réservée qu'aux personnes en situation précaire. -Faire des affiches ou/et flyers dans les établissements scolaires, de façon à présenter, à donner des explications sur l'association. Informer que tous les étudiants ont la possibilité de venir chercher un panier à 1€ dans le deuxième lieu proche de l'UTT. -Alimenter les réseaux sociaux de l'AGORAé pour faire connaître l'association (story à la une, post...). Donner envie aux étudiants de venir. -Revoir le site internet afin de l'améliorer, ajouter des photos du lieu et compléter celui-ci. 	<ul style="list-style-type: none"> -Créer une vidéo afin de la faire passer dans les classes en début d'année scolaire (septembre) pour faire connaître l'association, montrer que le lieu est également accessible pour tous les étudiants. Elle serait également postée sur les réseaux sociaux et le site internet. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain temps et une certaine disponibilité pour le bureau. - Refaire le kakemono afin de le présenter lors d'évènements. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain coût (environ 200€).
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Partie 2 : les particuliers

Cibles	Solutions réalisables	Solutions moyennement réalisables
<p>Les particuliers*</p> <p>*Le but étant de faire connaître, toucher les personnes dans le but qu'ils fassent des dons et trouver de nouveaux partenaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Créer un profil LinkedIn afin d'étendre le réseau et donner envie à des entreprises ou particuliers de faire des dons ou qu'ils deviennent partenaires. -Mettre des flyers/affiches dans la ville au sein de lieux stratégiques (à préciser) dans le but d'informer et de donner envie de faire des dons. -Revoir le site internet pour améliorer et ajouter des photos du lieu (et mettre en avant le partenaire des gendarmeries de l'aube). -Alimenter les réseaux sociaux de l'AGORAé pour faire connaître l'association (story à la une, post...) afin que les entreprises ou particuliers fassent des dons ou qu'ils deviennent partenaires. -Faire un article dans l'Est-Eclair (communiqué de presse) afin de diffuser l'information à plus de monde possible. -Effectuer une chronique avec Radio Campus3 qui permettrait de relayer l'information. 	<ul style="list-style-type: none"> -Créer une seconde vidéo afin de la poster sur les réseaux sociaux et le site internet dans le but d'informer toutes personnes hors étudiants à faire des dons. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain temps et une certaine disponibilité pour le bureau. - Refaire le kakemono afin de le présenter lors d'évènements. Moyennement réalisable, car cette solution demande un certain coût (environ 200€).

 Tous étudiants

 Potentiels bénévoles

 Potentiels bénéficiaires

Légende :

Solutions	Avantages	Inconvénients	Prix	Délais
Dossier d'éligibilité dans les établissements scolaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Les étudiants ont accès plus facilement au dossier. - Permet de faire connaître l'AGORAÉ. - Mise en place du dossier pour plusieurs années. - Direct à la cible. - Gain de temps/efficacité. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le contact avec les établissements peut être un frein. - Mise en place difficile (administrativement). - Demande tardive (au niveau de l'année scolaire, mai 2021). - Peur du jugement venant des étudiants. 	gratuit	Plusieurs semaines si solution acceptée.
Contacter les BDE des établissements (publications)  /  / 	<ul style="list-style-type: none"> - Permet de faire connaître l'agoraé au sein des établissements d'enseignement supérieur par le biais des BDE. - Echange dynamique et efficace grâce au bureau des étudiants. - En place pour une année. - Cible directe. - Facilité d'échange. - Possibilité de partenariat par la suite. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recherche de contacts des BDE difficiles. - Certains BDE ne communiquent pas beaucoup. - Mise en place du projet tardif. - Changement des BDE en cours d'année. - Fin d'année scolaire donc plus forcément de BDE actif. 	gratuit	Si la prise de contact est rapide, compter 2-3 semaines.
Affiches/flyers dans les établissements scolaires  /  / 	<ul style="list-style-type: none"> - Beaucoup de visibilité. - Bon flux d'information. - Cible précise. - Zone d'affichage large (géographiquement). - Attractif (forte interpellation). - Plusieurs formats. - Capte la cible (couleur, police d'écriture, etc). - Créativité possible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elle doit être attractive afin d'attirer l'attention. - Les étudiants ne lisent pas toutes les affiches. - Demande d'accord pour exposer les affiches. - Peut-être décriées ou taguées. - Besoin d'avoir une répétition pour que ça soit impactant (présence dans plusieurs endroits) 	Coût des impressions sur devis (Vistaprint : 2500 flyers qualité supérieure format A6 = 56€)	Plusieurs semaines.

C11.2

21/05/2021

Justification des solutions de communication

2.2.2

Affiche pour le Crous 	<ul style="list-style-type: none"> -Visibilité des étudiants qui vont au Crous. -Bon flux d'information. -Cible précise. -Zone d'affichage précise (zone proche UTT et URCA). -Attractif (forte interpellation). -Plusieurs formats. -Capte la cible (couleur, police d'écriture, etc). -Créativité possible. 	<p>dans l'établissement par exemple).</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elle doit être attractive afin d'attirer l'attention. -Les étudiants ne lisent pas toutes les affiches. -Demande d'accord pour exposer les affiches (RU). -Peuvent être déchirées ou taguées. 	Coût des impressions sur devis (Vistaprint : 10 affiches mat format A3 = 39€)	Plusieurs semaines.
Affiches pour la MDE 	<ul style="list-style-type: none"> -Visibilité des étudiants. -Bon flux d'information. -Cible précise. -Zone d'affichage précise (lieu réservé à l'étudiant). -Attractif (forte interpellation). -Plusieurs formats. -Capte la cible (couleur, police d'écriture, etc). -Créativité possible. 	<ul style="list-style-type: none"> -Elle doit être attractive afin d'attirer l'attention. -Les étudiants ne lisent pas toutes les affiches. -Demande d'accord pour exposer les affiches (MDE). -Peuvent être déchirées ou taguées. 	Coût des impressions sur devis (Vistaprint : 10 affiches mat format A3 = 39€).	Plusieurs semaines.
L'infographie 	<ul style="list-style-type: none"> -Grande affiche -Format spécifique qui change du A4. -Numérique ou imprimer. -Visuellement attractif. -Permet de mettre plusieurs informations. -Possibilité de mettre des photos, dessins, graphiques. -Explique bien reprend toutes les informations importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Le document doit être simple d'explication de façon à être compris de tous. -Les informations doivent être remises à jour régulièrement. 	Gratuit en numérique ou le coût de l'impression au sein de l'AGORAÉ.	Plusieurs jours.
Posts sur les réseaux sociaux AGORAÉ	<ul style="list-style-type: none"> -Souplesse d'utilisation. -Moyen efficace. -Impacte la cible/ grande visibilité. 	<ul style="list-style-type: none"> -L'impact de l'information pourrait être plus pertinent (du au nombre d'abonnés de base). -Grande visibilité, mais cible restreinte. 	Gratuit, car je réaliserais tout le contenu.	Plusieurs jours voir semaines.

2

C11.2

22/05/2021

Justification des solutions de communication

2.2.3

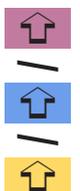
 <p>-Bonne interaction avec les personnes. -Possibilité de faire du contenu personnalisable. -Montrer l'identité visuelle de l'association. -De multiples posts : photo, vidéo, sondage, story...). -Plusieurs réseaux sociaux (Facebook, Instagram). -Accessible pour tous. -Permet de mettre en place les 3 objectifs.</p>	<p>-Tout le monde n'est pas sur les réseaux sociaux. -Les informations peuvent être perdues dans la masse de publications. -Harcèlement, moquerie.</p>		
<p>Revoir le site internet</p> 	<p>-Prends du temps à être réalisé. -Savoir utiliser Wordpress. -Les informations doivent être complètes et pertinentes. -Attention aux fautes d'orthographe. -Fluidité et compréhension du site. -Accessibilité du site sur ordinateur et téléphone.</p>	<p>Support de création du site payant, mais déjà utilisé.</p>	<p>Plusieurs semaines.</p>
<p>Vidéo</p> 	<p>-Long à mettre en place. -La vidéo doit être de qualité. -Avoir du matériel adéquat. -Avoir les logiciels nécessaires pour monter la vidéo. -Avoir des personnes pour aider. -Document de droit à l'image. -Accord de diffusion.</p>	<p>Gratuit si le matériel ne doit pas être loué.</p>	<p>Plusieurs semaines/mois.</p>
<p>Kakemono</p>	<p>-Coût plus ou moins élevé selon la qualité. -Prends de la place. -Peut-être lourd.</p>	<p>Demande de devis selon la qualité, le prix</p>	<p>Quelques semaines.</p>

C11.2

22/05/2021

Justification des solutions de communication

2.2.4

	<p>-Possibilité d'avoir plusieurs formats composés de différents matériaux. -Attractif. -Zone d'exposition très large. -Sert à représenter l'association.</p>	<p>-Se détériore au fur et à mesure des années.</p>	<p>peut aller jusqu'à plus de 200€</p>	
-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	----------------------------------------	--

PARTIE 2 : les particuliers

Solutions	Avantages	Inconvénients	Prix	Délais
<p>Un profil LinkedIn</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Réseau social très à la mode. -Permet de se faire connaître des autres. -Amène des opportunités. -Beaucoup de visibilité. -Facilité d'accès. -Facilité d'interaction entre les utilisateurs. -Flux d'informations intéressant. 	<ul style="list-style-type: none"> -L'information est vue seulement par les personnes qui sont connectées avec l'association. -L'AGORAÉ doit se créer un réseau. -Les personnes ne vont peut-être pas accepter la demande de connexion. -Il faut réussir à avoir l'attention des personnes. 	<p>Gratuit, car pas de contenu sponsorisé.</p>	<p>Quelques jours pour créer un profil complet, quelques semaines pour se créer un réseau.</p>
<p>Affiches/flyers dans les établissements scolaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Beaucoup de visibilité. -Bon flux d'information. -Cible précise. -Zone d'affichage large (géographiquement). -Attractif (forte interpellation). -Capte la cible (couleur, police d'écriture, etc). -Créativité possible. 	<ul style="list-style-type: none"> -Elle doit être attractive afin d'attirer l'attention. -Les particuliers ne vont pas tous accepter d'afficher les affiches (ex : dans une boulangerie). -Demande d'accord pour exposer les affiches. -Peuvent être déchirées ou taguées. -Besoin d'avoir une répétition pour que ça soit impactant (présence dans plusieurs endroits dans l'établissement par exemple). 	<p>Coût des impressions sur devis (Vistaprint : 100 affiches mat format A4 = 189€).</p>	<p>Plusieurs semaines.</p>

Revoir le site internet	<ul style="list-style-type: none"> -Élément crucial regroupant les informations. -Permet de rendre agréable la visite du site. -Obtenir toutes les informations nécessaires. -Avoir une charte graphique cohérente. -Fil conducteur de l'association. -Création possible. -Mettre à jour les partenaires. 	<ul style="list-style-type: none"> -Prends du temps à être réalisé. -Savoir utiliser Wordpress. -Les informations doivent être complètes et pertinentes. -Attention aux fautes d'orthographe. -Fluidité et compréhension du site. -Accessibilité du site sur ordinateur et téléphone. 	Support de création du site payant, mais déjà utilisé.	Plusieurs semaines.
Posts sur les réseaux sociaux AGORAÉ	<ul style="list-style-type: none"> -Souplesse d'utilisation. -Moyen efficace. -Impacte la cible/ grande visibilité. -Bonne interaction avec les personnes. -Possibilité de faire du contenu personnalisable. -Montrer l'identité visuelle de l'association. -De multiples posts : photo, vidéo, sondage, story...). -Plusieurs réseaux sociaux (Facebook, Instagram). -Accessible pour tous. -Permet de mettre en place les 3 objectifs. 	<ul style="list-style-type: none"> -L'impact de l'information pourrait être plus pertinent (dû au nombre d'abonnés de base). -Grande visibilité, mais cible restreinte. -Tout le monde n'est pas sur les réseaux sociaux. -Les informations peuvent être perdues dans la masse de publications. -Harcèlement, moquerie. 	Gratuit, car je réaliserais tout le contenu.	Plusieurs jours voir semaines.
Article dans l'Est-Eclair	<ul style="list-style-type: none"> -Grande audience. -Credible. -Autre format que les réseaux sociaux. -Média traditionnel, bonne cible pour les particuliers. -Journal local. 	<ul style="list-style-type: none"> -Pas de coût si ce n'est pas un encart publicitaire. -Délais de traitement assez long. -Avoir des contacts dans la presse. -Risque de saturation publicitaire. -L'article peut être refusé s'il n'est pas bien rédigé. -Courte durée de vie de l'article. 	Coût possible, mais normalement gratuit.	Plusieurs semaines.

Chronique Campus 3	<ul style="list-style-type: none"> -Gratuite grâce à Campus3. -Bonne écoute. -Sélectivité locale. -Format qui change des réseaux sociaux. -Cibler une heure de grande écoute. 	<ul style="list-style-type: none"> -Attention réduite des auditeurs. -Communication éphémère. -Pas assez connu de tous. 	Gratuit	1 à 2 semaines.
Vidéo	<ul style="list-style-type: none"> -Très ludique et agréable. -Touche directement la cible des particuliers. -Permet de faire connaître l'AGORAÉ par une autre interface. -Permet de l'intégrer sur différents médias (site internet, établissement scolaire, réseaux sociaux). -En place pour de nombreuses années. -Donne envie de faire des dons pour l'AGORAÉ. -Sentiment de bienfaisance. 	<ul style="list-style-type: none"> -Long à mettre en place. -La vidéo doit être de qualité. -Avoir du matériel adéquat. -Avoir les logiciels nécessaires pour monter la vidéo. -Avoir des personnes pour aider. -Document de droit à l'image. -Accord de diffusion. 	Gratuit si le matériel ne doit pas être loué.	Plusieurs semaines/mois.
Kakemono	<ul style="list-style-type: none"> -Capte l'attention (visible de loin). -Les informations sont précises. -Créativité possible. -Possibilité d'avoir plusieurs formats composés de différents matériaux. -Attractif. -Zone d'exposition très large. -Sert à représenter l'association. 	<ul style="list-style-type: none"> -Coût plus ou moins élevé selon la qualité. -Prends de la place. -Peut-être lourd. -Se détériore au fur et à mesure des années. 	Demande de devis selon la qualité, le prix peut aller jusqu'à plus de 200€	Quelques semaines.

Médiaplanning du projet

Le média planning sert à trouver le meilleur média/support, au même moment et au meilleur coût pour une campagne de communication.

Il faut tenir compte de 3 indicateurs :

- Les cibles visées.
- Les types de messages à transmettre.
- Le budget disponible.

Dans mon projet, je n'ai pas de solution hors média (salon, événement, marketing direct).

Partie 1 :

Les moyens de médias :

Adéquation	Télévision	Radio	Affichage	Presse	Cinéma/vidéo	Internet
Cible (1) Les potentiels bénéficiaires			X		X	X
Cible (2) Les potentiels bénévoles			X		X	X
Cible (3) Tous étudiants			X		X	X
Objectif 1 Cognitif			X		X	X
Objectif 2 Affectif			X		X	X
Objectif 3 Conatif			X		X	X

Affectez le budget utile à ce média :

Médias de base	Affectation budgétaire
Affichage	95%

Choix des médias complémentaires :

1. Internet
2. Vidéo



Affectez le budget utile à ce ou ces médias complémentaires :

Média(s) complémentaire(s)	Affectation budgétaire
Internet	0%
Vidéo	5%

Sélectionner les supports :

- Affiche (établissements scolaires).
- Flyers (établissements scolaires, autres lieux).
- Publication (réseaux sociaux).
- Vidéo présentation, diffusable sur plusieurs canaux.

Choix des médias :

- Réseaux sociaux (Facebook, Instagram).
- Vidéo (écoles, site internet, réseaux sociaux).

Ébauche de planning

	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mars	Avril
Affichage							X	X	X	X	X	X
Internet	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X
Vidéo					X	X	X	X	X	X	X	X

Partie budgétaire affichage : 95 % (Établissements 90%, autres endroits 5%).

Partie budgétaire internet : 0 % (Réseaux sociaux 0%).

Partie budgétaire vidéo : 5% (pour le matériel vidéo 5%).

Partie 2 :

Les moyens de médias :

Adéquation	Télévision	Radio	Affichage	Presse	Cinéma/vidéo	Internet
Cible (1) Les particuliers		X	X	X	X	X
Objectif 1 Cognitif			X	X	X	X
Objectif 2 Affectif		X	X	X	X	X
Objectif 3 Conatif		X	X	X	X	X

Affectez le budget utile à ce média :

Médias de base	Affectation budgétaire
Affichage	90%

Choix des médias complémentaires :

1. Internet
2. Radio
3. Presse
4. Vidéo

Affectez le budget utile à ce ou ces médias complémentaires :

Média(s) complémentaire(s)	Affectation budgétaire
Internet	0%
Radio	0%
Presse	5%
Vidéo	5%

Sélectionner les supports :

- Affiche (supermarché, auto-école, boulangerie).
- Kakemono (tout événement).
- Publication (réseaux sociaux, site internet).
- Radio (chronique).
- Presse (article).
- Vidéo présentation, diffusable sur plusieurs canaux.

Choix des médias :

- Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, site internet).
- Radio (Chronique Radio Campus3).
- Presse (article L'est-Eclair).
- Vidéo (site internet, réseaux sociaux).

Ébauche de planning

	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mars	Avril
Affichage							X	X	X	X	X	X
Internet	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Radio		X			X							
Presse					X							

Partie budgétaire affichage : 95 % (endroit stratégique dans la ville 95%).
 Partie budgétaire internet : 0 % (Réseaux sociaux 0%).
 Partie budgétaire radio : 0 % (Radio Campus3 0%).
 Partie budgétaire presse : 5 % (L'Est-Eclair 5%).
 Partie budgétaire vidéo : 5%.

C11.2

25/05/2021

Vidéo diaporama de présentation des solutions

Extrait

2.4.1

Présentation des solutions de communication



Collin Mathilde

Sommaire

Rappel de la Problématique

PARTIE 1

Les étudiants bénéficiaires

Les étudiants bénévoles

Tous étudiants

PARTIE 2

Les particuliers

Remarques

page 3

page 4

page 5 à 10

page 12 à 17

page 19 à 22

page 23

page 24 à 29

page 30



02

C11.2

25/05/2021

Vidéo diaporama de présentation des solutions

Extrait

2.4.2

Problématique

“Comment l'association AGORAé Campus3 peut-elle se faire davantage connaître auprès des étudiants et des particuliers afin de gagner en renommée et en visibilité alors qu'il y a une absence de moyens financiers et de matériels pour la communication ?”

03

PARTIE 1

*Les solutions de communication se ressemblent pour ses trois cibles mais seront adaptées selon les objectifs.

● Les "futurs"
bénéficiaires



● Les "futurs"
bénévoles



● Les étudiants



04

C11.2

25/05/2021

Vidéo diaporama de présentation des solutions

Extrait

2.4.3

Les étudiants bénéficiaires

01

Dans les établissements scolaires

Mettre en place le dossier d'éligibilité pour être bénéficiaire au sein des établissements scolaires d'étude supérieure.

Solution n°1

Avantages

- Les étudiants ont accès plus facilement au dossier.
- Permet de faire connaître l'AGORAÉ.
- Mise en place du dossier pour plusieurs années.
- Direct a la cible.
- Gain de temps/efficacité.

Inconvénients

- Le contact avec les établissements peut être un frein.
- Mise en place difficile (administrativement).
- Demande tardive (au niveau de l'année scolaire, mai 2021).
- Peur du jugement venant des étudiants.

Prix

Gratuit

Délais

Plusieurs semaines si solution acceptée.

05

Les particuliers

06

Chronique Radio Campus3

Contacter Radio Campus3 afin de réaliser une chronique

Solution n°6

Avantages

- Gratuite grâce à Campus3.
- Bonne écoute.
- Sélectivité locale.
- Format qui change des réseaux sociaux.
- Cibler une heure de grande écoute.

Inconvénients

- Attention réduite des auditeurs.
- Communication éphémère.
- Pas assez connu de tous.

Prix

Gratuit

Délais

1 à 2 semaines

28

C11.2

25-26/05/2021

Échange de mails

2.5.1

Échange de mails



Power point présentation des solutions de communication

Mathilde Collin <mathilde.collin@campus3.fr> À Thibaut
mar. 25 mai 14:46

Salut ! je t'envoie le powerpoint que j'ai réalisé avec les solutions de communication donc il faudrait que tu regardes un petit coup assez rapidement si tu peux. Il faudrait voir avec le bureau si les solutions sont bonnes ou si vous avez d'autres idées.

Par contre comme je t'ai mentionné dans le powerpoint, il va falloir choisir parmi les solutions de communication car je ne pourrais pas tout faire. Il faudrait que tu regardes les documents partagés (c11.2) avant de voir le power point et tu verras que j'ai mis un code couleur dans un document de ce qui est faisable ou pas.

Dit moi si tu ne trouves pas le partage du dossier C11.2

Je te laisse donc regarder tout ça :)

Bonne journée à toi

lien du power point

https://www.canva.com/design/DAEftJjuGjCM/YQD1S1Us5gnzXlcljbyasw/watch?utm_content=DAEftJjuGjCM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

Le 25 mai, j'ai envoyé par mail mes solutions de communication.

Choix des solutions de communication

Thibaut Dumonet À moi
Mer. 26 mai 2021 11:34

Bonjour Mathilde,

Après avoir regardé les différentes propositions de solutions de communication avec Marion, voici les solutions que nous avons retenues :

Pour les bénéficiaires :

1. Dossier d'inscription dans les établissements scolaires : effectuer la prise de contact pour l'année prochaine si possible.
2. Affiches et flyers dans les établissements et dans d'autres endroits. Les accords pour afficher ne devraient pas être trop compliqués à obtenir.
3. Les réseaux sociaux : utilisation classique.
4. Revoir le site internet si tu as le temps.

Pour les bénévoles et étudiants classiques :

1. Affiches et flyers dans la ville ou les établissements.
2. Les réseaux sociaux : utilisation classique.

Pour les particuliers :

1. Affiches et flyers dans la ville. À toi de trouver des endroits stratégiques.
2. Création d'un profil LinkedIn et commencer à créer le réseau.
3. Les réseaux sociaux : utilisation classique.
4. Revoir le site internet si tu as le temps : mettre à jour les informations.

Nous avons décidé de supprimer la chronique à Radio Campus3, le kakemono et la vidéo, car le délai de ton stage n'est pas assez conséquent pour que tu puisses faire l'intégralité des solutions. Le délai pour les impressions risque de prendre longtemps il faut donc s'adapter en conséquence.

Bonne journée,

Thibaut

Réponse de mon tuteur dans la journée.



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C11.3

C11.3

26/05/2021

Cahier des charges détaillé

3.1.1



DÉVELOPPER L'ASSOCIATION AGORAÉ, UNE
ASSOCIATION POUR ÉTUDIANTS

CAHIER

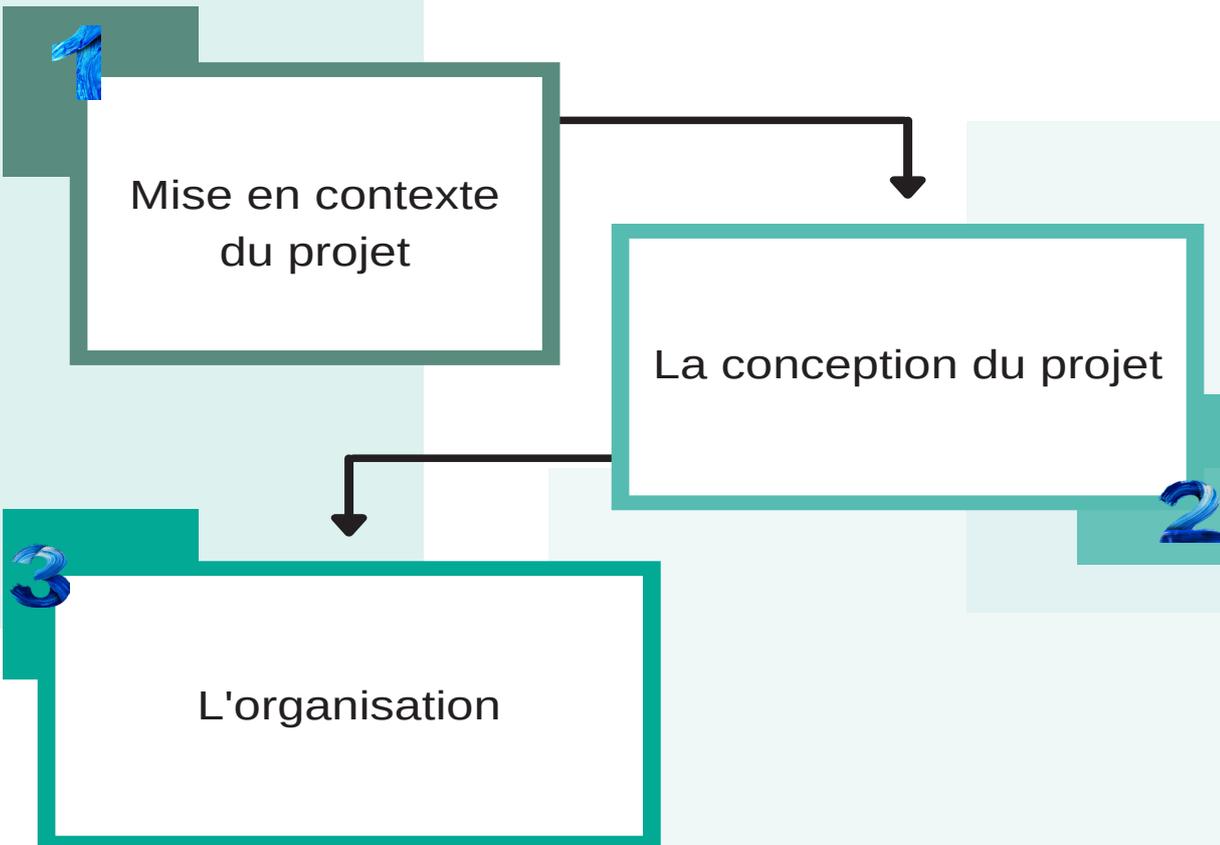
DES

CHARGES

DÉTAILLÉ

MAI 2021

SOMMAIRE



C11.3

27/05/2021

Cahier des charges détaillé

3.1.3



Mon annonceur, AGORAé Campus3 est une association provenant de la FAGE à laquelle la FET Campus3 est affiliée. L'AGORAé est la première et la seule épicerie sociale et solidaire étudiante de Troyes. Il y a un lieu principal situé au centre-ville et un second lieu ouvert avec Campus3 près de l'IUT / UTT.

L'épicerie est accessible sur critères sociaux avec un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs et une imprimante. Elle est accessible pour tous les étudiants, il est possible de devenir bénéficiaire ou bénévole. Une fois par semaine, tous les étudiants ont le droit de récupérer un panier à 1€ au deuxième lieu de l'association place Léonard de Vinci. La zone géographique concernée est Troyes principalement.

L'objet du projet

Faire connaître l'association AGORAé Campus3 afin de lui faire gagner en renommée et en visibilité.

Le contexte du projet

L'association AGORAé souhaite se faire davantage connaître afin d'accueillir de nouveaux bénéficiaires, bénévoles et étudiants.

L'AGORAé souhaite mettre en place des solutions de communication variées et tournées vers les établissements d'étude supérieure.

Le contexte du projet se situe dans une campagne de sensibilisation et de confiance afin de faire venir des nouveaux étudiants et des particuliers.

-Contexte propre à l'entreprise : Composée de différents étudiants qui forment le bureau de l'association ainsi que des bénévoles, trois personnes en service civique qui s'occupent d'accueillir environ 200 bénéficiaires inscrits pour bénéficier de l'épicerie solidaire.

-Au contexte du marché : Il n'y a pas de concurrent direct dans Troyes ou encore dans la région. L'association est implantée dans le marché mais est à but non lucratif. Les concurrents indirects sont les autres associations d'aide à la précarité.

-Au contexte de la communication : Communication globale au sein des établissements scolaires, communication digitale sur les réseaux sociaux et d'autres propositions de solutions de communication média.

2

La conception du projet

2

Le Problématique

“Comment l'association AGORAÉ Campus3 peut-elle se faire davantage connaître auprès des étudiants et des particuliers afin de gagner en renommée malgré l'absence de moyens financiers pour la communication et le manque de temps dû au fait que le bureau soit dirigé uniquement par des étudiants ?”

Les objectifs

Partie 1

Les potentiels étudiants bénéficiaires

- **Cognitif** : Faire connaître l'association (l'histoire), leurs actions (aider les étudiants en précarité) et leurs services (activité au sein de l'association, les biens matériels). Faire découvrir les avantages de devenir bénéficiaire (denrée alimentaire et produits d'hygiène d'une valeur de 10% du prix de base).
- **Conatif** : Faire aimer le concept de l'association, encourager les étudiants en précarité à remplir un dossier pour bénéficier de l'épicerie et profiter des différents services. Adhérer à l'image et aux valeurs de l'association.
- **Affectif** : Faire en sorte que le cœur de cible parle de l'association à d'autres étudiants pour qu'ils viennent. Qu'ils adhèrent au concept.

Les potentiels étudiants bénévoles

- **Cognitif** : Faire connaître l'association (l'histoire), leurs actions (aider les étudiants en précarité) et leurs services (activité au sein de l'association, les biens matériels). Faire découvrir les avantages de devenir bénévole (expérience personnelle, humaine et enrichissante ou pour un service civique) et/ou de devenir bénéficiaire.
- **Conatif** : Faire aimer le concept de l'association, encourager les étudiants en recherche d'expérience et voulant aider à contacter l'association pour devenir bénévole. Adhérer aux valeurs et l'image de l'association.
- **Affectif** : Faire en sorte que les futurs adhérents parlent de l'association autour d'eux. Qu'ils aiment ce que l'association propose. Le but étant que de nombreuses personnes deviennent bénévoles.

La conception du projet



Partie 1

Tous étudiants

- **Cognitif** : Faire connaître l'association (l'histoire), leurs actions (aider les étudiants en précarité) et leurs services (activité au sein de l'association, les biens matériels). Faire découvrir les avantages de venir dans ce lieu (avoir un espace dédié à la détente, profiter d'ordinateurs, d'une imprimante, d'une machine à laver) et/ou de devenir bénéficiaire/ bénévole.
- **Conatif** : Faire aimer le concept de l'association, encourager les étudiants à venir profiter du lieu de vie et de quelques services. Adhérer à l'image et aux valeurs de l'association.
- **Affectif** : Faire en sorte que les étudiants parlent de l'association comme un lieu chaleureux et convivial à d'autres étudiants. Donner envie aux personnes de venir profiter du lieu.

Partie 2

Les particuliers

- **Cognitif** : Faire connaître, faire découvrir l'association à plus de monde possible. Montrer la motivation, les valeurs et l'engagement des étudiants faisant partie du bureau.
- **Conatif** : Faire aimer le concept de cette association, les faire adhérer aux valeurs afin que ces personnes soient touchées.
- **Affectif** : Donner envie aux personnes de faire des dons monétaires ou des denrées alimentaires / hygiène et faire en sorte que l'association prenne un engouement supérieur aux attentes.

Les prestations attendues

L'association AGORAÉ Campus3 attend de moi que je propose et produise des solutions de communication adaptée et efficace afin de mieux les faire connaître dans un court délai de stage. Je dois bien prendre en compte les contraintes observées lors du SWOT.

Les cibles

Partie 1

Les potentiels étudiants bénéficiaires

Cœur de cible : Les étudiants en précarité / 18-45 ans / CSP - / dans les études supérieures vivant hors du foyer familial / rural - citadins autour de Troyes.

Cible principale : Les étudiants / 18-55 ans* / CSP normale a - / dans les études supérieures / dans l'Aube.

Cible relais : Les bénévoles, les bureaux des étudiants, les présidents responsables des études sup, relais d'influence (jeune).

*: jusqu'à 55 ans, car il y a 3 bénéficiaires en reconversion professionnelle.

La conception du projet



Les potentiels étudiants bénévoles

Cœur de cible : Les étudiants voulant aider / 18-45 ans / CSP normal / dans les études sup ou en service civique / rural - citadin à Troyes / ayant une certaine disponibilité .

Cible principale : Tous étudiants / 18-55 ans / CSP normal a + / dans l'Aube / ayant une certaine disponibilité.

Cible relais : Les anciens bénévoles, les bénévoles, les membres du bureau, les bénéficiaires, les personnes en reprise d'études.

Tous étudiants

Cœur de cible : Tous étudiants dans les études sup ou en service civique / 18-45 ans / tout CSP / ruraux - citadin à Troyes / voulant profiter du lieu de vie ou des services proposés (matériel et activité).

Cible principale : Tous étudiants / 18-55 ans / tout CSP / dans l'Aube / voulant profiter du lieu de vie ou des services proposés (matériel et activité).

Cible relais : Les bénévoles, les bénéficiaires, les bureaux des étudiants.

Partie 2

Les particuliers

Cœur de cible : Toutes personnes adultes hors étudiants / 18 à 70 ans / CSP normal+ / à Troyes où dans l'agglomération / qui veulent aider.

Cible principale : Toutes personnes adultes hors étudiants / 18 à 90 ans / CSP normal / dans l'Aube / qui veulent aider.

Cible relais : Les établissements scolaires, les administrations, les chaînes de magasins alimentaires, les petites boutiques de nourriture, les supermarchés, "helloasso".

Le positionnement

Partie 1

Les potentiels étudiants bénéficiaires

Type : symbolique

"L'AGORAÉ, un lieu d'entraide pour les étudiants"

- **Durable :** Les cibles auront toujours besoin de s'alimenter et de pouvoir accéder à différents services.
- **Attractif :** Une épicerie avec des produits variés, différents services à la disposition de l'étudiant. Une ambiance chaleureuse.
- **Crédible :** C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAÉ en France.
- **Distinctif :** Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube.

La conception du projet

Les potentiels étudiants bénévoles

Type : psychologique

"L'AGORAÉ, une association qui a besoin de vous"

- **Durable :** Il y aura toujours des étudiants qui voudront aider personnellement ou par le biais des études. Développer ses expériences humaines.
- **Attractif :** Une possibilité de vivre une expérience humaine en rencontrant d'autres personnes. Découvrir de nouvelles cultures. Participer à des projets/actions.
- **Crédible :** C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAÉ en France
- **Distinctif :** C'est une association gérée par les étudiants pour les étudiants. Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube.

Tous étudiants

Type : psychologique

"L'AGORAÉ une association qui vous apporte beaucoup"

- **Durable :** Il y aura toujours des étudiants qui auront besoin d'un lieu de vie et d'entraide.
- **Attractif :** Profiter d'un lieu de vie accessible pour tous les étudiants ainsi que d'autres services utiles pour la vie de tous les jours. Découvrir de nouvelles cultures et personnes.
- **Crédible :** C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAÉ en France.
- **Distinctif :** C'est une association gérée par les étudiants pour les étudiants. Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube. Ils peuvent y aller de 15h30 à 19h30 selon les jours.

Partie 2

Les particuliers

Type : psychologique

"Je veux aider les jeunes en difficulté grâce à l'AGORAÉ. "

- **Durable :** Il y aura toujours des étudiants qui auront besoin d'aide pour vivre et des personnes généreuses qui aideront.
- **Attractif :** C'est une association récente qui ne fait qu'évoluer.
- **Crédible :** C'est une association créée par la FAGE. Il y a une trentaine d'AGORAÉ en France.
- **Distinctif :** Une association gérée par les étudiants pour les étudiants. Il n'y a pas d'autre association d'entraide pour les étudiants dans l'Aube. C'est un concept qui amène de la fraîcheur et de l'espoir pour les étudiants.

C11.3

30/05/2021

Cahier des charges détaillé

3.1.8

L'organisation

3

Les contraintes

Contraintes matérielles :

-Peu de matériel pour filmer la vidéo, pas de logiciels à disposition pour réaliser des visuels.

Contraintes budgétaires :

-Manque de budget défini dédié à la communication.

Contraintes humaines :

-Absence de professionnel dans le milieu de la communication.

Contraintes temporelles :

-Manque de temps pour tout mettre en place.

Contraintes réglementaires :

-Contrainte administrative et d'accord du supérieur.

La définition du projet de communication

Au sein de l'AGORAÉ de Troyes, j'ai pour projet de faire connaître l'association auprès de plusieurs personnes. J'ai divisé le projet en deux parties. La première partie est composée de trois cibles (potentiels bénéficiaires, bénévoles et tous les étudiants). La seconde partie est composée des particuliers, c'est-à-dire toute personne hors étudiant qui pourrait donner des dons (denrées alimentaires ou monétaires). Il faut également prendre en compte les contraintes qui ont été évoquées lors du brief (pas de budget alloué pour la communication, manque de professionnels au sein de l'association). Sur mes deux périodes de stage, j'ai pour projet de proposer et de produire des solutions de communication efficaces qui vont servir à augmenter la visibilité de l'AGORAÉ.

Les acteurs

Les prestataires extérieurs :

-Imprimerie Print Solutions
-Chef des études dans les établissements scolaires, CPE
-Auto-école, Boulangerie, Supermarché

Prestataire rencontrer lors de mes stages :

-La Banque Alimentaire
-Des personnes apportant des dons (particuliers, Carrefour...)
-Collectes auprès des grandes surfaces (Lion club troyes, Carrefour Saint André les Vergers..)

Le bureau de l'association :

-Thibaut
-Marion
-Marie
-Marine
-Victor
-Arthur
-Clara

Les services civiques :

-Candice
-Joséphine
-Alicia

C11.3

31/05/2021

Cahier des charges détaillé

3.1.9

L'organisation

3

Les moyens à mettre en œuvre

Moyens humains : Rendez-vous, échange téléphonique ou mails avec des administrations, prestataires.

Moyens matériels : Logiciels PAO (publication assistée par ordinateur), ordinateur, appareil photo, trépieds, caméra, logiciel de montage, microphone.

Moyens technologiques : PAO, wordpress, logiciel de montage, Google Drive, Canva.

Le planning du projet

Début du projet : 10 mai 2021

Date d'achèvement : 17 décembre 2021

Différentes étapes :

C11.1:	du 11/05/2021	au 17/05/2021
C11.2:	du 17/05/2021	au 26/05/2021
C11.3:	du 26/05/2021	au 31/05/2021
C12.2:	du 11/05/2021	au 04/06/2021
C13.1:	du 14/06/2021	au 23/06/2021
C14.1:	du 24/06/2021	au 01/07/2021
C14.2:	du 07/06/2021	au 17/12/2021
C14.3:	du 26/11/2021	au 17/12/2021
C31.4:	du 28/06/2021	au 16/12/2021
C33.1:	du 06/12/2021	au 07/12/2021
C33.2:	du 08/12/2021	au 10/12/2021
C34.2:	du 13/12/2021	au 15/12/2021

Le budget

Le budget est défini après le proval. Il sera évoqué lors de la réception des devis. Le budget total pour les impressions sera choisi selon le meilleur rapport qualité-prix.

Les interlocuteurs

Référent chez l'annonceur : Thibaut Dumonet

Membre du projet : Collin Mathilde

Mes prestataires extérieurs : Directeur des établissements d'étude supérieure, personne de la MDE, Crous, différents prestataires extérieurs (auto-école, supermarché..), imprimerie.

C11.3

31/05/2021

Cahier des charges détaillé

3.1.10



CAHIER DES CHARGES
DU PROJET DE MAI À DÉCEMBRE 2021

PRÉPARÉ PAR
COLLIN MATHILDE



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C12.2

Document récapitulatif de toutes les prises de contacts/devis

Date	La demande	Destinataire	Réponse
Lundi 31 mai 2021	Contact des établissements scolaires	Brieuc, membre du bureau	Venu me voir, les contact étaient déjà tous dans la base de données
Mardi 1 juin 2021	Proposition d'intégrer le dossier de l'AGORAÉ dans les inscriptions + affiches et flyers	10 établissements scolaires d'étude supérieur	Positive, 6 réponses sur 10 2 demande de rdv
Vendredi 4 juin 2021	Demande de prise de rendez-vous	Franck Jacquemin, responsable étudiant de l'UTT	Réponse favorable
Mardi 8 juin 2021	Rendez-vous	Franck Jacquemin, responsable étudiant de l'UTT	Très bonne écoute, actions mis en place
Jeudi 10 juin 2021	Proposition de prise de rendez-vous	M. Maillard, responsable étudiant de St Joseph	Réponse favorable
Vendredi 11 juin 2021	Rendez-vous	M. Maillard, responsable étudiant de St Joseph	Très bonne écoute, actions mis en place
Mardi 15 juin 2021	Rendez-vous	Arthur, président de Campus3	Parler du projet
Mardi 23 au vendredi 26 novembre 2021	Prospection téléphonique	Tous les lieux choisis	Très favorable dans l'ensemble
Mardi 30 novembre 2021	Demande de devis chez 4 prestataires	La Renaissance JMI	Deux réponses, 2 relances, 2 sans réponses

Document récapitulatif de toutes les prises de contacts/devis

		Print Solutions Look Pub		
Mardi 30 novembre 2021	Réception de devis	Print Solutions	Prix abordable, bon service	
Mercredi 2 décembre 2021	Réception de devis	Look Pub	Prix plus élevé, bon service	
Mardi 7 décembre 2021	Relance des deux prestataires par téléphone et mail	JMI La Renaissance	Aucune réponse	
Mardi 14 au vendredi 17 décembre 2021	Echange avec le prestataire	Imprimerie Print Solutions	Accord, envoi des fichiers, signature du Bon pour accord et premier versement	
Vendredi 17 décembre 2021	Confirmation d'impression	Imprimerie Print Solutions	Envoi du bon pour accord, deuxième versement	
Lundi 10 janvier 2022	Impression terminée	Imprimerie Print Solutions	Récupérer les impressions	



Document de droit des solutions de communication



Afin de produire des solutions de communication efficaces, adaptées et réglementées, la plupart des solutions de communication doivent comporter une mention obligatoire.

Loi Grenelle II. Cette loi organise la publicité en agglomérations, crée un règlement local de publicité et durcit les conditions d'affichages publicitaires en dehors des villes, dans le but de diminuer la pollution visuelle.

Voici quelques règles de droit

Publicité et réglementation



Les obligations applicables à toute publicité:

- Interdiction de faire de la publicité trompeuse.
- Interdiction d'émettre la confusion.
- Interdiction du dénigrement.
- Publicité comparative.
- Respect de la vie privée.
- Respect des droits d'auteurs.

Sommaire

Publicité et réglementation

Affiches

Flyers

Réseaux sociaux

Site internet

Les devis

C12.2

02/06/2021

Document de droit des solutions de communication

4.3.2

Les affiches

- La première information à apposer sur tout imprimé ou écrit rendu public est l'identité de la personne ou de l'organisation qui en est l'éditrice (particulier, association ou entreprise).
- Nom, adresse du siège social, la dénomination et la raison sociale de la personne physique ou morale responsable.
- Identité de l'imprimeur avec le nom de l'entreprise qui imprime ou la mention "imprimé par nos soins" (IPNS) si c'est imprimé par l'éditeur.
- Toute œuvre de l'esprit utilisée dans un imprimé (photographie, illustration, citation de texte, etc.) doit obligatoirement être accompagnée de **son nom** ainsi que **celui de son auteur**. Il s'agit d'un droit moral de l'auteur. L'utilisation du symbole **Copyright** © (« tous droits réservés ») n'a pas de valeur juridique en France. Il n'est donc pas obligatoire de l'apposer dans la mention.
- Messages préventifs pour lutter contre l'addiction, l'endettement... Ca concerne les produits alimentaires « *Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour* », l'alcool « *L'Abus d'alcool est dangereux pour la santé. Consommez avec modération* », un crédit bancaire « *Un crédit vous engage et doit être remboursé.* » ou encore pour les jeux d'argent « *Jouer comporte des risques : endettement, dépendance... Appelez le 09 74 75 13 13 (appel non surtaxé)* ».



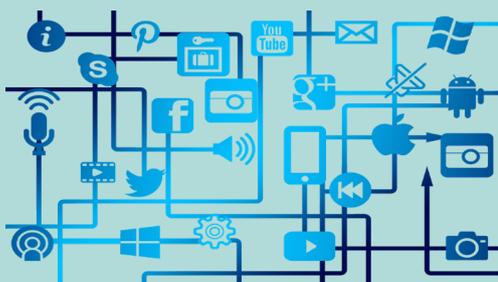
Les flyers

- Raison sociale, forme juridique, adresse de l'entreprise, identification (nom).
- Les coordonnées de l'imprimeur.
- Ne pas jeter sur la voie publique (mention non obligatoire mais fortement recommandée).
- Les messages préventifs si cela est nécessaire.
- Appliquer le droit moral de l'auteur.



Les réseaux sociaux

- La liberté d'expression.
- Le droit à l'information.
- Droit d'auteur.
- Droit à l'image.
- Protection des données personnelles.
- Protection des mineurs.
- Interdiction au moins de 13 ans.
- Le délit de presse.

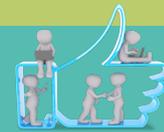


Site internet

Selon le site du service public, il stipule que "tous les sites qu'ils soient édités à titre professionnel ou à titre non professionnel, doivent afficher des mentions obligatoires pour l'information du public. Le non-respect de ces obligations est sanctionné."



- ➔ La raison sociale, le nom de la personne ou de l'entreprise, l'adresse de l'établissement.
- ➔ Adresse mail ou numéro de téléphone.
- ➔ Pour une activité commerciale : numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou numéro d'immatriculation au répertoire des métiers pour une activité artisanale.
- ➔ Le montant du capital social (ou nom, prénom, domicile pour un entrepreneur individuel), la forme juridique.
- ➔ Coordonnées de l'hébergeur du site : nom, dénomination ou raison sociale, adresse et numéro de téléphone.
- ➔ Avant de déposer ou lire un cookie, les éditeurs de sites ou d'applications doivent informer les internautes de la finalité des cookies, obtenir leur consentement, fournir aux internautes un moyen de les refuser.
- ➔ Traitement des données personnelles.



Les devis



- ➔ Avant l'achat d'un produit ou d'une prestation de service, le consommateur doit être informé de ses caractéristiques essentielles, du prix, de la date ou du délai de livraison du produit ou d'exécution du service.
- ➔ Le devis permet au professionnel et à son client de sécuriser leur transaction avant de s'engager mutuellement.
- ➔ L'engagement est officiel seulement quand il y a la mention de "bon pour accord".



Suivi de projet établissement scolaire.xlsx

Etablissement scolaire	Rôle	Nom	Email	Date d'envoi	Réponse	Type	Envoi dossier	RDV/Déails	Remplacement	Quotas Affiche	Relance
EPF	Responsable des études	Margot de Bisio	margot.debisio@epf.fr	1/6/2021	01/06/2021, favorable	Affiche accepté, Dossier accepté	01/06/2021			4 affiches et 400 flyers + affichage sur les écrans de l'école	28/01/2022 et début 21/01/2022
ESTP	Responsable des études	Leatrice Prost	prost@estp.fr	1/6/2021	01/06/2021, favorable	Affiche accepté, Dossier accepté	01/06/2021	Prévenir la veille avant d'y aller		4 affiches 70 flyers	28/01/2022 et début 21/01/2022
ESU	Responsable des études	Anne Paule Guédes	anne.paule.guedes@esu-troyes.fr	1/6/2021	01/06/2021, favorable	Affiche accepté, Dossier accepté	01/06/2021	Envoyer les affiches par mail		6 affiches + affichage sur les écrans de l'école	28/01/2022 et début 21/01/2022
UTT	Responsable des études	Sarah Miquery	sarah.miquery@univ-troyes.fr	1/6/2021	01/06/2021, favorable	Affiche accepté, Dossier accepté	01/06/2021	pas de RDV mis affiches		10 affiches et 200 flyers	28/01/2022 et début 21/01/2022
URCA	Responsable des études	Anne Jusseau	anne.jusseau@univ-troyes.fr	1/6/2021	02/06/2021, pas encore de réponse	Affiche accepté, Dossier refusé	Dossier pas possible	Aller à l'accueil le dimanche à l'heure de l'admission		5 affiches et 100 flyers + affichage sur les écrans de l'école et FS	09/06/2021, 28/01/2022 et début 21/01/2022
Mairie de Champagne	Responsable des études	Sandra Boucraieb	sandra.boucraieb@mairie-champagne.com	1/6/2021	02/06/2021, pas encore de réponse	Affiche accepté, Dossier refusé	Dossier refusé	en attente de date limite		6 affiches et 70 flyers	09/06/2021, 28/01/2022 et début 21/01/2022
UTT	Responsable des études	Stephanie Rux	stephanie.rux@utt.fr	1/6/2021	02/06/2021, pas encore de réponse	Affiche accepté, Dossier accepté	pas besoin dossier	RDV 8 juin 14h	Front de laupennin à partir 1 juin	6 affiches et 400 flyers FS	28/01/2022 et début 21/01/2022
Y School	Responsable des études	Carole Dubon	carole.dubon@y-school.fr	1/6/2021	02/06/2021, pas encore de réponse	Affiche accepté, Dossier accepté	voir comment faire	voir pour aller les déposer		pas de copies envoyées plusieurs relance	en juin, décembre, janvier et février
Saint Lo	Responsable des études	Filbert Millaud	filbert.millaud@saintlo.fr	1/6/2021	02/06/2021, favorable	Affiche accepté, Dossier accepté	RDV 11 juin 16h			6 affiches et 150 flyers	28/01/2022 et début 21/01/2022
INSPE	Responsable des études	Frederic Castel	frederic.castel@univ-troyes.fr	1/6/2021	01/06/2021, favorable	Affiche accepté, Dossier en attente de rep	attente de rep si c'est possible	pas de date limite		2 affiches et 50 flyers	28/01/2022 et début 21/01/2022

C12.2

11/05/2021

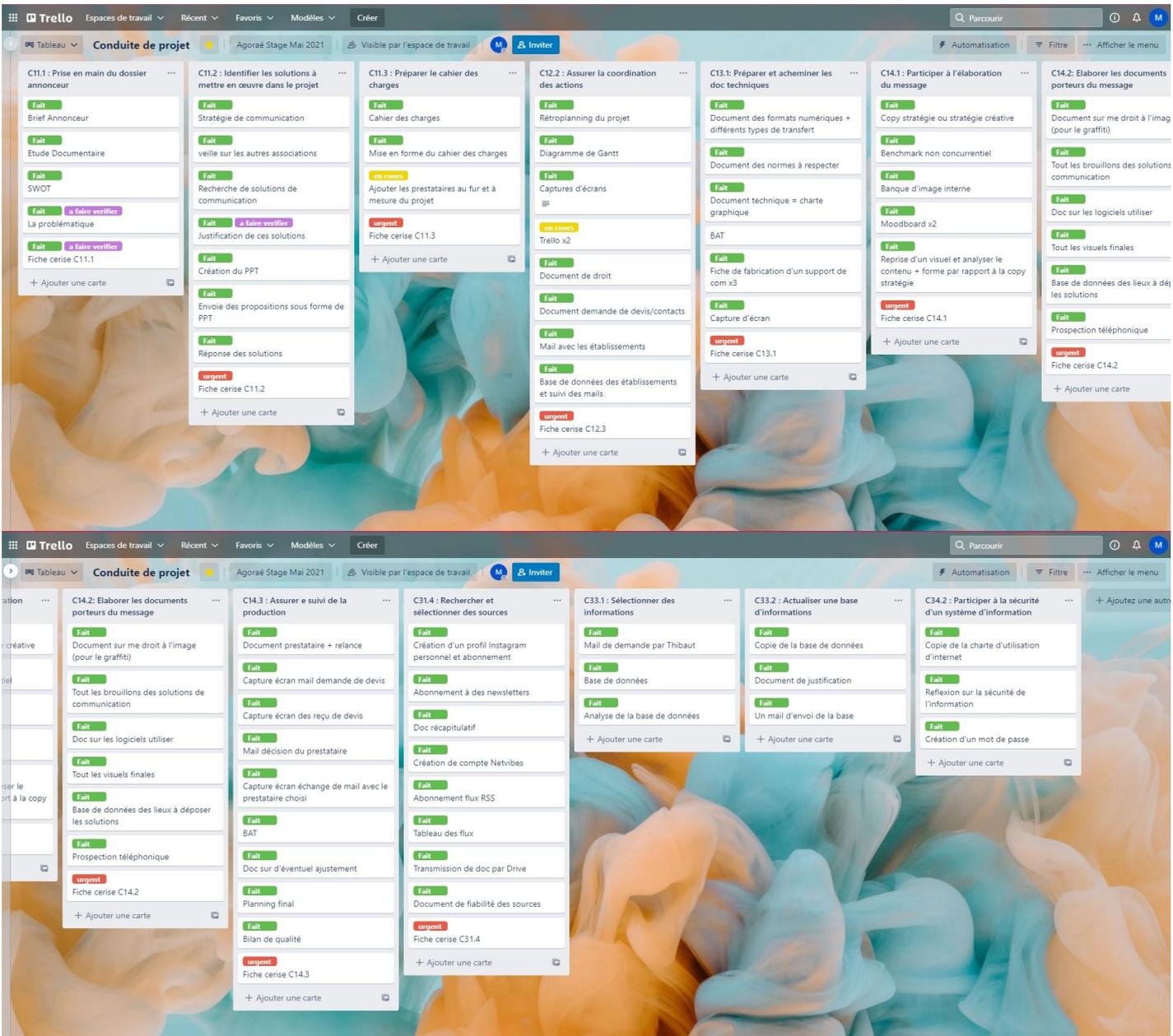
Document regroupant les Trello et captures d'écrans

4.5.1

Trello et captures d'écran

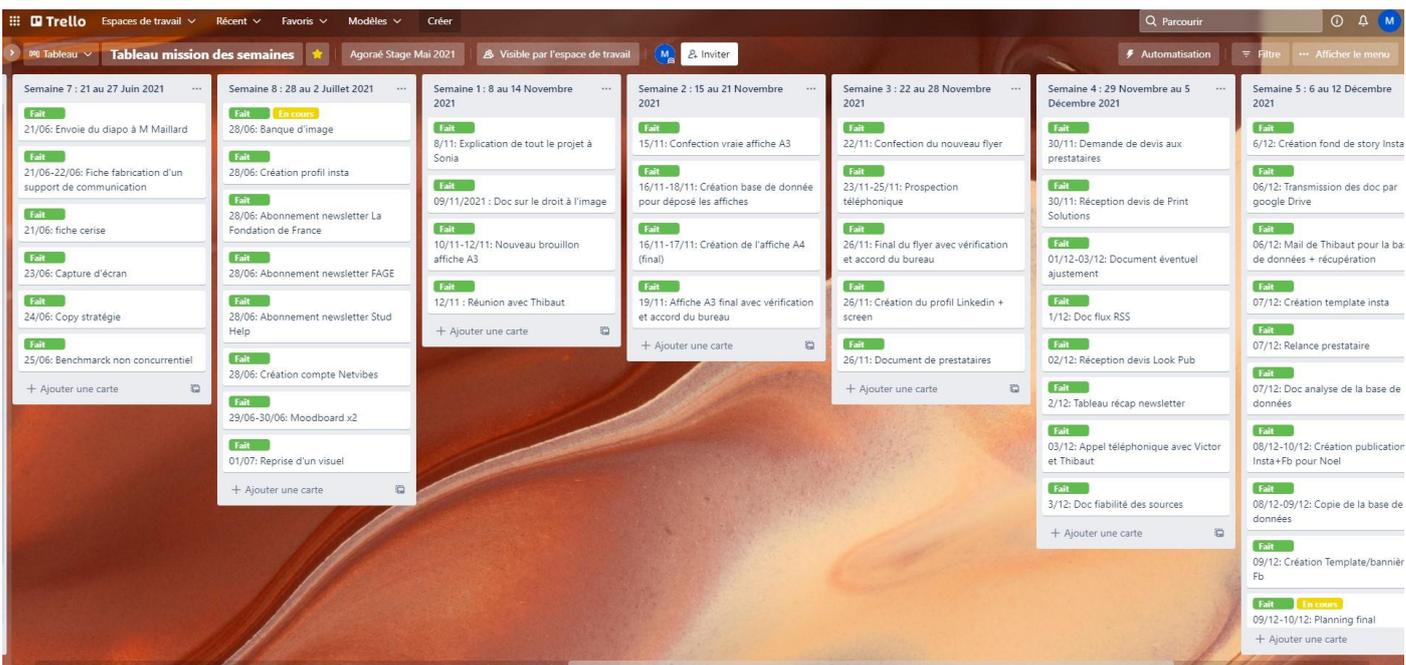
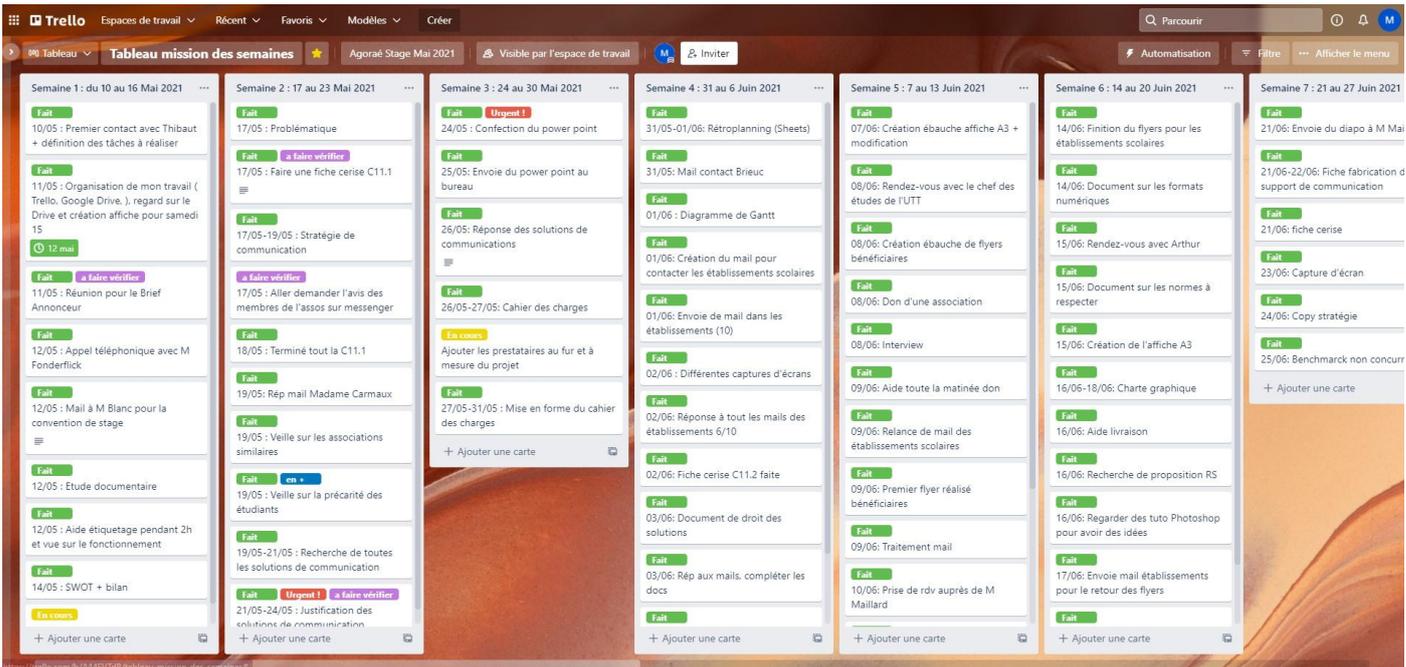
Voici des extraits de mes deux Trello :

Trello conduite de projet



Trello et captures d'écran

Trello tableau des missions des semaines



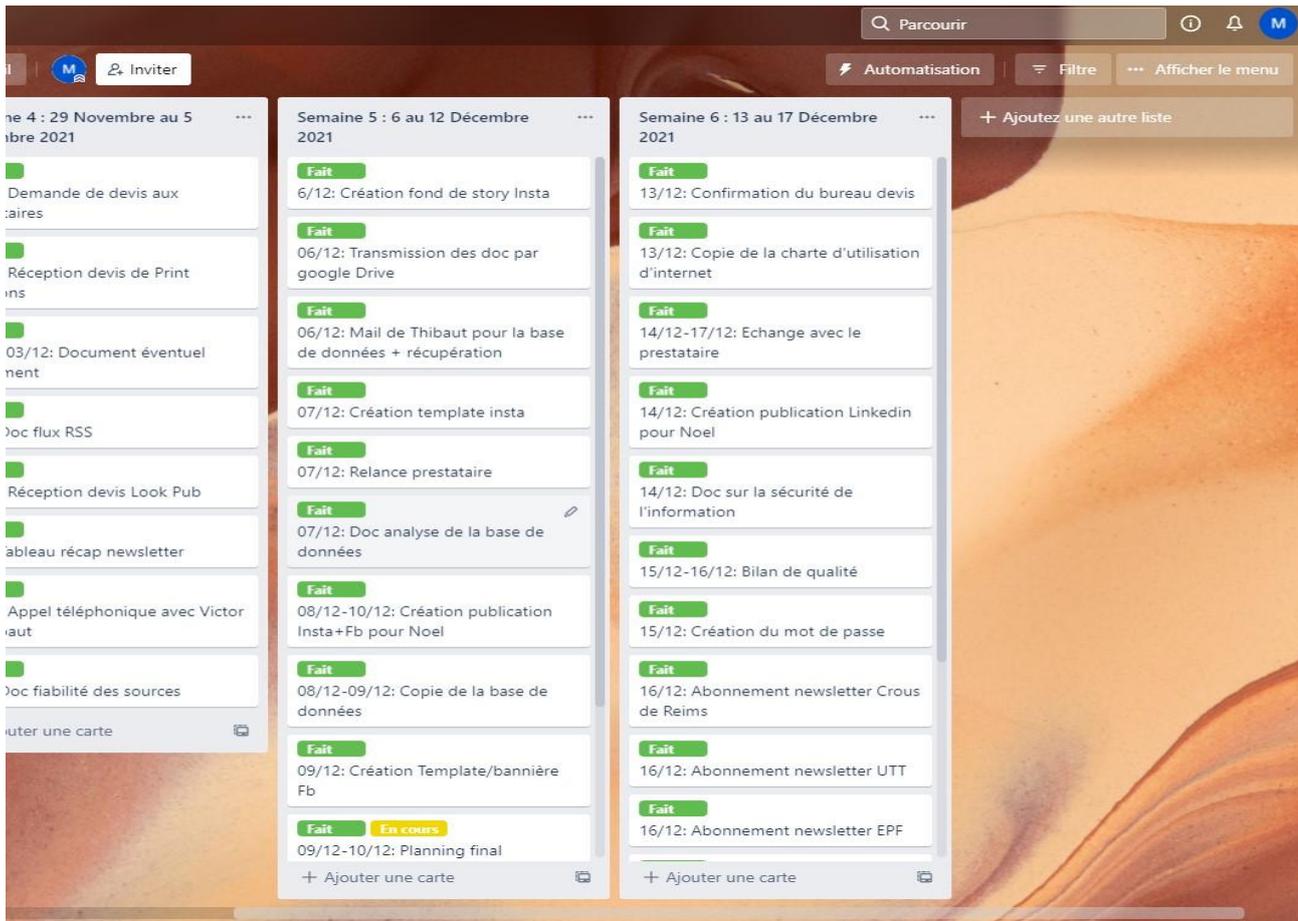
C12.2

11/05/2021

Document regroupant les Trello et captures d'écrans

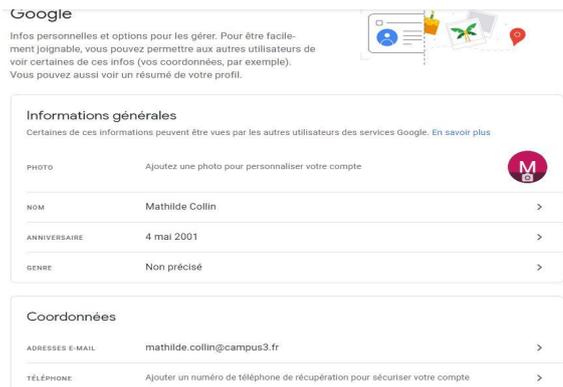
4.5.3

Trello et captures d'écran



Capture d'écran :

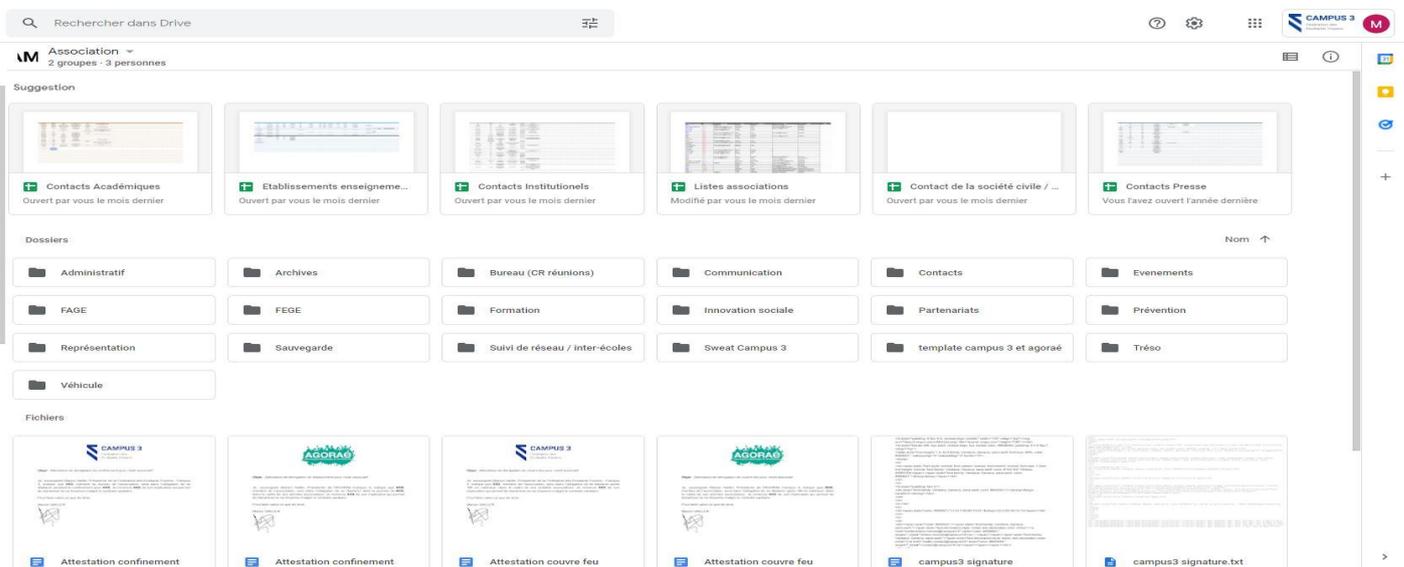
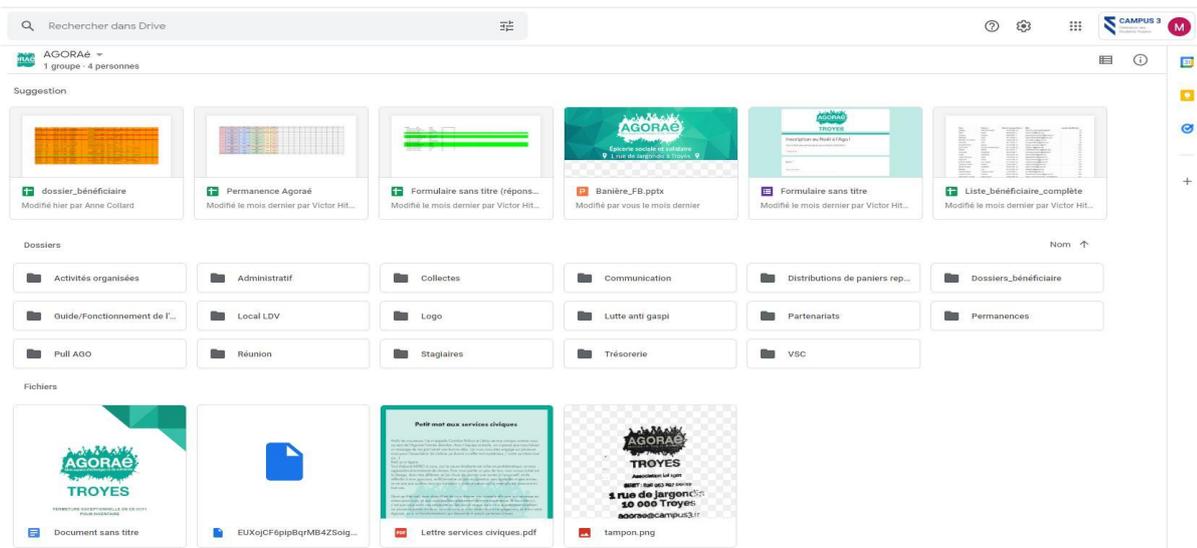
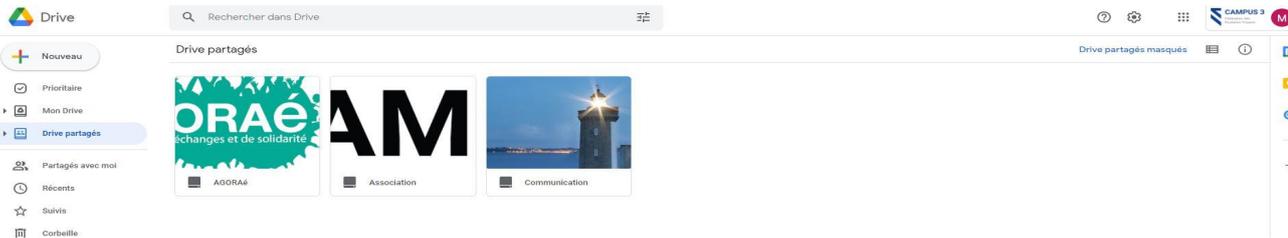
Afin de suivre les mails et d'accéder aux Drive, mon annonceur m'a créé une adresse mail Campus3 qui m'a servi tout au long de mon projet.



3

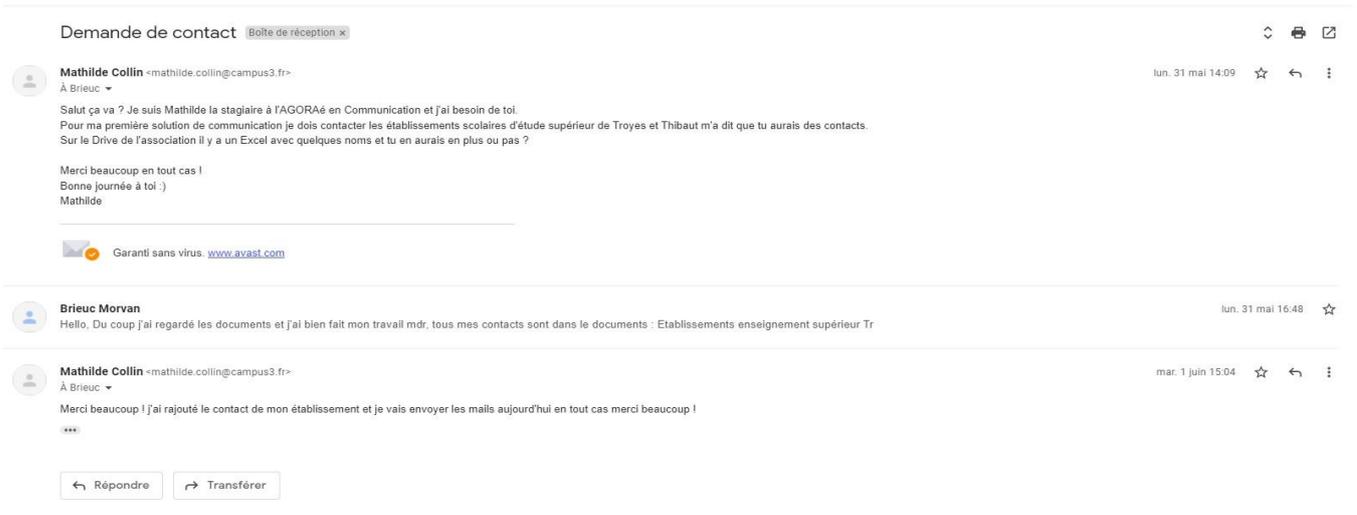
Trello et captures d'écran

Les accès aux Drive

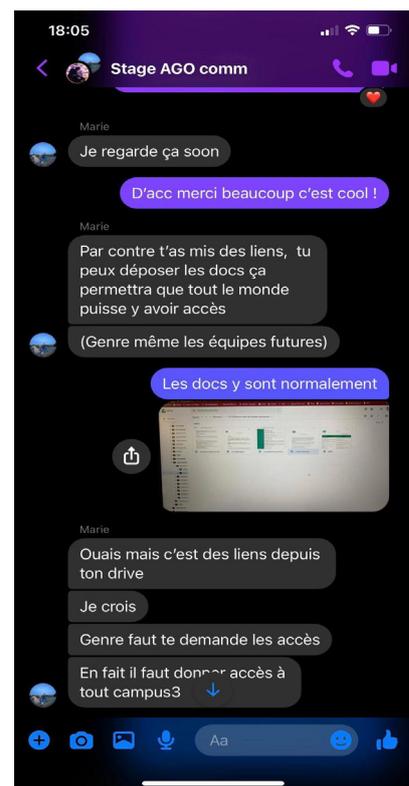
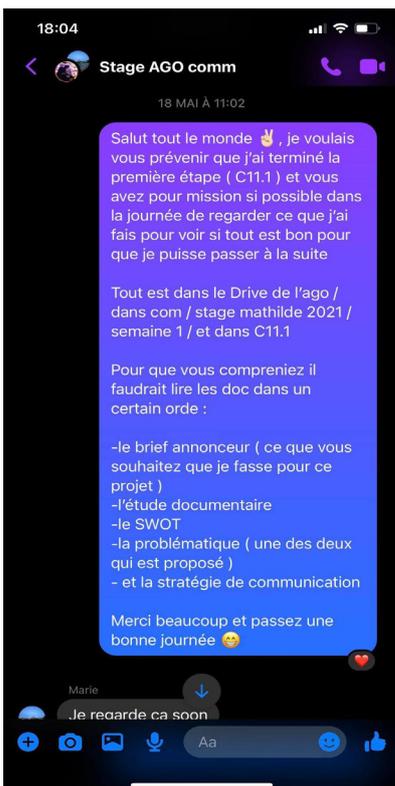


Trello et captures d'écran

Voici un échange de mails avec un membre de l'association.



Des conversations sur Messenger qui prouvent la coordination.



Trello et captures d'écran

Voici quelques mails que j'ai envoyés aux établissements scolaires.

Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement Externes Boîte de réception x

Mathilde Collin
Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire connaître l'AGORAÉ auprès des écoles et des étudiants. J

FREDERIC CASTEL
Bonjour Madame, Aucun souci évidemment pour faire connaître le travail de l'association, n'hésitez pas à laisser flyers et affiches à l'accueil de l'établissement

Mathilde Collin
Bonjour, Merci beaucoup de bien vouloir nous permettre de mieux nous faire connaître. En ce qui concerne pour les affiches et les flyers, pouvez-vous m'indiquer

FREDERIC CASTEL
Bonjour, Aucune date limite, nous sommes ouverts jusqu'au 13 juillet.

Mathilde Collin
Bonjour, c'est génial super ! Concernant les affiches, avez-vous un nombre précis d'affiches que vous souhaitez avoir ? Pour le dossier avez-vous des nouvelles

FREDERIC CASTEL <frederic.castel@univ-reims.fr>
À moi

4-5 affiches ?
Je relance pour les dossiers,
Bien à vous

Frédéric Castel
Université de Reims Champagne Ardenne
Directeur adjoint de l'INSPE de l'Académie de Reims
En charge des relations internationales
Responsable des sites de Chaumont et Troyes
+33 (0)3 25 03 60 08

RDV Agorae Externes Boîte de réception x

Franck JACQUEMIN
Bonjour Mathilde, Je remplace Stéphanie depuis ce 1er juin. Vous pouvez compter sur notre soutien. Il serait souhaitable que nous puissions nous rencontrer pour

Mathilde Collin
Bonjour, il n'y a pas de soucis, merci beaucoup de bien vouloir nous soutenir, c'est très gentil. Je vous propose un rendez-vous courant la semaine prochaine. E

Franck JACQUEMIN
Bonjour, Je vous propose mardi 8 juin 14h dans mon bureau P001. Bon après midi. De: "mathilde collin" <mathilde.collin@campus3.fr> À: "Franck JACQUEMIN" <franck

Mathilde Collin <mathilde.collin@campus3.fr>
À Franck

Le rendez-vous est noté.
Bonne fin de journée à vous

Mathilde

3 pièces jointes

← Répondre → Transférer

Gmail interface showing an inbox with several emails from 'frederic.ca.2' and 'cedric.lois' regarding the promotion of AGORAÉ. The selected email is from 'frederic.ca.2' with the subject 'Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement'.

Boîte de réception 3

Messages suivis

En attente

Messages envoyés

Brouillons 1

Plus

Meet

Nouvelle réunion

Mes réunions

1-12 sur 12

À : frederic.ca.2 Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire conn... 16:11

À : cedric.lois Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire connaître l'AGORAÉ aupr... 16:09

À : stephanie.r. Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire connaître l'AGORAÉ aupr... 16:08

À : boulacheb.s. Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire connaître l'AGORAÉ aupr... 16:07

À : alexandra.r. ... Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire connaître l'AGORAÉ aupr... 16:06

À : sarah.mocqu. ... Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire connaître l'AGORAÉ aupr... 16:04

À : ana-Paula.g. Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire connaître l'AGORAÉ aupr... 16:02

À : Iprost, hguillemet 2 Promotion de l'AGORAÉ au sein de votre établissement - Bonjour, étant chargée de la communication au sein de l'association AGORAÉ, j'ai comme mission de faire conn... 15:58

image004.png



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C13.1

C13.1

14/06/2021

Document sur les formats numériques

5.1.1



DOCUMENT SUR LES FORMATS NUMÉRIQUES

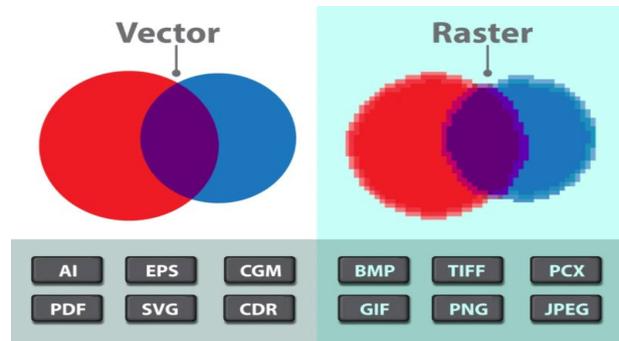
Avoir un bon format de document est indispensable pour pouvoir l'exploiter dans sa globalité.

Pour les formats d'images :

Il existe deux types de formats d'images :

-le format **vectoriel** qui sert à stocker des images complexes souvent pour de l'impression.

-le format **matriciel** qui sert à stocker des images simples.



Les différents formats d'images :

Format	Type de format	Type d'image	Compression	Avantage(s)	Inconvénient(s)	Usage recommandé
BMP (BitMap)	Format propriétaire de Microsoft	Matricielle, 16M de couleurs	non	Qualité des images	Fichier très volumineux Peu disponible en dehors des outils Microsoft	Format historique
<u>PICT</u> (Picture)	Format des plateformes MacOS	Matricielle, 16M de couleurs	non	Qualité des images	Fichiers volumineux Uniquement pour MacOS	Format historique
GIF (Graphical Interchange Format)	Format propriétaire de la société Compuserve	Matricielle, palette 256 couleurs	Automatique	Poids des fichiers Supporte les animations	Limitation de la palette	Principal format du web jusqu'au milieu des années 2000 Emploi en recul
JPEG (Joint Photographic Experts Group)	Format libre	Matricielle, 16M de couleurs	Avec perte taux de compression défini par l'utilisateur	Poids des fichiers L'utilisateur définit lui-même le ratio poids/qualité	Perte d'information (dégradation de la qualité)	Echange de fichiers, diffusion web
JPEG 2000	Evolution de JPEG, libre	Matricielle, 16M de couleurs	Adaptative	La compression détériore moins l'image que le JPEG Gestion des métadonnées Perte d'information	Echange de fichiers	Diffusion web
TIFF (Tagged Image File Format)	Format propriétaire Brevet Aldus	Matricielle, 16M de couleurs	Automatique, sans perte	Pas de perte d'information, maintien de la qualité	Poids Nombreuses versions de ce format (problème de compatibilité)	Stockage et archivage de photos PAO et imprimerie
PNG (Portable Network Graphic)	Format libre et normé	Matricielle, 16M de couleurs	Automatique, sans perte	Maintien de la qualité Poids des fichiers Gestion de la transparence		Stockage et archivage de photos PAO et imprimerie Diffusion web (petites images)
PS/EPS (Encapsulated PostScript)	Format propriétaire Adobe	Hybride matriciel et vectoriel	non	Exploitable sur toutes les plateformes	Très lourd	Impression professionnelle

C13.1

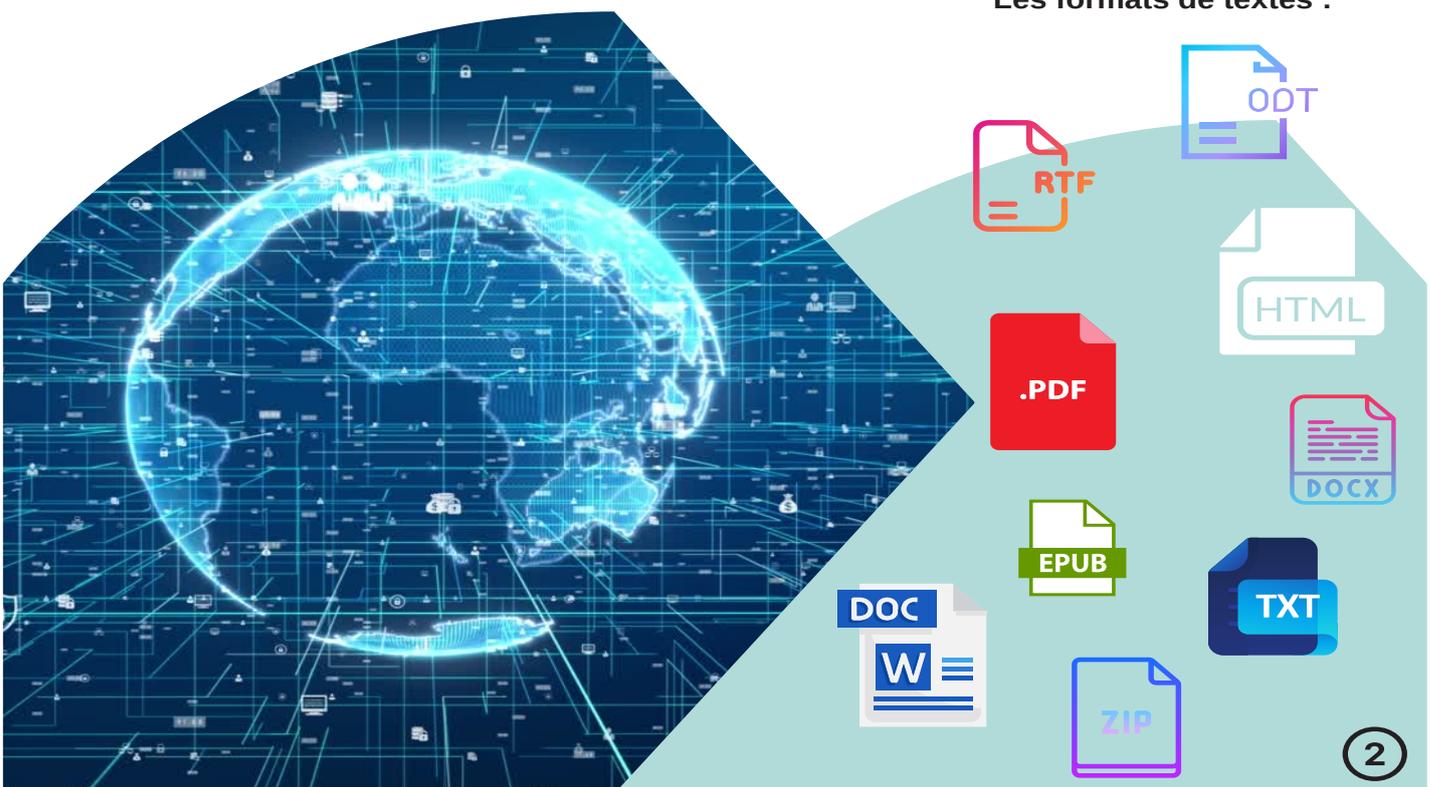
14/06/2021

Document sur les formats numériques

5.1.2

SVG (Scalable Vector Graphics)	Format livre	Format XML vectoriel	non	Fichier texte Gestion de la transparence, animation	N'est pas encore supporté par tous les outils	Format émergent
PSD (Photoshop Document)	Fichier matriciel, généré par le logiciel Photoshop	Matriciel	Peut être compressé	Il est utilisé pour les images qui ne peuvent pas être vectorisées comme les photos Conserve les calques	Poids très lourd	Pour les images
PDF	Même langage que le fichier d'image vectorielle EPS	Vectorielle	Oui mais pas idéal	Format très utilisé pour un envoi de document, enregistré une image ou une illustration, document	Il ne peut pas être intégré dans un format web	Mise en page originale d'un document, stockage, enregistrement
RAW	Fichier brut	Fichier d'images numériques issues d'appareils photo numériques ou scanners	Possibilité de faire beaucoup de modifications	Permet d'afficher plus de détails PLUS grande souplesse de retouche	Pas exploitable directement Posséder un logiciel spécifique et est lourd	Photographie argentique, film négatif
INDD	L'extension des fichiers Adobe Indesign		Oui	Apporte de la souplesse en terme de conception Haute qualité pour l'impression	Logiciel payant	Utiliser pour la mise en page
AI	Format d'adobe standard	Vectorielle	Non	Mise à l'échelle sans perte de qualité, une sauvegarde d'une image ou d'un projet exploitable	La taille du fichier est conséquent, ça ne peut pas être utilisé sur le web	Création de projet, impression

Les formats de textes :



C13.1

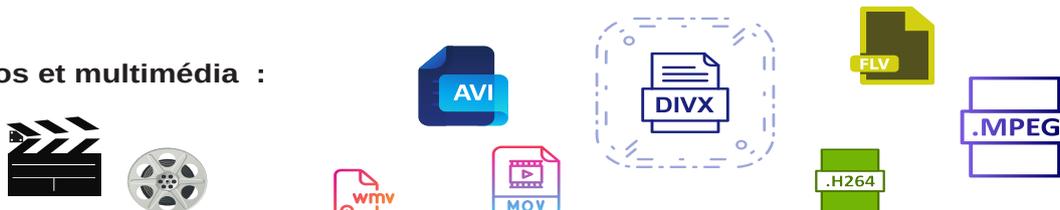
14/06/2021

Document sur les formats numériques

5.1.3

Les formats vidéos et multimédia :

les formats vidéos :



- **WMV** (*Windows Media Video*) est un format propriétaire développé par Microsoft. Il est le principal format utilisé par le lecteur Windows Media.
- **DV** (DV-AVI) est une norme de la vidéo numérisée faiblement comprimée et sans perte de qualité. Il s'agit du standard idéal pour le montage virtuel. Le format DV-AVI est le format d'export associé.
- **DivX** (développé par DivxNetworks) et xVid (son équivalent *open source*) sont des formats dérivés de MPEG-4, codec intégré à la plupart des outils. Il bénéficie d'un très bon taux de compression, très utilisé pour la « sauvegarde et le partage » de DVD comme pour la diffusion de vidéos (même de longue durée) sur Internet.
- **MPEG-1, -2, -4** sont des standards vidéo associés à différents niveaux de qualité (résolution et taux de compression).
- **AVI** c'est le conteneur le plus utilisé dans l'univers Windows. Il peut contenir d'autres formats tels que le DivX ou MP3.
- **MOV** c'est le format conteneur d'Apple, il nécessite l'installation du logiciel QuickTime.
- **FLV** le format Flash Vidéo utilisé pour la majorité des diffusions de vidéo et publicités sur internet. C'est le format d'export du logiciel Adobe Flash Player.
- **H264** c'est le Codec utilisé pour la haute définition. Utilisé pour le format des disques Blu-ray.

Les formats audios :



- **WAVE** est un format propriétaire développé conjointement par IBM et Microsoft, sans compression.
- **FLAC** (*Free Lossless Audio Codec*) est un format *open source* qui permet une compression sans perte (en conservant une qualité CD).
- **AC3** est un format Dolby digital (utilisé pour les flux 5.1).
- **AIF** est le format non compressé d'Apple.
- **DD+** correspond au *Dolby Digital* haute résolution qui permet une compression sans perte.
- **MP3** est le format de compression avec perte (norme ISO) supporté par la plupart des lecteurs.
- **WMA** est développé par Microsoft, propose une compression avec perte et la gestion des droits numériques (DRM, *Digital Rights Management*)



Pour un format lors d'une impression :

Dans le cas de mon stage, afin d'imprimer mon document chez l'imprimeur j'ai respecté des étapes à suivre

Au niveau du mode de couleur et de la résolution :

Exporter le fichier en CMJN et non RVB car ce mode de couleur est réservé à l'écran et non à l'impression car les couleurs seront lavées.

Pour exporter le document on peut le faire sous forme :



3

C13.1

14/06/2021

Document sur les formats numériques

5.1.4

En ce qui concerne le type de transfert, il y en a plusieurs :

-Par la poste : Colissimo, Chronopost

-Les transports privés : DHL,UPS,FEDEX

-Les supports de transfert numériques :

- CDROM
- DVD ROM
- Blu-Ray
- Carte SD
- Clé USB



-Le transfert par FTP : File transfert protocol (est un protocole de communication destiné au partage de fichiers sur un réseau TCP/IP.)

-Les plates-formes collaboratives

-Site web



-Par des sites spécialisés (gratuit) Wetransfer, Dropbox, Google Drive, Transfer Now, Send box.

-Courriel



-Disque dur

-Bluetooth



-Réseaux sociaux

-Message



-Fax

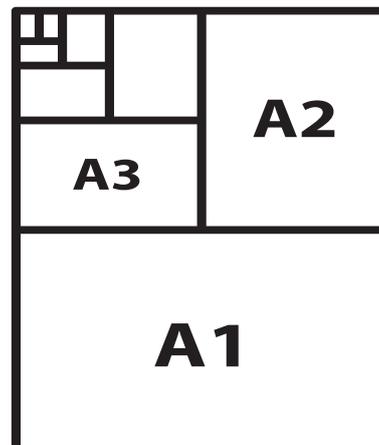
Peut amener à utiliser un format différent. Le document PDF est souvent le plus adapté car il est le plus "léger" qu'un document word ou powerpoint.



Document sur les normes à respecter

Envoi de documents auprès de chef d'établissement d'étude supérieure de Troyes

- Formulation du mail
- Insérer un format **PDF** du dossier d'inscription de l'AGORAÉ



Les Affiches

Création des affiches A3 et A4 sur le logiciel Indesign

A3 : 29,7 cm x 42,0 cm

A4 : 29,7 x 21 cm

Création du flyer A6 sur le logiciel Canva

A6 : 14.8 x 10.5 cm

Sur Indesign pour avoir une impression optimale

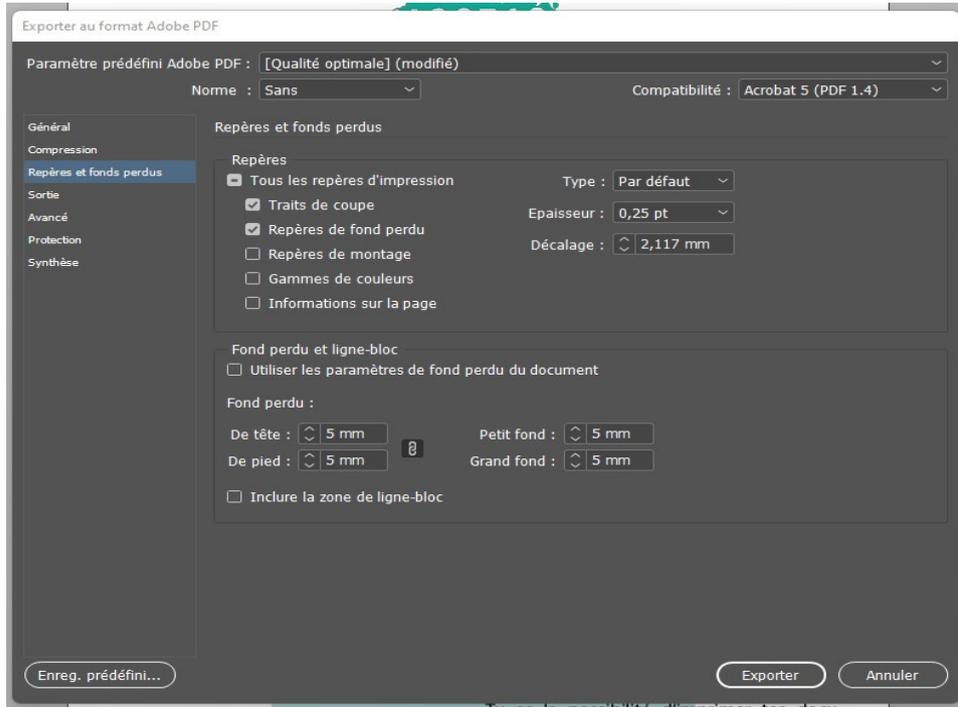
- Fond perdu de 5mm
- Imprimer général : qualité optimale
compatibilité : acrobat 5 (pdf 1.4)
- Repère et fonds perdus : cocher traits de coupe et repère de fond perdu

C13.1

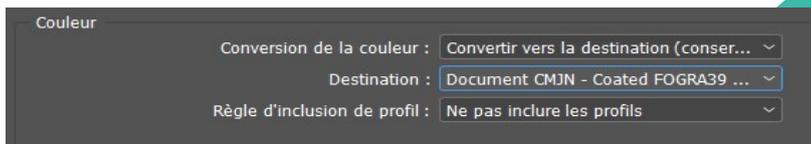
15/06/2021

Document sur les normes à respecter

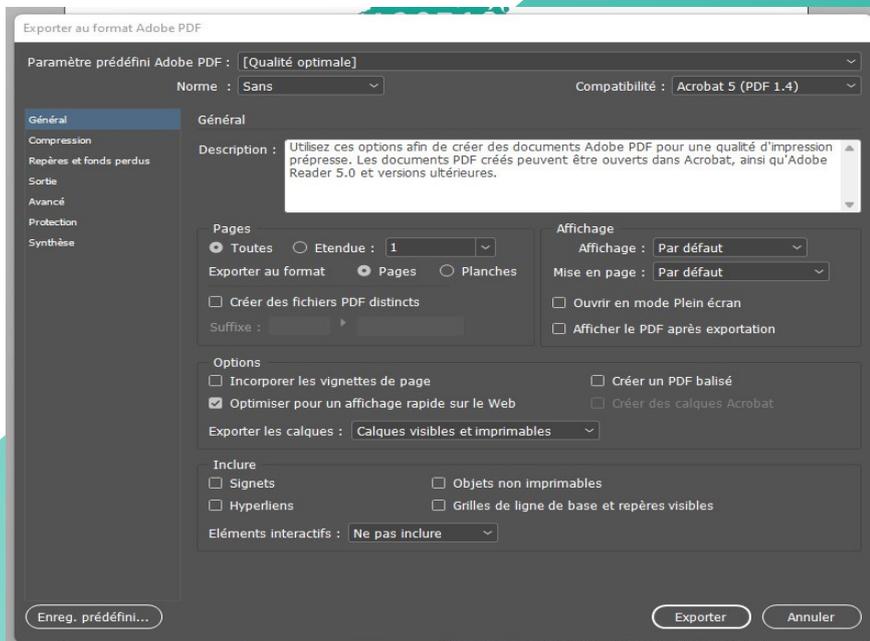
5.2.2



-résolution de couleur en CMJN



-Envoi des documents en PDF = exporter au format PDF



C13.1

15/06/2021

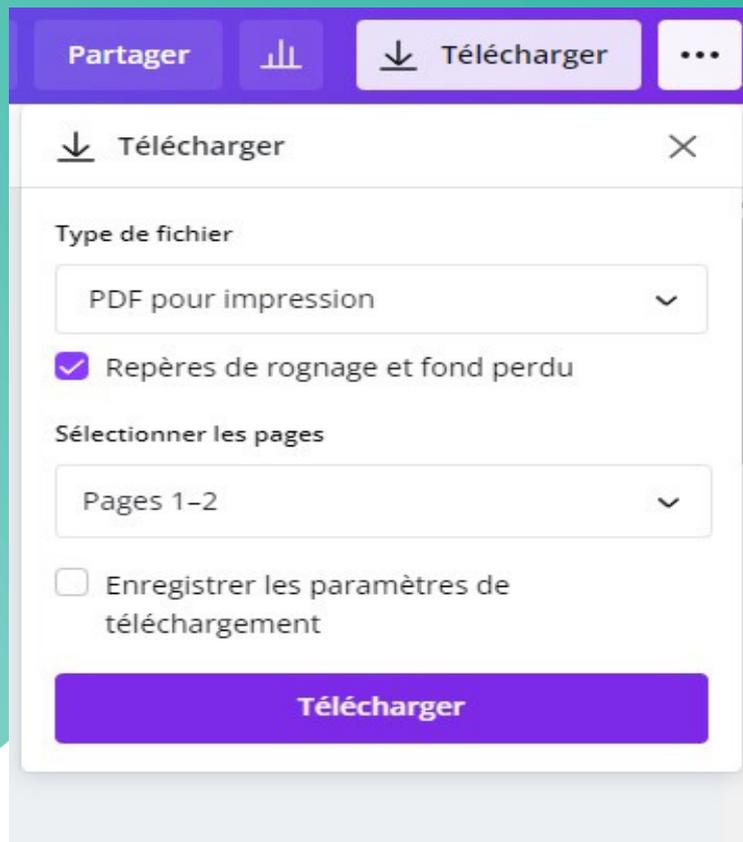
Document sur les normes à respecter

5.2.3

Pour les documents que j'ai créé, j'ai importé des logos, image en svg, png et jpg.

Sur Canva :

Il faut télécharger le document au format PDF pour impression et cocher la case repères de rognage et fond perdu et sélectionner les pages à exporter



C13.1

16/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.1**TROYES****Charte Graphique**

de

l'association **AGORAÉ**

C13.1

16/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.2

Introduction



L'AGORAÉ doit être clairement identifiée, mémorisée et disposée d'une forme graphique qui la distingue. C'est la fonction du logotype.

À travers son logo, l'**AGORAÉ** se réfère au réseau auquel elle appartient : la FAGE (Fédération des Associations Générales Étudiantes), par sa typographie et sa forme.

La différenciation passe par la couleur du logo et sa base ligne «Mon espace d'échange et de solidarité».

Ce sont ces éléments graphiques qui lui donnent sa personnalité, sa signature pour la représenter partout où elle s'exprime.

En dehors du logotype, il est possible de créer sa propre charte graphique pour les visuels.

C13.1

16/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.3

Sommaire

	Le logotype	3-9
	• Le logotype horizontal	4
	• Les couleurs	5
	• Déclinaison de couleurs	6
	• Personnaliser le logo	7
	• Utilisations proscrites	8
	• Logo à associer	9
	La typographie	10-12
	• L'univers typographique du logo	11
	• L'univers typographique du textuel	12
	Éléments visuels	13-15
	• Moodboards des fonds	14
	• Moodboards des éléments visuels	15

Le logotype



TROYES

C13.1

17/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.5

Le logotype horizontal



TROYES

Le logo classique avec la mention «Troyes en dessous»



Le logo pour fond de couleur avec la mention «Troyes en dessous»

C13.1

17/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.6

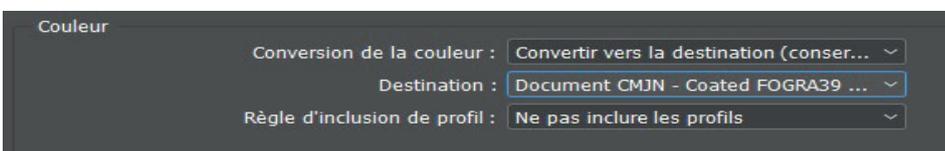
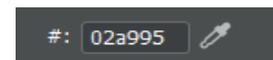
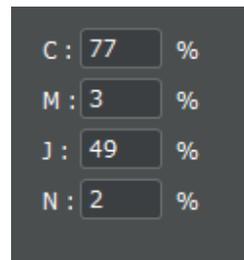
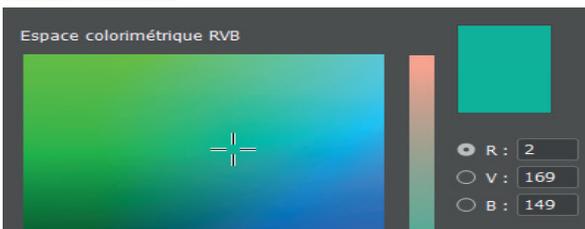
Les couleurs

L'association à une charte graphique défini autout de la couleur verte.

UNIVERS COLOREL



Sélecteur de couleurs





TROYES

C13.1

17/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.7

Déclinaison des couleurs

Deux versions du logo sont proposées : une version en couleur et une version en noir et blanc. On privilégie l'utilisation du logo en noir pour l'impression sur fond de couleur claire, sur les formulaires électroniques et papier et les cartouches de plans par exemple. Il peut arriver que nous ayons à utiliser notre logo sur un fond noir ou de couleur.

Les applications autorisées étant limitées, il est demandé de communiquer avec la FAGE pour l'application de cette version du logo.

LOGOTYPE EN QUADRICROMIE



LOGOTYPE EN NOIR & BLANC



C13.1

17/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.8

Personnaliser le logo

Les fédérations étudiantes de la FAGE portant le projet **AGORAÉ** dans leur ville ont la possibilité de personnaliser, dans une certaine mesure, le logo **AGORAÉ**. Cette personnalisation doit respecter les indications ci-dessous. Dès la finalisation du logo personnalisé, il est demandé de le transmettre.



NOM DE LA VILLE

**HelveticaNeue LT 65
Medium - Bold
[MAJUSCULE] -
centré au milieu du logo**



NOM DE LA VILLE

espacement de 5mm

CE QUI EST INTERDIT



MAVILLE

Modifier la typographie et couleur du nom de la ville



Apposer le logo de la fédération (dessus ou à côté)



Placer le nom de la ville sur le logo, en diagonal, ...

C13.1

18/06/2021

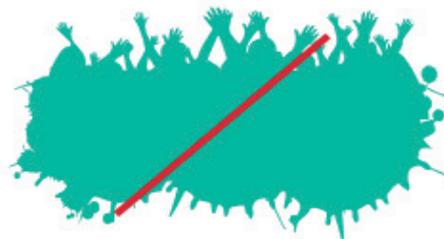
Document technique : la charte graphique

5.3.9

Utilisations proscrites

Le logo **AGORAÉ** est un élément graphique qui ne doit en aucun cas être altéré. Aucune forme de déviation du logo original n'est permise. Celui-ci ne doit être utilisé que sur du matériel de qualité qui ne présente aucun signe de détérioration.

Ne jamais modifier la disposition des éléments du logotype



Ne jamais modifier les couleurs



Ne jamais déformer le logotype



C13.1

18/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.10

Logo à associer

Lors de la réalisation d'une solution de communication, il est vivement conseillé de mettre le logo suivant :

LOGO DE LA FAGE



C13.1

18/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.11

La typographie

C13.1

18/06/2021

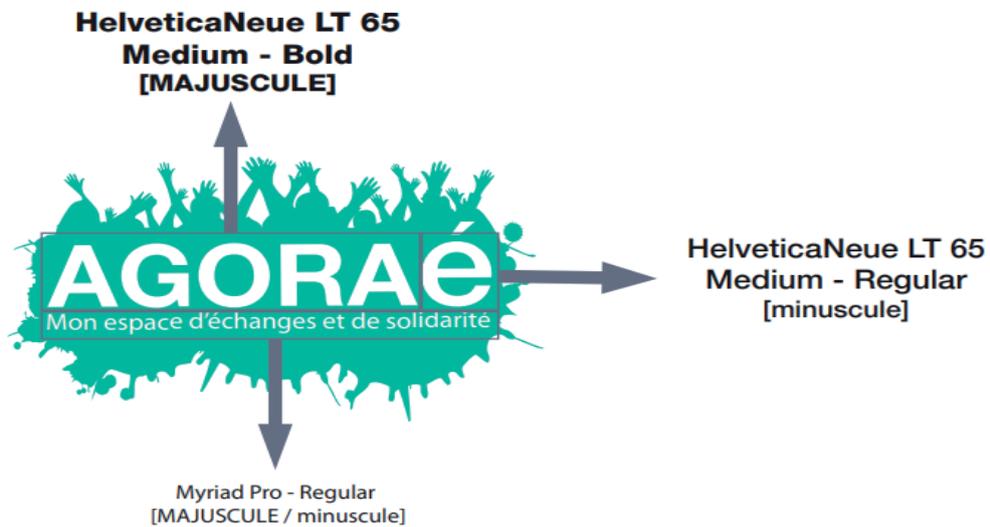
Document technique : la charte graphique

5.3.12

L'univers typographique

du logo

UNIVERS TYPOGRAPHIQUE



Police HelveticaNeue Regular

12 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890
18 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890
24 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890
30 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis
40 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère le
60 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr
72 Voix ambiguë d'un cœur qui au z

Police HelveticaNeue **Bold**

12 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890
18 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890
24 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890
30 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis. 1234567890
40 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les jattes de kiwis
60 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr préfère les
72 Voix ambiguë d'un cœur qui au zéphyr pr

Myriad Pro Regular

Lorem ipsum dolor
 Utinam habemus assueverit et est. Elit
 Ex eam nusquam commune. Vis eu pe
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quae
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. A
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Ut
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quae
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptat

C13.1

21/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.13

L'univers typographique

du textuel

Sur la suite Adobe



Pour les titres/sous-titres/corps de texte

Myriad Pro Regular

**Lorem ipsum dolor
 Utinam habemus assueverit et est. Elit
 Ex eam nusquam commune. Vis eu pe
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaest
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utr
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudianc
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem**

Myriad Pro **Bold**

**Lorem ipsum dolor
 Utinam habemus assueverit et est. |
 Ex eam nusquam commune. Vis eu |
 Lorem ipsum dolor sit amet, te qua
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. |
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repud
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit volupt**

Sur d'autres logiciels type Canva



Pour les titres/sous-titres/corps de texte

Arial Regular
Arial Narrow
Arial Italic
Arial Bold
Arial Bold Italic
Arial Black

C13.1

21/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.14

Éléments visuels

C13.1

21/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.15

Moodboards

des fonds





TROYES

C13.1

22/06/2021

Document technique : la charte graphique

5.3.17



Collin Mathilde

C13.1

23/06/2021

Fiche de fabrication d'une solution de communication print

5.4.1

Fiche de fabrication d'une solution de communication Print

J'ai créé cette fiche qui est plutôt à destination des supports Print afin d'avoir un suivi sur une même fiche.

Modèle de la fiche vierge :

C13.1: Préparer et acheminer les documents techniques 21/06/2021

FICHE DE FABRICATION d'un support de communication

SERVICE :	QUANTITÉ :
DOSSIER:	FORMAT OUVERT: mm x mm
	FORMAT FERME : mm x mm
	RECTO <input type="checkbox"/> VERSO <input type="checkbox"/>
DÉSIGNATION DE L'OUTIL DE COMMUNICATION :	ORIENTATION :
Affiche <input type="checkbox"/> Flyer <input type="checkbox"/>	Paysage <input type="checkbox"/> Portrait <input type="checkbox"/>
Brochure <input type="checkbox"/> Carton d'invitation <input type="checkbox"/>	
Dépliant <input type="checkbox"/> Calicot <input type="checkbox"/>	
Kakémono <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>	

CONCEPTION

Régie directe

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

CONCEPTION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

IMPRESSION

Régie directe

Prestataire extérieur

Date d'impression : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Autre

Lieu de livraison : _____

IMPRESSION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date d'impression : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Carré à dos collé

Lieu de livraison : _____

FICHE DE FABRICATION d'un support de communication

SERVICE : Communication	QUANTITÉ : Affiche A4 200 unités
DOSSIER: Affiche particuliers	FORMAT OUVERT: 297 mm x 210mm
	FORMAT FERME : mm x mm
	RECTO <input checked="" type="checkbox"/> VERSO <input type="checkbox"/>
DÉSIGNATION DE L'OUTIL DE COMMUNICATION :	ORIENTATION :
Affiche <input checked="" type="checkbox"/> Flyer <input type="checkbox"/>	Paysage <input type="checkbox"/> Portrait <input checked="" type="checkbox"/>
Brochure <input type="checkbox"/> Carton d'invitation <input type="checkbox"/>	
Dépliant <input type="checkbox"/> Calicot <input type="checkbox"/>	
Kakémono <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>	

CONCEPTION

Régie directe Collin Mathilde

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

CONCEPTION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

IMPRESSION

Régie directe

Prestataire extérieur DM Lettres Print Solutions

Date d'impression : Lundi 10 janvier 2022

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : 135g

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Autre couché demi-mat

Lieu de livraison : AGORAÉ Troyes

IMPRESSION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date d'impression : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Carré à dos collé

Lieu de livraison : _____

FICHE DE FABRICATION d'un support de communication

SERVICE : Communication	QUANTITÉ : Affiche A3 100 unités
DOSSIER: Affiche établissement scolaire	FORMAT OUVERT: 297 mm x 420mm
	FORMAT FERME : mm x mm
	RECTO <input checked="" type="checkbox"/> VERSO <input type="checkbox"/>
DÉSIGNATION DE L'OUTIL DE COMMUNICATION :	ORIENTATION :
Affiche <input checked="" type="checkbox"/> Flyer <input type="checkbox"/>	Paysage <input type="checkbox"/> Portrait <input checked="" type="checkbox"/>
Brochure <input type="checkbox"/> Carton d'invitation <input type="checkbox"/>	
Dépliant <input type="checkbox"/> Calicot <input type="checkbox"/>	
Kakémono <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>	

CONCEPTION

Régie directe Collin Mathilde

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

CONCEPTION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

IMPRESSION

Régie directe

Prestataire extérieur DM Lettres Print Solutions

Date d'impression : Lundi 10 janvier 2022

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : 135g

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Autre couché demi-mat

Lieu de livraison : AGORAÉ Troyes

IMPRESSION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date d'impression : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Carré à dos collé

Lieu de livraison : _____

FICHE DE FABRICATION d'un support de communication

SERVICE : Communication	QUANTITÉ : Flyer A6 3000 unités
DOSSIER: Flyer à destination des étudiants	FORMAT OUVERT: 148 mm x 105mm
	FORMAT FERME : mm x mm
	RECTO <input checked="" type="checkbox"/> VERSO <input checked="" type="checkbox"/>
DÉSIGNATION DE L'OUTIL DE COMMUNICATION :	ORIENTATION :
Affiche <input type="checkbox"/> Flyer <input checked="" type="checkbox"/>	Paysage <input type="checkbox"/> Portrait <input checked="" type="checkbox"/>
Brochure <input type="checkbox"/> Carton d'invitation <input type="checkbox"/>	
Dépliant <input type="checkbox"/> Calicot <input type="checkbox"/>	
Kakémono <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>	

CONCEPTION

Régie directe Collin Mathilde

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

CONCEPTION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date limite d'exécution de la maquette : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Observations

IMPRESSION

Régie directe

Prestataire extérieur DM Lettres Print Solutions

Date d'impression : Lundi 10 janvier 2022

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : 135g

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Autre couché demi-mat

Lieu de livraison : AGORAÉ Troyes

IMPRESSION SEULE

Régie directe

Prestataire extérieur

Date d'impression : _____

Type de papier: CMM CMB Autre

Grammage papier : _____

Couleur : Quadri Noir&Blanc

Finition : Piqures à cheval Carré à dos collé

Vernis sélectif Carré à dos collé

Lieu de livraison : _____

Fiche de fabrication pour l'affiche A4, A3 et flyer A6.



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C14.1

C14.1

24/06/2021

La copy stratégie

6.1.1

COPY STRATÉGIE



LA PREUVE OU JUSTIFICATION "REASON WHY" (QUELLES CONTRAINTE)

L'association est implantée dans plusieurs villes de France. Elles ont le même engagement envers les étudiants. L'AGORAÉ de Troyes travaille avec de nombreux partenaires.

La contrainte est d'entretenir le lien avec les partenaires afin de continuer à obtenir des dons (alimentaires et monétaires).

LA PROMESSE OU AXE (QUELLE IDÉE)

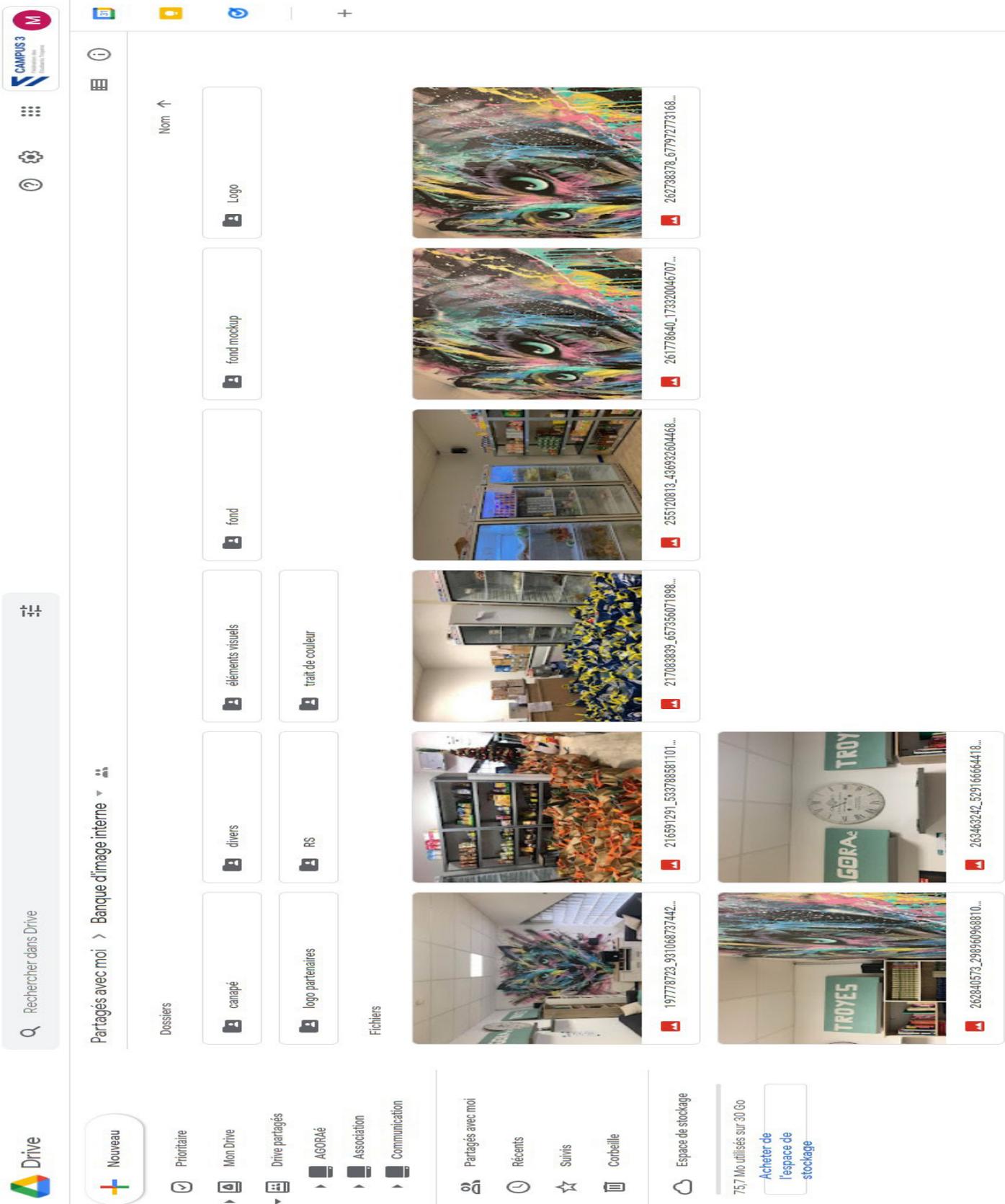
L'association s'engage à aider les étudiants et apporter un meilleur confort.

BÉNÉFICE CONSOMMATEUR OU AVANTAGE (QUEL CONCEPT)

Permettre l'épanouissement, le bien-être et être à l'écoute des étudiants afin de leur apporter un meilleur confort de vie (nourriture, lieu de vie, lave-linge...).

LE TON (ATMOSPHERE, AMBIANCE)

Bienveillance et ton didactique dans le but d'informer.



Rechercher dans Drive

Partagés avec moi > Banque d'image interne

Dossiers

- canapé
- logo partenaires
- divers
- RS
- éléments visuels
- trait de couleur
- fond
- fond mockup
- Logo

Fichiers

- 19777873_931068737442...
- 216591291_533788581101...
- 217083839_657358071898...
- 255120813_436932604468...
- 261778640_17320046707...
- 262738378_67797273188...

75,7 Mo utilisés sur 30 Go

Acheter de l'espace de stockage

C14.1

28/06/2021

Les deux moodboards

6.3.1



C14.1

29/06/2021

Les deux moodboards

6.3.2



C14.1

30/06/2021

Reprise d'un visuel et analyse

6.4.1**C14.1: Participer à l'élaboration du message**

01/07/2021

Je souhaite réfléchir sur le contenu et la forme du message en analysant un premier résultat que j'ai effectué. Au sein de ce document, je rappelle également la stratégie de communication qui doit correspondre avec le visuel. Il doit avoir la pertinence et la cohérence des choix rédactionnels et iconographiques.

Je reprends la première affiche qui a été retenue lors du premier stage.

Pourquoi ce brouillon ? J'ai décidé de prendre ce premier résultat, car l'affiche est la solution de communication print la plus imposante.

- **Le contenu**

Pour l'affiche A3 qui sera vue par beaucoup de personnes dans les établissements, j'ai voulu mettre le maximum d'informations en laissant le plus d'espace possible.

L'affiche est à destination des trois cibles de la partie une, c'est-à-dire les étudiants.

- **La forme du message**

Je souhaite prouver la promesse de l'association, de s'engager à aider les étudiants et apporter du réconfort. La preuve est démontrée dans cette affiche par les partenaires.

En ayant mis en transparence le lieu de vie de l'AGORAÉ, cela permet de montrer le confort du lieu, de la convivialité et de la bienveillance. Le message est attractif et simple grâce à la deuxième personne du singulier. Il informe d'une manière inclusive.

- **La stratégie de communication**

La cible : les étudiants en situation de précarité, voulant devenir bénévole ou venir dans le lieu de vie. Objectif : faire connaître l'association, faire aimer le concept, faire parler et aider le plus de jeunes possibles.

- **La pertinence**

Pertinence du langage, du QR Code, des couleurs, moyens de contacts, partenaires.

- **La cohérence**

Utilisation deuxième personne du singulier pour avoir un aspect moins formel et plus détendu. Image en transparence du lieu pour montrer de la bienveillance.

DESCRIPTION DE L'AFFICHE

UN TITRE ACCROCHEUR

L'AGORAÉ, un espace d'échange et de solidarité pour vous !

LE LOGO



TROYES

TITRE DE BLOCS

Devenir bénéficiaire

Bénévole

INFORMATIONS
IMPORTANTES
EN VERT

Prend un dossier directement à L'AGORAÉ ou sur le site internet.
Envoie le à l'adresse suivante:
agorae@campus3.fr
ou via le QR Code

QR CODE



Que ça soit pour ton parcours scolaire ou personnel, tu as la possibilité de devenir bénévole à L'AGORAÉ !

Il te suffit d'être majeur et motivé !

Fais nous part de ton envie de rejoindre notre équipe par mail :
agorae@campus3.fr
ou en venant nous voir

DES BLOCS QUI DÉFINISSENT
CHAQUE PARTIES

L'épicerie

L'AGORAÉ te permet d'accéder sur critères sociaux d'une **épicerie sociale et solidaire** avec des produits proposés à des prix entre 10 et 15% du prix du marché.

Le lieu de vie

L'AGORAÉ possède un **lieu de vie** ou tu pourras te détendre

Tu as la possibilité d'imprimer tes documents à un **meilleur tarif** qu'en grande surface même si tu n'es pas bénéficiaire !

Il y a également des ordinateurs et une machine à laver avec un sèche linge à ta disposition

TEXTE DESCRIPTIF

PHOTO DE
L'AGORAÉ EN
FOND

INFORMATIONS PRATIQUES

horaires sur le site internet

Local principal : 1 rue de Jargondis, 10000 Troyes
Local UTT : place de Léonard de Vinci, 10430 Rosières-près-Troyes

@agoraeCampus3
 @agorae_campus3
 agorae@campus3.fr

LES RÉSEAUX
SOCIAUX



LOGO DES PARTENAIRES



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C14.2

Tous les brouillons des solutions porteur du message

En ce qui concerne mes solutions Print, j'ai réalisé de multiples brouillons que j'ai modifiés et améliorés au fur et à mesure. Pour les autres solutions, je fais référence à plusieurs visuels que je réalise afin d'en choisir un.

Affiche A3

Brouillon 1



Qu'est-ce que l'AGORAÉ ?

L'AGORAÉ est une épicerie sociale et solidaire tenue par des étudiants pour des étudiants. Tu pourras y retrouver un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs, une imprimante ainsi qu'une épicerie accessible sur critères sociaux.

Son but

Le but est d'aider les étudiants Troyens en situation de précarité. Faire bénéficier de tarifs préférentiels sur les services proposés.

Comment devenir Bénéficiaire ?

Etape 1 :
Création de ton dossier

Etape 2 :
Etude du dossier

Etape 3 :
Passage en commission

Rends-toi directement à L'AGORAÉ ou envoie ton dossier téléchargeable sur le site internet à l'adresse suivante : agorae@campus3.fr ou via QR Code



Une assistante sociale te contactera pour te demander des pièces justificatives

Nous te contacterons pour te transmettre l'avis de la commission !

Bénévolat

Afin d'aider l'AGORAÉ, tu peux devenir bénévole sur tes heures libres. Contacte-nous par mail ou en venant nous voir à sein de l'AGORAÉ !

Tous les étudiants peuvent venir profiter du lieu de vie !

On vous attend !

1 rue de Jargondis, 10 000 Troyes

Du lundi au vendredi, de 13h à 17h

Brouillon 2

L'AGORAÉ, un espace d'échange et de solidarité pour vous !

L'épicerie
L'AGORAÉ te permet d'accéder sur critères sociaux d'une épicerie sociale et solidaire avec des produits proposés à des prix entre 10 et 15% du prix du marché.

Devenir bénéficiaire
Prends un dossier directement à L'AGORAÉ ou sur le site internet. Envoie le à l'adresse suivante:
agorae@campus3.fr
ou via le QR Code

Lieu de vie
L'AGORAÉ possède un lieu de vie où tu pourras te détendre
Tu as la possibilité d'imprimer tes documents à un meilleur tarif qu'en grande surface même si tu n'es pas bénéficiaire !
Il y a également des ordinateurs et une machine à laver avec un sèche linge à ta disposition

Devenir bénévole
Que ça soit pour ton parcours scolaire ou personnel, tu as la possibilité de devenir bénévole à l'AGORAÉ !
Il te suffit d'être majeur et motivé !
Fais nous part de ton envie de rejoindre notre équipe par mail : agorae@campus3.fr ou en venant nous voir

Local principal: 1 rue de Jargondis, 10000 Troyes
Local UTT : place de Léonard de Vinci, 10430 Rosières-près-Troyes

Découvrez les horaires sur nos réseaux sociaux
[@agoraecampus3](https://www.facebook.com/agoraecampus3) [@agoraecampus3](https://www.instagram.com/agoraecampus3)
agorae@campus3.fr

Logos: TROYES CHAMPAGNE MÉTROPOLITAIN, CAMPUS 3, FAGE, Aube LE DÉPARTEMENT, ANDES, GrandEst, Troyes Métropole, Banque Alimentaire, Crues, Troyes Université.

Brouillon 3

L'AGORAé, un espace d'échange et de solidarité pour vous !



TROYES

Devenir bénéficiaire

Prends un dossier directement à L'AGORAé ou sur le site internet.
Envoie le à l'adresse suivante:
agorae@campus3.fr
ou via le QR Code



L'épicerie

L'AGORAé te permet d'accéder sur critères sociaux d'une **épicerie sociale et solidaire** avec des produits proposés à des prix entre 10 et 15% du prix du marché.

Bénévole

Que ça soit pour ton **parcours scolaire** ou **personnel**, tu as la possibilité de devenir **bénévole** à L'AGORAé !
Il te suffit d'être majeur et motivé !
En étant étudiant en BTS, cela pourrait t'apporter une note supplémentaire sous forme d'oral pour favoriser l'obtention de ton **diplôme**.
Fais nous part de ton envie de rejoindre notre équipe par mail : agorae@campus3.fr ou en venant nous voir

Le lieu de vie

L'AGORAé possède un **lieu de vie** où tu pourras te détendre

Tu as la possibilité d'imprimer tes documents à un **meilleur tarif** qu'en grande surface même si tu n'es pas bénéficiaire !

Il y a également des ordinateurs et une machine à laver avec un sèche linge à ta disposition

horaires sur le site internet

Local principal : 1 rue de Jargondis, 10000 Troyes
Local UTT : place de Léonard de Vinci, 10430 Rosières-près-Troyes

 @agoraeCampus3
 @agorae_campus3
 agorae@campus3.fr



Flyer A6

Brouillon 1

L'AGORAé peut vous aider !

TROYES

Tout d'abord, qu'est-ce que L'AGORAé ?

L'AGORAé est une épicerie sociale et solidaire tenue par des étudiants pour des étudiants. Tu pourras y retrouver un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs, une imprimante ainsi qu'une épicerie accessible sur critères sociaux.

Le but est d'aider les étudiants en situation de précarité.

Pourquoi devenir Bénéficiaire ?

L'AGORAé est un lieu d'échange, de partage et de convivialité pour tous. Les étudiants ont accès à l'épicerie sur critères sociaux avec des produits proposés à des prix entre 10 et 15% du prix du marché.

L'association possède également un lieu de vie ainsi que des détro-ménagers accessibles à tous les étudiants avec des tarifs très abordables.

Comment devenir Bénéficiaire ?

Etape 1 : Création de ton dossier

Etape 2 : Etude du dossier

Etape 3 : Passage en commission

Rends-toi directement à L'AGORAé ou envoie ton dossier téléchargeable sur le site internet à l'adresse suivante : agorae@campus3.fr ou via QR Code

Une assistante sociale te contactera pour te demander des pièces justificatives.

Nous te contacterons pour te transmettre l'avis de la commission !

 @agoraeCampus3
 @agorae_campus3
 horaires sur le site internet
 1 rue de Jargondis, 10000 Troyes

Contact : agorae@campus3.fr

Brouillon 2

Qu'est-ce que L'AGORAé ?

L'AGORAé est une épicerie sociale et solidaire tenue par des étudiants pour des étudiants. Tu pourras y retrouver un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs, une imprimante ainsi qu'une épicerie accessible sur critères sociaux.

Le but est d'aider les étudiants en situation de précarité. Faire bénéficier de tarifs préférentiels sur les services proposés.

Une association qui aide les étudiants

Tu veux faire du bénévolat ?

Rejoins L'AGORAé en devenant **bénévole** au sein de notre association

Sois majeur et motivé !
Fais nous part de ton envie de rejoindre notre équipe par mail : agorae@campus3.fr ou en venant nous voir

Se détendre à L'AGORAé

Tu peux venir te détendre dans le lieu de vie !

Le petit +
Il y a possibilité d'imprimer des documents et de laver ton linge !

Ne plus être en difficulté grâce à L'AGORAé

Devenir Bénéficiaire !

Cette association te permet d'accéder sur critères sociaux à une épicerie sociale et solidaire avec des produits proposés à des prix entre 10 et 15% du prix du marché. Il suffit de :

- Télécharger le dossier sur le site internet, venir le chercher à L'AGORAé ou scanner le QR Code ci-dessous.
- Envoyer le dossier par mail : agorae@campus3.fr ou le donner en main propre.
- Une assistante sociale te contactera pour te demander des pièces justificatives
- Nous te contacterons pour te faire part de l'avis de la commission !



Contact : horaires sur le site internet

Local principal : 1 rue de Jargondis, 10000 Troyes
Local UTT : place de Léonard de Vinci, 10430 Rosières-près-Troyes

 @agoraeCampus3
 @agorae_campus3
 agorae@campus3.fr

Brouillon 3



L'AGORAÉ peut vous aider !

Qu'est-ce que l'AGORAÉ ?
L'AGORAÉ est une épicerie sociale et solidaire tenue par des étudiants pour des étudiants. Tu pourras y retrouver un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs, une imprimante.

Le but est d'aider les étudiants en situation de précarité avec des prix entre 10 et 15% du prix du marché.

Se détendre à l'AGORAÉ

Suis-nous !
Facebook: @agoraeCampus3
Instagram: @agorae_campus3



Tu peux venir te détendre dans ce lieu de vie.

NE PAS JETER SUR LA VOIE PUBLIC



Tu veux devenir bénévole ?
Rejoins l'AGORAÉ en devenant bénévole au sein de notre association. Sois étudiant.e, majeur.e et motivé.e ! Fais nous part de ton envie de rejoindre notre équipe par mail ou en venant nous voir.

Comment devenir bénéficiaire ?

Etape 1 : Création de ton dossier	Etape 2 : Etude du dossier	Etape 3 : Passage en commission
---------------------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------------------

Rends-toi à la MDE ou envoie par mail ton dossier téléchargeable sur le site internet ou scanne le QR Code.

Une assistante sociale te contactera pour te demander des justificatives.

Tu seras contacter pour la commission.

Le petit +
Tu as la possibilité d'acheter un panier à 1€ dans notre deuxième lieu !
Local UTT: place de Léonard de Vinci, 10430 Rosières-près-Troyes
Le mardi de 13h à 15h.

Contact
Mail: agorae@campus3.fr
Local principal: 1 rue de Jargondis, 10000 Troyes

NE PAS JETER SUR LA VOIE PUBLIC

Bannière LinkedIn

Brouillon 1



Épicerie sociale et solidaire

AGORAÉ
Mon espace d'échanges et de solidarité
TROYES

Horaires

- Lundi : 15h - 18h30
- Mardi : 15h30 - 19h30
- Mercredi : 15h - 18h30
- Jeudi : 15h30 - 19h30
- Vendredi : 15h30 - 19h30

1 rue de Jargondis, 10 000 Troyes

Brouillon 2



AGORAÉ
Mon espace d'échanges et de solidarité

Horaires

- Lundi : 15h - 18h30
- Mardi : 15h30 - 19h30
- Mercredi : 15h - 18h30
- Jeudi : 15h30 - 19h30
- Vendredi : 15h30 - 19h30

1 rue de Jargondis, 10 000 Troyes

Épicerie sociale et solidaire

Brouillon 3



Épicerie sociale et solidaire

AGORAÉ
Mon espace d'échanges et de solidarité

Horaires

- Lundi : 15h - 18h30
- Mardi : 15h30 - 19h30
- Mercredi : 15h - 18h30
- Jeudi : 15h30 - 19h30
- Vendredi : 15h30 - 19h30

1 rue de Jargondis, 10 000 Troyes

Brouillon 4

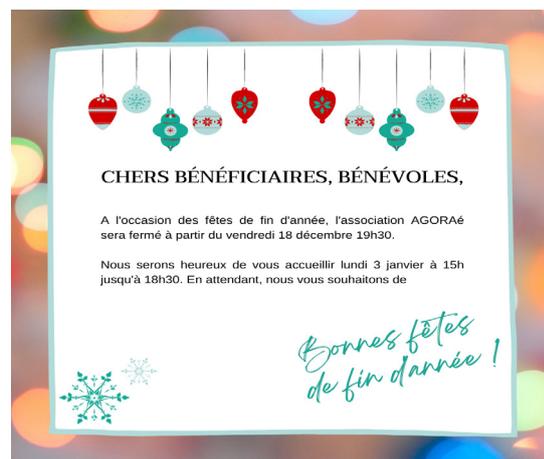


Publication Instagram/Facebook spécial Noël

Brouillon 1



Brouillon 2



C14.2

11/06/2021

Tous les brouillons des solutions porteur du message

7.1.5

Brouillon 3



Publication LinkedIn



Les solutions de communication

J'ai réalisé lors de mon stage plusieurs solutions de communication pour la première partie qui concerne les étudiants et la deuxième, les particuliers. Les solutions se ressemblent et ont le même but sauf que la cible est différente. J'ai également réalisé plusieurs publications sur les réseaux sociaux qui n'apparaissent pas sur ce document.

Partie 1 : les étudiants

Partie 2 : les particuliers

- Les potentiels bénéficiaires
- Les potentiels bénévoles
- Tous les étudiants

Partie 1 : les étudiants

Affiche A3

AGORAÉ
Mon espace d'échanges et de solidarité
TROYES

L'AGORAÉ, un espace d'échange et de solidarité pour vous !

L'ÉPICERIE
L'AGORAÉ te permet d'accéder sur critères sociaux à une épicerie sociale et solidaire avec des produits proposés à des prix **entre 10 et 15% du prix du marché.**

DEVENIR BÉNÉFICIAIRE
Prends un dossier directement à la MDE ou sur le site internet. Envoie-le à l'adresse suivante: agorae@campus3.fr

DEVENIR BÉNÉVOLE
Que ça soit pour ton parcours scolaire ou personnel, tu as la possibilité de **devenir bénévole à l'AGORAÉ !**
Il te suffit d'être étudiant majeur.e et motivé.e !
Tu souhaites nous rejoindre ? Écris-nous sur agorae@campus3.fr ou viens nous rencontrer à l'AGORAÉ !

LIEU DE VIE
L'AGORAÉ possède **un lieu de vie** ou tu pourras te détendre !
Tu as la possibilité **d'imprimer tes documents à un meilleur tarif** qu'en grande surface même si tu n'es pas bénéficiaire !
Il y a également **des ordinateurs et une machine à laver avec un sèche-linge** à ta disposition !

Suis nous !  

MERCI À NOS PARTENAIRES

Partie 1 : les étudiants

Flyer

L'AGORAÉ peut vous aider !

AGORAÉ
Mon espace d'échanges et de solidarité
TROYES

Qu'est-ce que l'AGORAÉ ?
Une association qui aide les étudiants

L'AGORAÉ est une épicerie sociale et solidaire tenue par des étudiants pour des étudiants. Tu pourras y retrouver un lieu de vie, une laverie, des ordinateurs, une imprimante ainsi qu'une épicerie.

Le but est d'aider les étudiants en situation de précarité avec des prix entre 10 et 15% du prix du marché.

NE PAS JETER SUR LA VOIE PUBLIC

Tu veux faire du bénévolat ?

Rejoins l'AGORAÉ en devenant **bénévole** au sein de notre association.

Sois étudiant, majeur et motivé ! Fais nous part de ton envie de rejoindre notre équipe par mail ou en venant nous voir.

Se détendre à l'AGORAÉ

Tu peux venir te détendre dans le lieu de vie.

Le petit +

Tu as la possibilité d'acheter un panier à 1€ dans notre deuxième lieu !

Local UTT: place de Léonard de Vinci, 10430 Rosières-près-Troyes

Le mardi de 13h à 15h.

Ne plus être en difficulté grâce à l'AGORAÉ

Etape 1 :	Etape 2 :	Etape 3 :
Création de ton dossier	Etude du dossier	Passage en commission
Rends-toi à la MDE ou envoie par mail ton dossier téléchargeable sur le site internet ou scanne le QR Code.	Une assistante sociale te contactera pour te demander des pièces justificatives.	Tu seras contacté pour te transmettre l'avis de la commission.

Suis-nous !

✉ agorae@campus3.fr

Local principal : 1 rue de Jargondis, 10000 Troyes

Facebook: @agoraecampus3
Instagram: @agorae_campus3

Les réseaux sociaux

Facebook
Extrait de publication

Agoraé Troyes
Publié par Mathilde Collin
6 févr. · 🌐

Merci beaucoup !

Campus des Comtes de Champagne
24 janv. · Instagram · 🌐

L'Agoraé de Troyes,
@agorae_campus3
... Afficher la suite

AGORAÉ
Mon espace d'échanges et de solidarité
TROYES

L'AGORAÉ, un espace d'échange et de solidarité pour vous !

L'ÉPICERIE
L'AGORAÉ te permet d'accéder sur critères sociaux à une épicerie sociale et solidaire avec des produits proposés à des prix entre 10 et 15% du prix du marché.

DEVENIR BÉNÉFICIAIRE
Prends un dossier directement à la MDE ou sur le site internet. Envoie-le à l'adresse suivante: agorae@campus3.fr

DEVENIR BÉNÉVOLE
Que ça soit pour ton parcours scolaire ou personnel, tu as la possibilité de devenir bénévole à l'AGORAÉ ! Il te suffit d'être étudiant majeur.e et motivé.e ! Tu souhaites nous rejoindre ? Écris-nous sur agorae@campus3.fr ou viens nous rencontrer à l'AGORAÉ !

Suis nous !

LIEU DE VIE
L'AGORAÉ possède un lieu de vie où tu pourras te détendre !

Agoraé Troyes
Publié par Mathilde Collin
6 févr. · 🌐

Agoraé Troyes a changé sa photo de couverture.

Épicerie sociale et solidaire

AGORAÉ
TROYES

Horaires
Lundi: 12h - 19h00
Mardi: 12h00 - 19h00
Mercredi: 12h - 19h00
Jeudi: 12h - 19h00
Vendredi: 12h00 - 19h00

1 rue de Jargondis, 10000 Troyes

6 J'aime

170 personnes touchées

Agoraé Troyes
Publié par Mathilde Collin
6 févr. · 🌐

Hello ! 😊

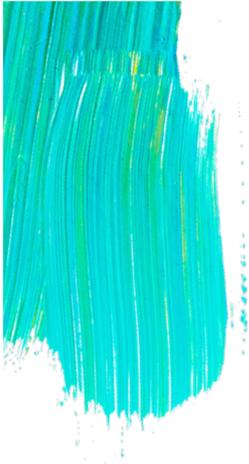
Toute l'équipe de l'AGORAÉ espère qu... Afficher la

C14.2

22/11/2021

Les solutions de communication

7.2.3



Instagram

Extrait de publication



Extrait de story



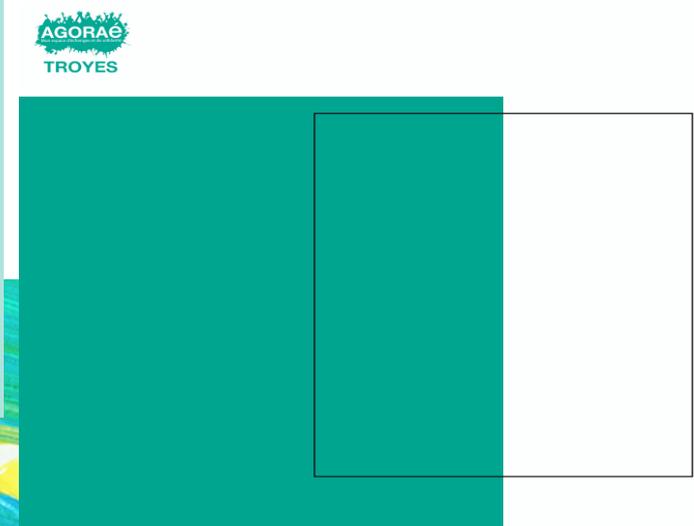
C14.2

08/12/2021

Les solutions de communication

7.2.4

Template (proposition)



Visuel des story à la une



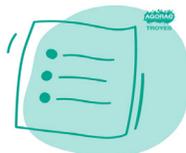
F.A.Q



Events



Les dons



L'origine



Devenir bénévole



Devenir bénéficiaire



Les horaires

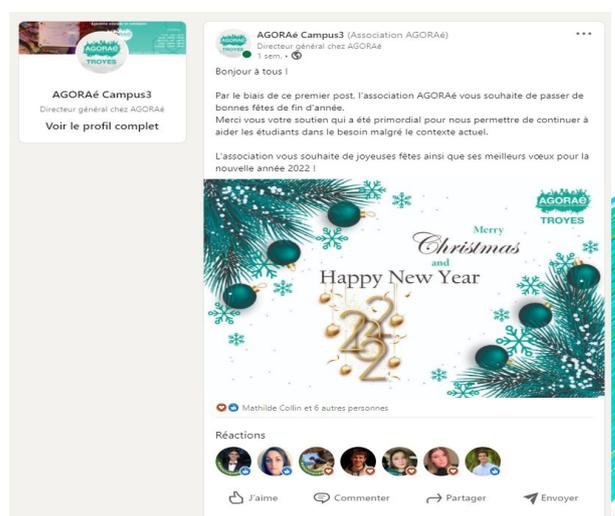
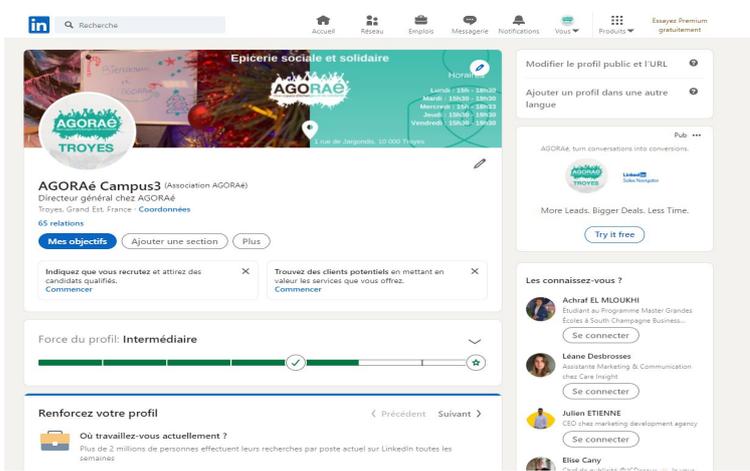
Partie 2 : les particuliers

Affiche A4



Création profil LinkedIn

Publication LinkedIn



C14.2

16/11/2021

Tableau récapitulatif des logiciels utilisés

7.3.1

Tableau récapitulatif des logiciels utilisés

Utiliser plusieurs logiciels permet de voir si je suis plus à l'aise avec certains d'entre eux.

Pour les affiches/flyers :

Photo	Police	Élément visuel	Couleurs	Site de réalisation	Inspiration
-Mes propres photos	-Sur les sites de réalisation (Canva, InDesign, Illustrator)		-Logotype de la FAGE		
-photo déjà utilisé par l'AGORAÉ			-Moi-même		
			 PANTONE Le XX ^e siècle en couleurs		

C14.2

17/11/2021

Tableau récapitulatif des logiciels utilisés

7.3.2

Pour les réseaux sociaux (publication, création, story..) :

Animation	Hashtag	Élément visuel	Couleurs	Site de réalisation	Inspiration
	-Moi-même		-Logotype de la FAGE		
 Snackthis			-Moi-même		
		 Remix icon	 PANTONE Le XX ^e siècle en couleurs		
					
					

Photo	Police
-Mes propres photos	-Sur les sites de réalisation
-photo déjà utilisé par l'AGORAÉ	
	

AGORAÉ -BDD et tableau de suivi des autres endroits.xlsx **Divers**

Contact	Rôle	Nom	Email	Téléphone	Date d'appel	Réponse	Accepté ou non	Informations	Retenue
Maison des étudiants	accueil			03.25.84.78.00	26/11/2021	oui	Accepté		
Crous Reims (RU)	Directrice de l'antenne de Troyes	France Chatoux-Leduc	france.chatoux-educ@crous-reims.fr	06.46.42.15.30	26/11/2021	non (message vocal)	pas de réponse		oui, pas de réponse
Cube	accueil			03.25.82.05.82	26/11/2021	oui	non, demander à la maison du boulanger		
Les vitrines de Troyes	Assistante ...	Audrey Beaurehaut	aso@lesvitrinesdetroyes.fr	07.78.81.132.05	26/11/2021	oui	Accepté	Venir les déposer soit un jeudi toute la journée ou vendredi matin	
La maison du boulanger	accueil			03.25.40.15.55	26/11/2021	oui	Accepté		
Cinéma	accueil								

Auto-école

AGORAÉ-BDD et tableau de suivi des autres endroits.xlsx

Contact	Adresse	Code Postal	Ville	Téléphone	Date d'appel	Réponse	Accepté ou non	Informations	Relance
Auto Ecole des 3 Seine	3 Boulevard du 14 Juillet,	10000	Troyes	06 47 48 51 60	26/11/2021	non (message vocal)	pas de réponse		oui ok
Auto Moto école Popoye	6 Place de la Libération	10000	Troyes	03 25 43 93 93	26/11/2021	non (pas possibilité de laisser un message)	pas de réponse		oui ok
Auto école Bastos	38 Ter Avenue Pierre Brossollette	10000	Troyes	03 25 73 12 28	26/11/2021	oui (rappeler vers 14h)	Accepté	laisser à l'accueil	oui ok
Auto Moto école Popoye Anatole France	69 Avenue Anatole France	10000	Troyes	03 25 49 60 60	26/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté		oui ok
Auto Ecole Poincaré	35 Rue Raymond Poincaré	10000	Troyes	03 25 46 64 00	26/11/2021	oui	Accepté		oui ok
Auto Ecole Centrale	11 Rue Gambey	10000	Troyes	06 18 75 67 64	26/11/2021	oui	Accepté	laisser dans la boîte au lettres si il n'y a personne	
Conduite Troyenne	33 Rue Claude-Hiez	10000	Troyes	03 25 42 94 92	26/11/2021	non (message complètement tromper)	non		
Auto Ecole Allison	79 Rue Général de Gaulle	10000	Troyes	03 25 81 11 11	26/11/2021	oui	Accepté		
Auto Ecole Saint Jacques	2 Rue Raymond Poincaré	10000	Troyes	03 25 40 10 08	26/11/2021	non (repondeur prend pas de message)	pas de réponse		non
Auto Ecole de L'Europe	9 Carrefour de l'Europe	10000	Troyes	03 25 81 18 18	26/11/2021	oui	Accepté		
L'Auto Ecole Marie de Champagne	19 Avenue Marie de Champagne	10000	Troyes	03 25 74 69 05	26/11/2021	oui (rappeler quand les affiches seront prêtes)	Accepté		
Auto école Popoye	67 Rue André Beury	10000	Troyes	03 25 41 08 12	26/11/2021	oui (laisser mon mail pour qu'elle me contacte)	Accepté	laisser à l'accueil	
Auto Ecole Pont Vert	128 Rue de Preize	10000	Troyes	03 25 80 05 29	27/11/2021	oui	Accepté	laisser à l'accueil	
Auto école Popoye des Lombards	bis, 27 Avenue des Lombards	10000	Troyes	03 25 72 94 50	27/11/2021	non (pas possibilité de laisser un message)	Accepté		
Legere Cyrille	11 Rue Gambey	10000	Troyes	03 25 72 26 14	27/11/2021	oui (rappeler quand les affiches seront prêtes)	Accepté		
FP Conduite	128 Rue de Preize	10000	Troyes	03 25 80 05 29	27/11/2021	oui	Accepté	laisser à l'accueil	
Auto Ecole C-Lyne	239 Rue du Faubourg Concelis	10000	Troyes	09 83 87 47 08	27/11/2021	oui	Accepté		
Auto Ecole Gallieni	87 Avenue du Général Gallieni	10300	Sainte Savine	09 52 99 87 03	27/11/2021	oui	Accepté	laisser à l'accueil	
Auto Ecole des Terres	65 Avenue Général de Gaulle	10410	Saint-Parres-aux-Terres	03 51 14 10 03	27/11/2021	oui (rappeler quand les affiches seront prêtes)	Accepté	laisser à l'accueil	
Auto Ecole Allison	6 Place Léonard de Vinci	10430	Rosières-près-Troyes	03 25 82 84 04	27/11/2021	oui	Accepté	laisser à l'accueil	
Auto Ecole le Cogne	Rue Léon Lagrange	10600	La Chapelle Saint-Luc	03 25 78 10 86	27/11/2021	oui (rappeler quand les affiches seront prêtes)	Accepté		
La Sancéenne	108 Boulevard de Dijon	10800	Saint-Julien-les-Villais	03 25 49 26 94	27/11/2021	oui	Accepté	laisser à l'accueil	

AGORAÉ -BDD et tableau de suivi des autres endroits.xlsx

Boulangerie

Contact	Adresse	Ville	Code postal	Téléphone	Date d'appel	Réponse	Accepté ou non	Relance
Gerard boulangerie	42 Rue Emile Zola	Troyes	10000	03 25 73 09 95	30/11/2021	oui	Accepté	
La Gerbe d'Or	19 PL Jean Jaurès	Troyes	10000	03 25 73 22 65	30/11/2021	oui	Accepté	
La Gerbe d'Or	9 r. Claude Huez	Troyes	10000	03 25 41 79 66	30/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
Boulangerie Paul	6 rue de la République	Troyes	10000	03 25 70 08 82	30/11/2021	oui	Accepté	
La mie Céline	65 Rue Georges Clemenceau	Troyes	10000	03 25 40 87 73	30/11/2021	oui	Accepté	
Pascal Caffer Chocolatier	2 Rue de la Monnaie	Troyes	10000	03 25 73 35 73	30/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
La Mlle Du 1er Mai	81 av 1er Mai	Troyes	10000	03 25 81 16 19	30/11/2021	oui	Accepté	
Pain Gourmand	8 bd Georges Pompidou	Troyes	10000	03 25 49 97 55	30/11/2021	oui	Accepté	
Tonton Ferrine	46 BD Victor Hugo	Troyes	10000	03 25 76 04 62	30/11/2021	oui	Accepté	
Carré	72 av Pasteur	Troyes	10000	03 25 78 21 90	30/11/2021	oui	Accepté	
Fournil Des Marots	76 r Marots	Troyes	10000	03 25 74 64 24	30/11/2021	oui	Accepté	
Boulangerie Lakhdar	88 av Chomedey de Maisonneuve	Troyes	10000	03 25 81 39 57	30/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
La Panetière	140 av Gén Leclerc	Troyes	10000	03 25 74 42 46	30/11/2021	oui	Accepté	
FADEL	45 r Raymond Poincaré	Troyes	10000	03 25 73 10 93	30/11/2021	oui	Accepté	
Lucquin Béatrice	8 rue du général de Gaulle	Troyes	10000	03 25 73 24 84	30/11/2021	non (pas répondu)	Accepté	oui ok
Padovani Philippe	73 r André Beurly	Troyes	10000	03 25 80 77 95	30/11/2021	oui	Accepté	
Lakhdar et Thierry	42 Avenue du Premier Mai	Troyes	10000	03 25 81 19 54	30/11/2021	oui	Accepté	
Boulangerie Paul	6 Rue de la République	Troyes	10000	03 25 80 45 53	30/11/2021	oui	Accepté	
Le fournil de Chomedey	88 Avenue Chomedey de Maisonneuve	Troyes	10000	03 25 81 39 57	30/11/2021	oui	Accepté	
Fournil Plique	126 Rue de Preize	Troyes	10000	03 25 76 13 33	30/11/2021	non (pas répondu)	Accepté	oui ok
La Gerbe d'Or	119 Rue Emile Zola	Troyes	10000	03 25 73 22 65	30/11/2021	oui	Accepté	
Fadel	47 Rue Raymond Poincaré	Troyes	10000	03 25 73 10 93	30/11/2021	oui	Accepté	
Boulangerie Faye	81 Avenue du Premier Mai	Troyes	10000	03 25 81 16 19	30/11/2021	non (pas répondu)	Accepté	oui ok
Boulangerie Carrée	72 Avenue Pasteur	Troyes	10000	03 25 78 21 90	30/11/2021	oui	Accepté	
Maison Café	2 Rue de la Monnaie	Troyes	10000	03 25 73 35 73	30/11/2021	oui	Accepté	
Pandolfi Jean-Luc	56 Rue Turenne	Troyes	10000	03 25 73 08 50	30/11/2021	oui	Accepté	
Boulangerie Patisserie	41 Avenue des Lombards	Troyes	10000	06 33 61 83 63	30/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
L'ami du pain perdu	140 Avenue Général Leclerc	Troyes	10000	03 25 45 09 28	30/11/2021	oui	Accepté	
Marie Blachère	Entrée des Antes	Saint-André-les-Vergers	10120	03 25 75 14 28	30/11/2021	oui	Accepté	
Marie Blachère	10-38 Rue des Pevanches	La Chapelle-Saint-Luc	10600	03 25 75 05 42	30/11/2021	non (pas répondu)	Accepté	oui ok
Marie Blachère	31 Rue Marc Verdier	Pont-Sainte-Marie	10150	03 25 40 61 93	30/11/2021	oui	Accepté	

Supermarché

AGORAÉ -BDD et tableau de suivi des autres endroits.xlsx

Contact	Adresse	Ville	Code postal	Téléphone	Date d'appel	Réponse	Accepté ou non	Relance
Carrefour Express	76 Rue Georges Clemenceau	Troyes	10000	03 25 73 41 27	29/11/2021	oui	non	
Carrefour City	37 Rue Raymond Poincaré	Troyes	10000	03 25 81 10 79	29/11/2021	non (veulent pas)	non	
Monoprix	6 Rue Louis Ulbach	Troyes	10000	03 25 73 10 78	29/11/2021	oui	Accepté	
Casino	3 Rue de la Mission	Troyes	10000	03 25 72 17 00	29/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
Intermarché SUPER	64 Bis Mail des Charmilles	Troyes	10000	03 25 80 88 32	29/11/2021	oui	non	
Casino	83 Av. du Premier Mai	Troyes	10000	03 25 80 36 94	29/11/2021	oui	Accepté	
Monoprix	71 Rue Emile Zola	Troyes	10000	03 25 73 10 78	29/11/2021	oui	Accepté	
Colruyt	19 Bd Danton	Troyes	10000	03 25 73 81 56	29/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
Carrefour Express	2b Bd Victor Hugo	Troyes	10000	03 25 46 92 96	29/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
Utile Troyes Preize	09 Rue de Preize	Troyes	10000	03 25 81 11 78	29/11/2021	oui	Accepté	
Colruyt	76 Bd Jules Guesde	Troyes	10000	03 25 75 14 96	29/11/2021	oui	Accepté	
Vival	20 Chau. du Voulyby	Troyes	10000	03 51 48 04 29	29/11/2021	non (pas de réponse)	non	oui, refus
Petit Casino	85 Av. du Premier Mai	Troyes	10000	03 25 80 30 75	29/11/2021	oui	Accepté	
Lidl	12 Bd Georges Pompidou	Troyes	10000	08 00 90 03 43	29/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
Carrefour Contact	5-7 Rue Traversot	Troyes	10000	08 20 43 45 46	29/11/2021	oui	Accepté	
Aldi	102-106 Av. Pasteur	Troyes	10000	01 81 09 78 25	29/11/2021	oui	Accepté	
Lidl	6 Av. Maréchal de Lattre de Tassigny	Troyes	10000	08 00 90 03 43	29/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
E. Leclerc	103 avenue général de Gaulle	Saint Parres aux Terres	10410	03 25 72 16 16	29/11/2021	oui	Accepté	
Hypermarché Hyper	130 avenue Michel Baroin Centre Commerciale des Rives de Seine	Saint-Julien-les-Villas	10800	03 25 71 50 00	29/11/2021	oui	Accepté	
B11	58-60 Av. du Général Gallieni	Sainte-Savine	10300	03 25 79 29 76	29/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
La vie clair	Rue Général de Gaulle Halles de l'Hôtel de Ville	Troyes	10000	03 25 73 62 11	29/11/2021	oui (rappeler d'ici quelques jours)	Accepté	oui ok
Picard	4 Bd Georges Pompidou	Troyes	10000	03 25 79 04 57	29/11/2021	non (veulent pas)	non	
Picard	près de la gare, 6-6 bis, Bd Carnot	Troyes	10000	03 25 49 94 37	29/11/2021	oui	Accepté	



TROY AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité
TROYES

C14.3

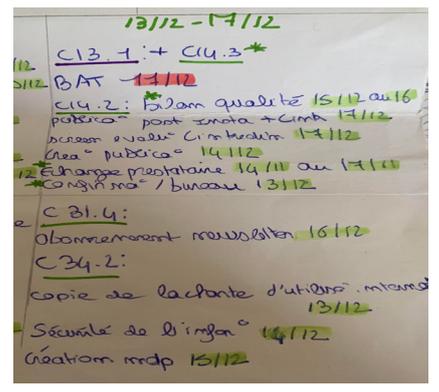
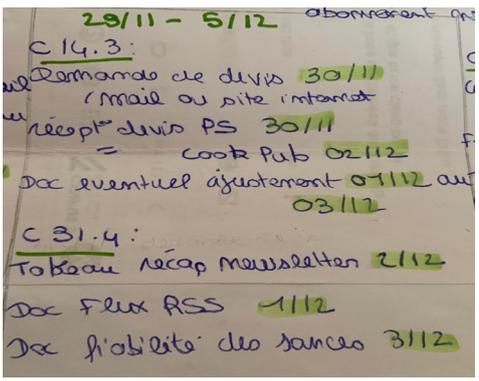
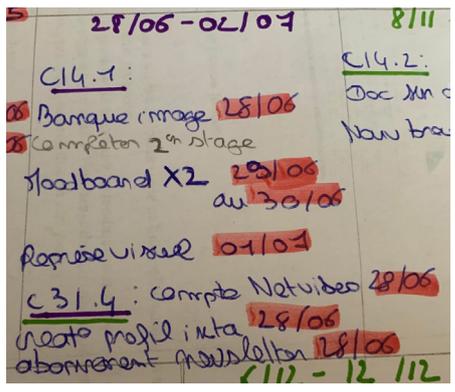
C14.3

01/12/2021

Document d'éventuels ajustements

8.1.1

Différentes dates des abonnements Newsletters



Modification du Moodboard



C14.3

01/12/2021

Document d'éventuels ajustements

8.1.2

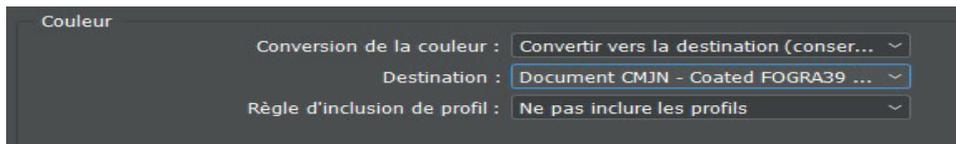
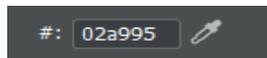
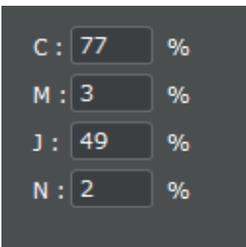
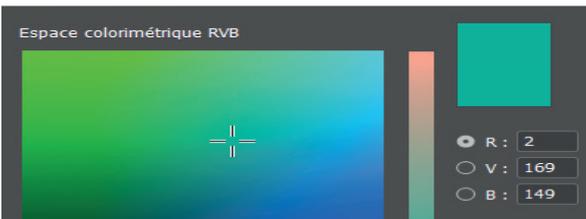
Modification de la charte graphique page5

Les couleurs

L'association à une charte graphique défini autour de la couleur verte.

UNIVERS COLOREL

Sélecteur de couleurs



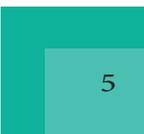
Déclinaisons



Couleurs de texte, éléments principaux



Éléments secondaires (visuels)



Modification de la charte graphique page 12

L'univers typographique

du textuel

Sur la suite Adobe



Pour les titres/sous-titres/corps de texte

Myriad Pro Regular

**Lorem ipsum dolor
 Utinam habemus assueverit et est. Elit
 Ex eam nusquam commune. Vis eu pe
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaest
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utr
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudianc
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptaten**

Myriad Pro **Bold**

**Lorem ipsum dol
 Utinam habemus assueverit et est. |
 Ex eam nusquam commune. Vis eu |
 Lorem ipsum dolor sit amet, te qua
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. |
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repud
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit volupt**

Sur d'autres logiciels type Canva



Pour les titres/sous-titres/corps de texte

Arial Regular

Arial Narrow

Arial Italic

Arial Bold

Arial Bold Italic

Arial Black

Pour les titres/sous-titres qui doivent attirer l'attention

WC Mano Negra Bold

C14.3

03/12/2021

Document d'éventuels ajustements

8.1.4

Modification de la charte graphique page14

Moodboard

du fond

Moodboard



C14.3

26/11/2021

Chercher et choisir un prestataire

8.2.1

Choisir un prestataire : imprimeur

Imprimeur n°1 : Imprimerie la Renaissance, 10 Av. des Tirverts, 10150
Pont-Sainte-Marie
<https://www.la-renaissance.com/>
Envoie du devis le 10/11/2021



La qualité/ prestations	Création graphique, Impression Offset, Impression numérique tous formats, Routage, @mailing
Le prix	Non indiqué (après devis)
Les délais	Non indiqué (après devis)
Les labels et certifications	PEFC, FSC, Antalis
Les contraintes développement durable	Ne mettent pas assez en avant le développement durable

Relance par téléphone : le 07/12/2021

Imprimeur n°2 : Imprimerie JMI, 8 RUE ROBERT SCHUMAN, SAVIPOL, 10300
Sainte-Savine
<https://www.imprimerie-jmi.fr/>
Envoie du devis le 10/11/2021



Relance par téléphone : le 07/12/2021

La qualité/ prestations	Création, Mise en page, Logo, Imprimé administratif, Brochures, Livres, Reliure, Assemblage, Façonnage, Pelliculage, Routage, Personnalisation. Bonne qualité
Le prix	Non indiqué (après devis)
Les délais	Réalisation en 48h après confirmation du BAT
Les labels et certifications	Aucune certifications apparente
Les contraintes développement durable	Ne mettent pas assez en avant le développement durable

C14.3

26/11/2021

Chercher et choisir un prestataire

8.2.2

Imprimeur n°3 : Imprimerie Look Pub, 95 Bd de Dijon, 10800 Saint-Julien-les-Villas
<https://www.lookpub.fr/>

Envoi du devis le 10/11/2021



La qualité/ prestations	4 catégories : l'Impression, la Signalisation, Décors, Objets publicitaires
Le prix	Non indiqué (après devis)
Les délais	Non indiqué (après devis)
Les labels et certifications	Aucune certifications apparente
Les contraintes développement durable	Ne mettent pas assez en avant le développement durable

Imprimeur n°4 : Print Solutions, 6 Rue Archimède, 10600 La Chapelle-Saint-Luc
<https://www.print-solutions.fr/>

Envoi du devis le 10/11/2021



La qualité/ prestations	Petit format, Grand format, Stand et expo, Signalétique
Le prix	Certains prix sont indiqués (ex pour du 70x120mm)
Les délais	Non indiqué (après devis)
Les labels et certifications	Aucune certifications apparente
Les contraintes développement durable	Ne mettent pas assez en avant le développement durable

C14.3

30/11/2021

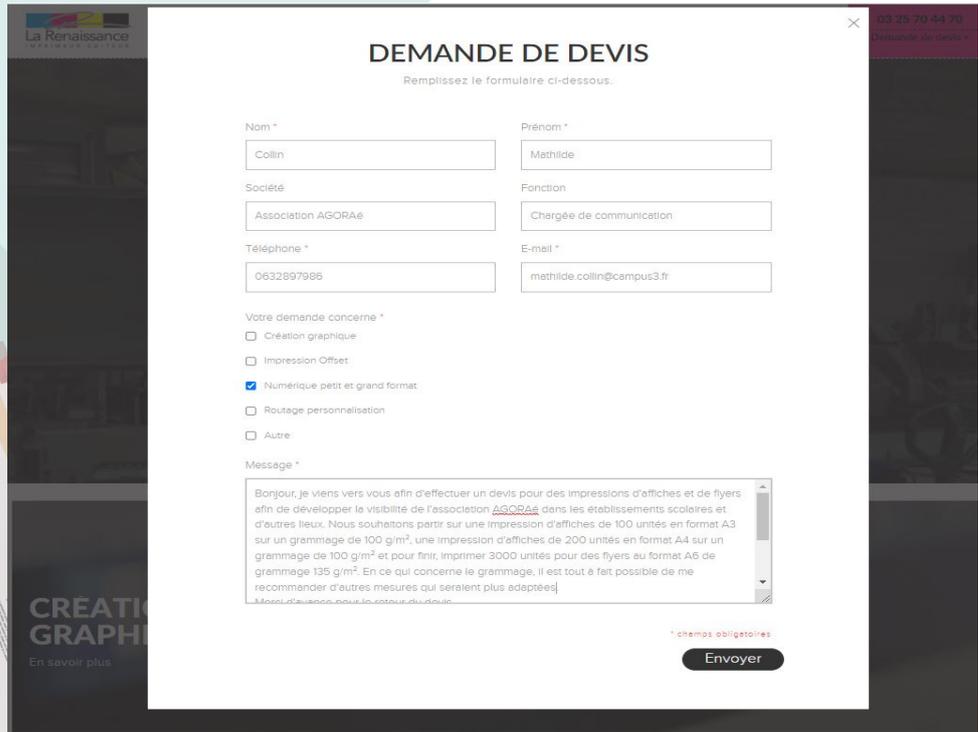
Document de demande, réception et relance de devis

8.3.1

Document de demande, réception et relance de devis

La demande

La Renaissance



DEMANDE DE DEVIS

Remplissez le formulaire ci-dessous.

Nom * Collin Prénom * Mathilde

Société Association AGORAÉ Fonction Chargée de communication

Téléphone * 0632897966 E-mail * methilde.collin@campus3.fr

Votre demande concerne *

Création graphique

Impression Offset

Numérique petit et grand format

Routage personnalisation

Autre

Message *

Bonjour, je viens vers vous afin d'effectuer un devis pour des impressions d'affiches et de flyers afin de développer la visibilité de l'association **AGORAÉ** dans les établissements scolaires et d'autres lieux. Nous souhaitons partir sur une impression d'affiches de 100 unités en format A3 sur un grammage de 100 g/m², une impression d'affiches de 200 unités en format A4 sur un grammage de 100 g/m² et pour finir, imprimer 3000 unités pour des flyers au format A6 de grammage 135 g/m². En ce qui concerne le grammage, il est tout à fait possible de me recommander d'autres mesures qui seraient plus adaptées.

* champs obligatoires

Envoyer



C14.3

30/11/2021

Document de demande, réception et relance de devis

8.3.2

Jmi

LAISSEZ NOUS VOTRE DEMANDE NOUS VOUS RECONTACTERONS
**champ obligatoire*

Mathilde

Collin

Association AGORAÉ

mathilde.collin@campus3.fr

1 rue de Jargondis 10000 Troyes

0632897986

Flyers

3000

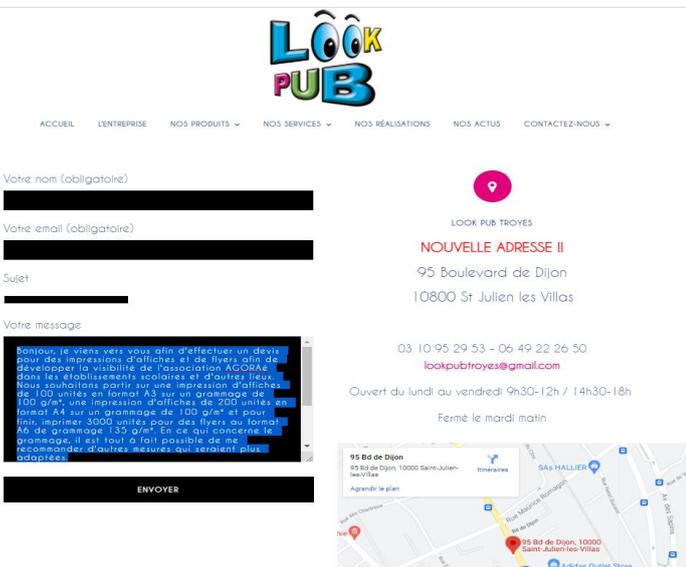
Standard

de 80 g à 135 g

Bonjour, je viens vers vous afin d'effectuer un devis pour des impressions d'affiches et de flyers pour l'association **AGORAÉ**. Nous souhaitons partir sur une impression d'affiches de 100 unités en format A3 sur un grammage de 100 g/m², une impression d'affiches de 200 unités en format A4 sur un grammage de 100 g/m² et pour finir, imprimer 3000 unités pour des flyers au format A6 de grammage 135 g/m².
Merci d'avance pour le retour du devis.
Cordialement,
Mathilde

Envoyer

Look Pub



LOOK PUB

ACCUEIL ENTREPRISE NOS PRODUITS NOS SERVICES NOS RÉALISATIONS NOS ACTUS CONTACTEZ-NOUS

Votre nom (obligatoire)

Votre e-mail (obligatoire)

Sujet

Votre message

Bonjour, je viens vers vous afin d'effectuer un devis pour des impressions d'affiches et de flyers afin de développer la visibilité de l'association AGORAÉ dans les établissements scolaires et d'autres lieux. Nous souhaitons partir sur une impression d'affiches de 100 unités en format A3 sur un grammage de 100 g/m², une impression d'affiches de 200 unités en format A4 sur un grammage de 100 g/m² et pour finir, imprimer 3000 unités pour des flyers au format A6 de grammage 135 g/m². En ce qui concerne le grammage, il est tout à fait possible de me recommander d'autres mesures qui seraient plus adaptées.

LOOK PUB TROYES

NOUVELLE ADRESSE !!

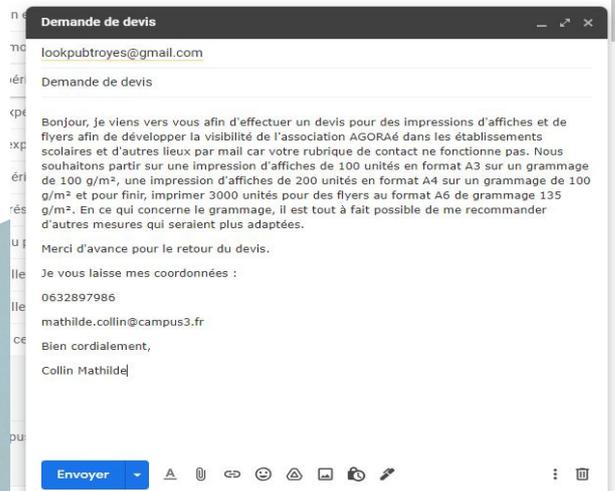
95 Boulevard de Dijon
10800 St Julien les Villas

03 10 95 29 53 - 06 49 22 26 50
lookpubtroyes@gmail.com

Ouvert du lundi au vendredi 9h30-12h / 14h30-18h
Fermé le mardi matin

95 Bd de Dijon
95 Bd de Dijon, 10000 Saint-Julien-les-Villas

Envoyer



Demande de devis

lookpubtroyes@gmail.com

Demande de devis

Bonjour, je viens vers vous afin d'effectuer un devis pour des impressions d'affiches et de flyers afin de développer la visibilité de l'association AGORAÉ dans les établissements scolaires et d'autres lieux par mail car votre rubrique de contact ne fonctionne pas. Nous souhaitons partir sur une impression d'affiches de 100 unités en format A3 sur un grammage de 100 g/m², une impression d'affiches de 200 unités en format A4 sur un grammage de 100 g/m² et pour finir, imprimer 3000 unités pour des flyers au format A6 de grammage 135 g/m². En ce qui concerne le grammage, il est tout à fait possible de me recommander d'autres mesures qui seraient plus adaptées.

Merci d'avance pour le retour du devis.

Je vous laisse mes coordonnées :

0632897986
mathilde.collin@campus3.fr

Bien cordialement,
Collin Mathilde

Envoyer

Demande également par mail car j'ai eu peur que la demande ne se fasse pas sur le site (encadré noir).

2

Print solutions Dm Lettres

CONTACTER DM LETTRES

Votre nom *

Votre email *

Votre numéro *

Votre demande concerne ?

Votre message
 Bonjour, je viens vers vous afin d'effectuer un devis pour des impressions d'affiches et de flyers afin de développer la visibilité de l'association **AGORAÉ** dans les établissements scolaires et d'autres lieux. Nous souhaitons partir sur une impression d'affiches de 100 unités en format A3 sur un grammage de 100 g/m², une impression d'affiches de 200 unités en format A4 sur un grammage de 100 g/m² et pour finir, imprimer 3000 unités pour des flyers au format A6 de grammage 135 g/m². En ce qui concerne le grammage, il est tout à fait possible de me recommander d'autres mesures qui seraient plus adaptées.

Merci d'avance pour le retour du devis.

La réception de devis

Look Pub

CAMPUS 3 Devis - Look PUB

LÔOK PUB Troyes
 À moi

Bonjour,

Vous trouverez en PJ notre offre concernant votre demande. Des frais de 65 € HT liés à la conception graphique sont compris sur chacun des supports. Selon ce qui souhaite être mis en place, ce forfait peut-être réévalué.

Nous restons à votre disposition pour faire évoluer votre projet.

[Téléchargez notre plaquette commerciale ICI](#)



Agence
 de communication & conseils en publicité
 Signal / Décor / Print / Objets
 Web: www.lookpub.fr

CAMPUS 3
 10000 Troyes
 Téléphone: 0632897986
 Email: mathilde.collin@campus3.fr

Date proposition: 02/12/2021

Proposition commerciale
Réf. : DETR-021221-00362
 Date de fin de validité : 17/12/2021

Date proposition	Date de livraison	Contact	Code client	Réf. client
02/12/2021		Amandine CLAUDE	CL12112-00870	

N°	Désignation	P.U. HT	Cde	Unité	Total HT
1	Lot de 100 affiches. Format A3 (29,7 x 42 cm) vertical 100 gr couche brillante - Sans pelliculage Conception graphique comprise Délai (après BA1) = J+5 ouvrés Mise à disposition à l'agence	155,20	1	u.	155,20
2	Lot de 200 affiches. Format A4 (21,0 x 29,7 cm) vertical 115 gr couche brillante - Sans pelliculage Conception graphique comprise Délai (après BA1) = J+5 ouvrés Mise à disposition à l'agence	125,00	1	u.	125,00
3	Lot de 3000 flyers. Format A6 (14,8 x 10,5 cm) vertical 135 gr couche brillante - Sans pelliculage Conception graphique comprise Délai (après BA1) = J+7 ouvrés Mise à disposition à l'agence	127,00	1	u.	127,00

Règlement par virement sur le compte bancaire suivant:
 Banque: BP BICREDICTION FIVANCE COURTS
 Code banque: 06439 | Code guichet: 6221100235 | Cde: 80
 Adresse: BP58FC AUXERRE | SARL LOOK PUB FRANCE
 Code IBAN: FR76 100 7064 0862 2216 0823 589
 Code BICSWIFT: CCBFRFP333

Total HT: 407,20 €
 Total TVA 20%: 81,44 €
Total TTC: 488,64 €

Bon pour accord :
 La signature de cette offre par le client aura valeur d'acceptation.
 Le ___/___/___
 Cachet et signature du client

C14.3

02/12/2021 07/12/2021

Document de demande, réception et relance de devis

8.3.4

Print solutions Dm Lettres

DEVIS Externe Boîte de réception x

Isabelle Hefty <ihetty@print-solutions.fr>

À moi

Bonjour,

Suite à votre demande, veuillez trouver ci-joint le devis correspondant. Concernant le grammage, je vous propose du 135gr qui se tiendra mieux que du 90gr (le 100gr n'existant pas). N'hésitez pas à revenir vers nous pour de plus amples informations. Restant à votre disposition, vous souhaitant une bonne réception.

Cordialement

Isabelle HEFTY
Assistante commerciale et administrative



[Message tronqué] [Afficher l'intégralité du message](#)



mar. 30 nov. 15:33 (il y a 6 jours)



MATHILDE COLLIN
mathilde.collin@campus3.fr
06 32 89 79 86

LA CHAPELLE LE 30/11/2021
DEVIS N° 126/1121
REALISATION D'AFFICHES

FORMAT A3	Support : 135g couché demi-mat	Longueur : 29,70 cm	Largeur : 42 cm	Nb de couleurs recto : Quadi	Nb de couleurs verso : Quadi	Type d'impression : Numérique	Texte : suivant fichier informatique	100 unités	65,42	1	65,42		
FORMAT A4	Support : 135g couché demi-mat	Longueur : 21 cm	Largeur : 29,70 cm	Nb de couleurs recto : Quadi	Nb de couleurs verso : Quadi	Type d'impression : Numérique	Texte : suivant fichier informatique	200 unités	89,40	1	89,40		
REALISATION DE FLYERS	Support : 135g couché demi-mat	Longueur : 10,50 cm	Largeur : 14,80 cm	Nb de côtés : 2	Nb de couleurs recto : Quadi	Nb de couleurs verso : Quadi	Type d'impression : Numérique	3000 unités	87,87	1	87,87		
ECOparticipation - TRI SELECTIF en interne + enlèvement traitement et revalorisation des déchets											1,21	1	1,21
Délai : 2/3 semaines											MONTANT TOTAL HORS TAXE		243,90
Offre valable 3 mois											MONTANT TVA 20%		48,78
											MONTANT TOTAL TTC		292,68



Relance de devis

Demande de devis

Mathilde Collin <mathilde.collin@campus3.fr>

À Valérie lugassy

Bonjour, Je viens vers vous afin d'effectuer un devis pour des impressions d'affiches et de flyers afin de développer la visibilité de l'association AGORAÉ dans les établissements scolaires et d'autres lieux. Nous souhaitons partir sur une impression d'affiches de 100 unités en format A3 sur un grammage de 100 g/m², une impression d'affiches de 200 unités en format A4 sur un grammage de 100 g/m² et pour finir, imprimer 3000 unités pour des flyers au format A6 de grammage 135 g/m². En ce qui concerne le grammage, il est tout à fait possible de me recommander d'autres mesures qui seraient plus adaptées.

Merci d'avance pour le retour du devis.

Je vous laisse mes coordonnées :

0632897986

mathilde.collin@campus3.fr

Bien cordialement,

Collin Mathilde

↳ Répondre ↳ Transférer

mar. 7 déc. 16:14

Relance par téléphone principalement

E

changes avec le prestataire et le bon pour accord



Après avoir envoyé par mail les deux devis au bureau de l'association, et suite à la sélection de l'imprimeur Print Solutions. J'ai échangé avec Isabelle Hefty.

Devis pour les impressions



Mathilde Collin -mathilde.collin@campus3.fr-
À Thibaut, Clara, Victor, sonia.ventura ▾

lun. 13 déc. 15:25 ☆ ↶ ⋮

Bonjour tout le monde, je vous envoie un mail pour récapituler les devis pour les impressions. Pour rappel, il va y avoir trois formats d'impressions :

- 100 affiches A3 pour mettre au sein des établissements scolaires à destination des étudiants.
- 200 affiches A4 pour mettre dans différents lieux (auto-école, boulangerie, supermarché...) à destination des particuliers pour inciter aux dons monétaires/denrées.
- 3000 flyers A6 pour les établissements scolaires et les autres lieux également à destination des étudiants.

Avec Sonia, on a effectué quatre devis le mardi 30 novembre afin de comparer les prix et la qualité de la prestation. cependant, seulement deux prestataires ont répondu à notre demande. J'ai alors relancé par appel téléphonique les deux autres imprimeries la semaine dernière où j'ai à l'heure d'aujourd'hui aucune réponse.

Je vous joins les deux devis que l'on a obtenu.
Je pense que l'on va partir sur le devis de Print Solutions car le coût total est bien moins important que l'autre devis.

J'attends une réponse dans les plus brefs délais pour avoir une confirmation pour le prix pour que je puisse répondre et que je valide le bon à tirer.

Mon stage se termine vendredi, il faut absolument lancer l'impression, avant vendredi si le délai du BAT nous le permet.

Merci de me faire un retour au plus vite,

Cordialement,

Mathilde

2 pièces jointes



↶ Répondre ↶ Répondre à tous ↷ Transférer

Voici quelques captures d'écrans des échanges avec le prestataire

Mathilde Collin <mathilde.collin@campus3.fr>
À Isabelle ▾
mar. 14 déc. 13:28 ☆ ↶ ⋮

Bonjour,
Je reviens vers vous afin de vous confirmer le devis pour les impressions. Sous quel format souhaitez-vous que je vous envoie les fichiers à imprimer ?
Cordialement,
Mathilde,
Chargée de communication
Association AGORAÉ

↳ Répondre ↳ Transférer

FICHIERS Externes Boîte de réception x

Isabelle Hefty
mar. 14 déc. 16:49 ☆

Bonjour. Suite à votre message, envoyer les fichiers en PDF aux formats voulus avec 3mm de bord perdu et traits de coupe uniquement. En vous souhaitant une bonne nuit.

Mathilde Collin <mathilde.collin@campus3.fr>
À Isabelle ▾
mer. 15 déc. 17:57 ☆ ↶ ⋮

Bonjour,
Je vous envoie les trois fichiers en PDF avec 3mm de fond perdu. Serait-il possible d'avoir un premier tirage test de chaque document avant de signer le BAT car étant une association tenue par des étudiants, nous voulons être certains de ne pas nous tromper.
Je vous remercie d'avance.
Bien cordialement
Mathilde

3 pièces jointes



↳ Répondre ↳ Transférer

Gmail Rechercher dans toutes les conversations

Boîte de réception 68

RIB Externes Boîte de réception x

Isabelle Hefty
Jeu. 16 déc. 2021 14:22 ☆

Bonjour, suite à mon appel de ce jour, veuillez trouver ci-joint notre RIB pour le paiement des 40% d'acompte (117.00€), merci de nous renvoyer le devis avec votre accord.

Mathilde Collin
Sam. 8 janv. 15:36 (il y a 4 jours) ☆

Bonjour, j'ai vu avec la personne concernée de l'association normalement le virement a été effectué. Pourriez-vous me prévenir lorsque vous recevrez le virement ?

Isabelle Hefty
Lun. 10 janv. 09:51 (il y a 2 jours) ☆ ↶ ⋮

Bonjour,
J'ai eu le virement vendredi, les commandes sont passées, je vous tiens au courant quand l'ensemble sera disponible.
En vous souhaitant une bonne réception.
Cordialement
Isabelle HEFTY
Assistante commerciale et administrative

De : Mathilde Collin <mathilde.collin@campus3.fr>
Envoyé : samedi 8 janvier 2022 15:37



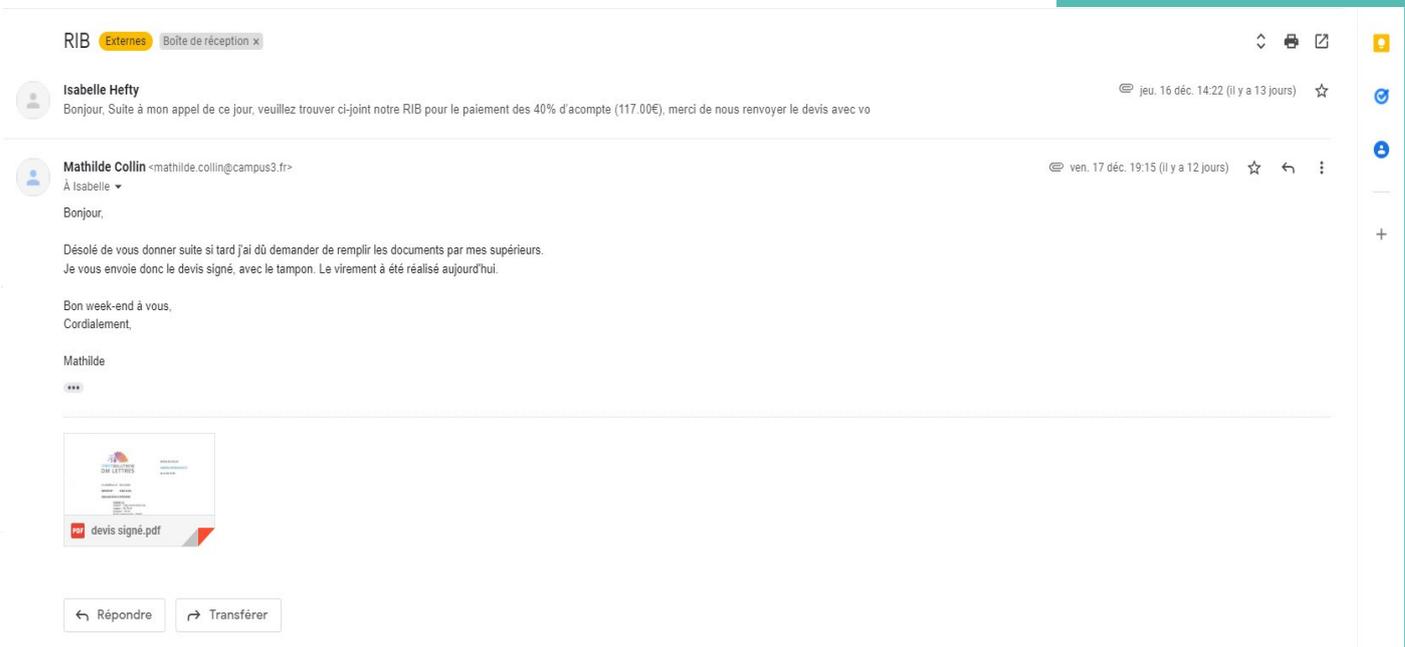

C14.3

17/12/2021

Échange avec le prestataire et le bon pour accord

8.4.3

Voici quelques captures d'écrans des échanges avec le prestataire



Suite à un problème du virement, la validation du Bon pour accord et du premier versement s'est effectuée début Janvier 2022. J'ai été chercher les impressions terminées le lundi 10 janvier 2022.

3

C14.3

09/12/2021

Planning final

8.5.1

Planning final des solutions de communication

Affiches / flyers	À faire	Fait	Terminé	Remarques
L'objectif de la solution	Impacter le plus de monde par le biais de solutions Print	Oui	Affiche A3 19/11/2021 Affiche A4 17/11/2021 Flyer 26/11/2021	Modification des visuels en modernisant et ayant deux solutions plus moderne
Étape de création	À faire avant décembre 2021	Oui	Affiche A3 du 15 au 19/11/2021 Affiche A4 du 16 au 17/11/2021 Flyer 22 au 26/11/2021	Modification des visuels en modernisant et ayant deux solutions plus moderne
Conception	Affiche A3/A4 avec Indesign et Illustrator Flyer avec Canva	Oui	Affiche A3 terminée en 4 jours. Affiche A4 terminée en 1 jour. Flyer terminé en 4 jours.	
Vérification de qualité	Faire vérifier mes visuels	Oui	Clos le 27/11/2021	
Modification		Modification de la couleur d'un texte sur le Flyer		Le bureau préfère ces versions
Validation BAT	Demander à Victor	Oui	Signature par Arthur Aubrais le 17/12/2021	Signature d'un "bon pour accord" sur le devis
Envoie des docs imprimeur		Échange par mail et téléphone	Le 15/12/2021	
Après avoir terminé				Attente après vacances de Noël
Éventuel ajustement	Relance début janvier	Problème de virement	Réception des impressions le 10/01/2022	

C14.3

10/12/2021

Planning final

8.5.2

Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn)	À faire	Fait	Terminé	Remarques
L'objectif de la solution	Impacter le plus personne sur le web.	Oui	Publication de 17/12/2021 pour Noël	Visuel mêlant AGORAé et Noël
Étape de création	À poster pour Noël et les autres à partir de janvier	Oui	Les publications du 8/12/2021 au 17/12/2021 (publication)	Dans le but de souhaiter de bonnes fêtes
Conception	Les publications à l'aide de Canva	Oui	Terminé en quelques jours	
Vérification de qualité	Faire vérifier mes visuels	Oui	Clos le 15/12/2021	
Modification		Choisir entre plusieurs modèles		
Validation BAT				
Envoi des docs imprimeur				
Après avoir terminé			Faire mes premiers post sur l'AGORAé le dernier jour de mon stage	En attente de réactions
Éventuel ajustement	Prochaine publication à partir de janvier.			

C14.3

12/12/2021

Bilan de qualité

8.6.1



Qualité des supports Print reçu de la part de l'association AGORAÉ

Bonjour,

Suite à nos échanges concernant le projet de mettre des affiches et flyers dans votre établissement scolaire, je souhaite faire un bilan de qualité concernant l'échange et les retombées de cette action.

Je vous remercie d'avance.

Cordialement,

Collin Mathilde

Association AGORAÉ



C14.3

13/12/2021

Bilan de qualité

8.6.2

Nom/Prénom *

Réponse courte

L' établissement dans lequel vous travaillez *

Réponse courte

Avez-vous eu bonne réception des affiches/flyers ? *

 Oui NonAvez-vous apprécié la qualité de l'échange entre l'équipe de l'AGORAÉ et vous-même ? Si oui, *

Réponse longue

Des éléments à améliorer ? Si oui lesquels *

Réponse courte



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C31.4

C31.4

28/06/2021

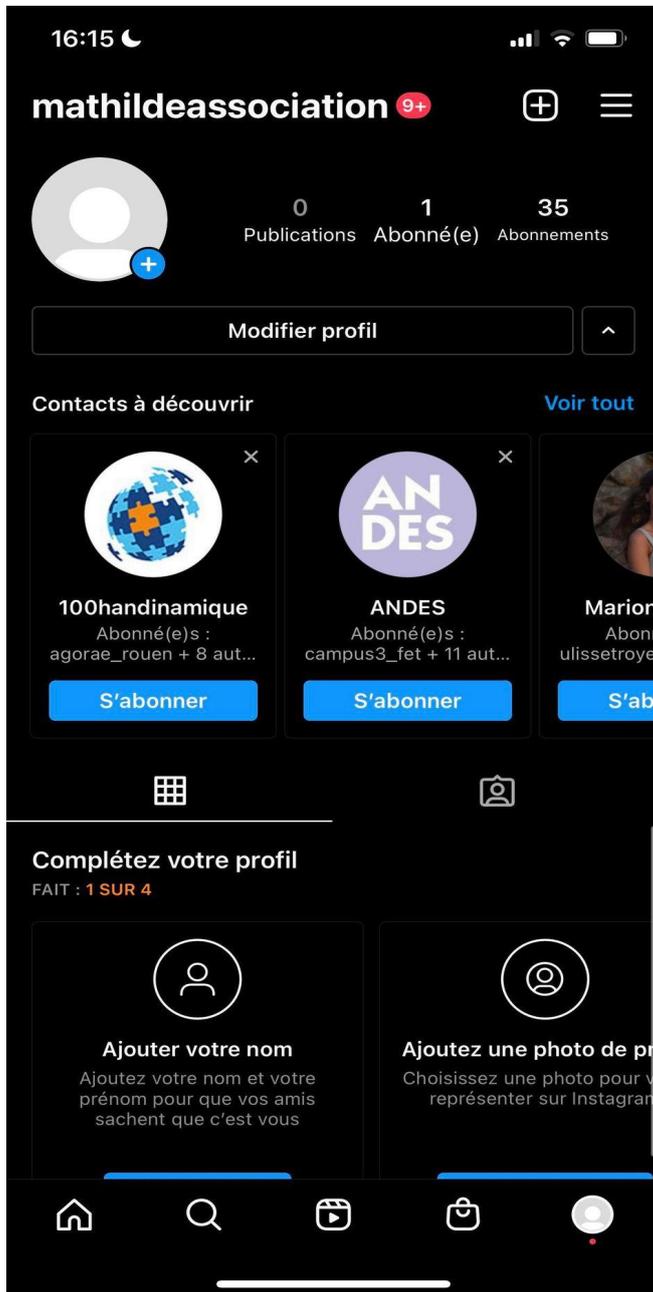
Création d'un profil Instagram

9.1.1

Création d'un profil Instagram

Le lien :

<https://www.instagram.com/mathildeassociation/>



C31.4

28/06/2021

Tableau récapitulatif des inscriptions newsletters et captures

9.2.1

Tableau récapitulatif des inscriptions newsletter et captures d'écrans (deux exemples)

Site / organisation	Type d'abonnement	Quantitatif
La FAGE	newsletter internet, reception de mail	1 abonnement
Le Crous de Reims	newsletter internet, reception de mail	1 abonnement
La fondation de France	newsletter internet, reception de mail	1 abonnement
Compte instagram	page instagram d'association	35 abonnements de comptes
Stud help	newsletter internet, reception de mail	1 abonnement
UTT	newsletter internet, reception de mail	1 abonnement
EPF	newsletter internet, reception de mail	1 abonnement

Captures d'écrans de quelques abonnements : La FAGE



SERVICES AUX ASSOCIATIONS ▾ BOUTIQUE ▾

La FAGE ▾ Nos idées ▾ Innovation sociale ▾ Événements ▾ Formations ▾ Actualités ▾ Espace Presse ▾

Accueil > Inscription Newsletter

Inscription à la newsletter de la FAGE

Notre newsletter vous informe sur l'actualité de la FAGE et de son réseau.

N'attendez plus et abonnez-vous dès à présent !

PARTAGER CETTE PAGE



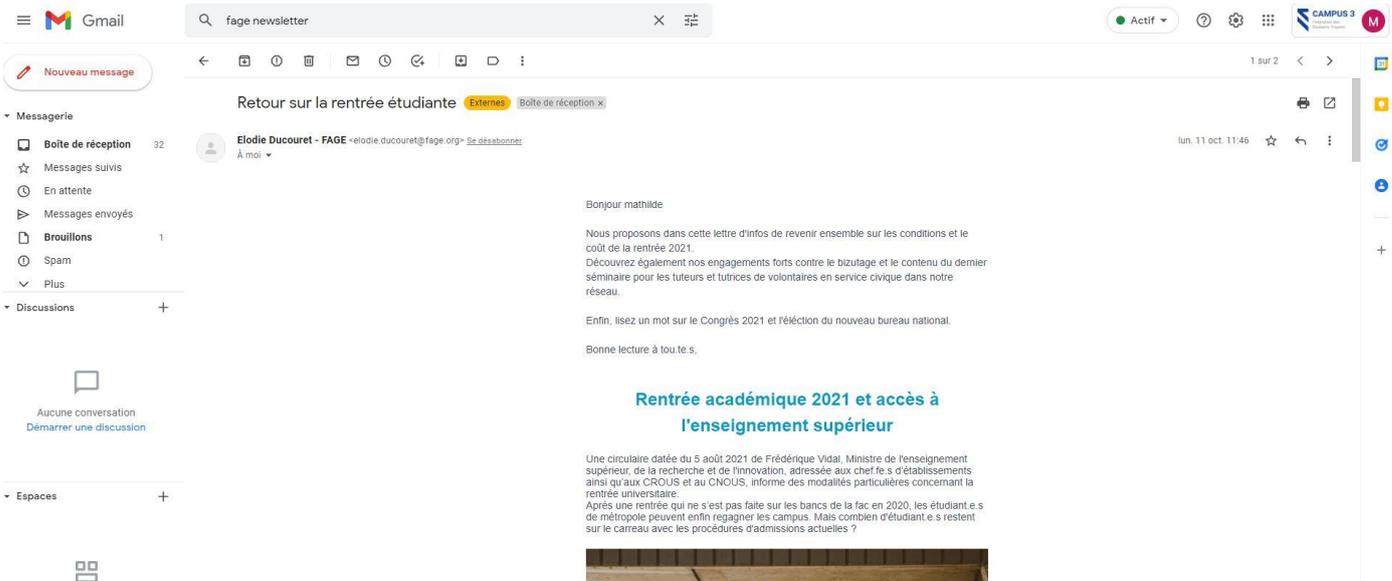
J'aime 7

Confirmation d'inscription

Votre demande d'inscription à la Newsletter de la FAGE a bien été prise en compte.

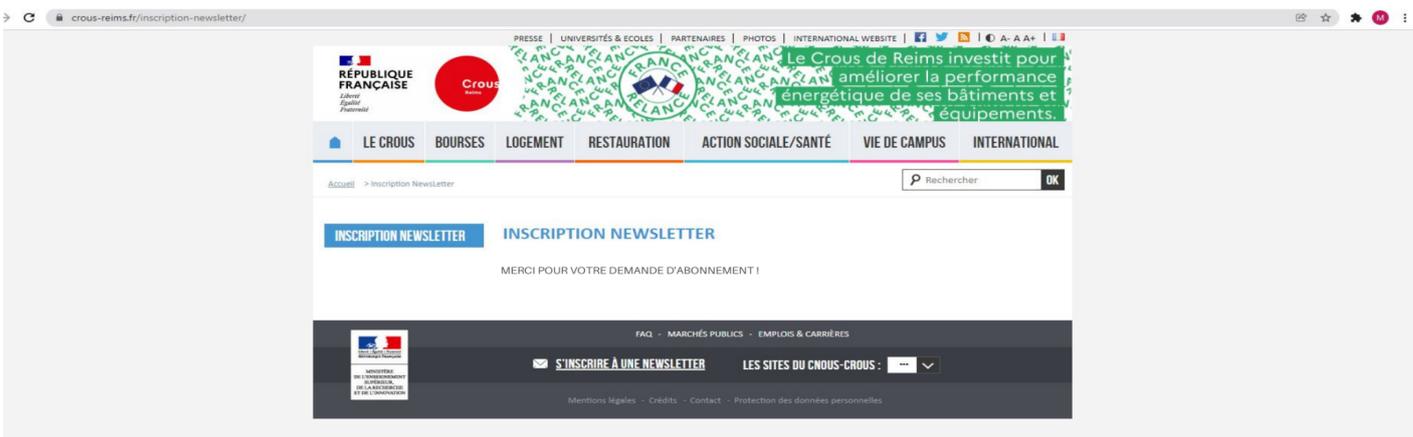
A découvrir
Retrouvez les précédentes éditions de la newsletter de la FAGE

Actualité | CP et DP
COMMUNIQUE



(email newsletter)

Le CROUS de Reims



C31.4

01/12/2021

Inscription à Netvibes et les différents flux

9.3.1

Inscription Netvibes et les différents flux

À l'aide de **netvibes**

<https://www.netvibes.com/dashboard/99325602#General>

Il faut savoir que la majeure partie des sites internet n'ont pas de flux RSS ce qui fait que je n'ai pas la totalité des flux souhaités.

Première page : Actualité

Sur cette première page, il y a 9 flux concernant l'actualité.

- Le monde
- L'Est-Eclair
- Le Parisien étudiant
- Huffpost
- L'Obs
- La Libération
- Presse Citron
- GNT Actualité
- French Web

Deuxième page : Association

Sur cette première page, il y a 7 flux concernant l'actualité.

- La Ville de Troyes
- La FAGE
- Le Crous de Reims
- UNEF
- Étudier à Troyes
- La Fondation de France
- Site internet de l'AGORAé de Troyes

Troisième page : Établissements scolaires

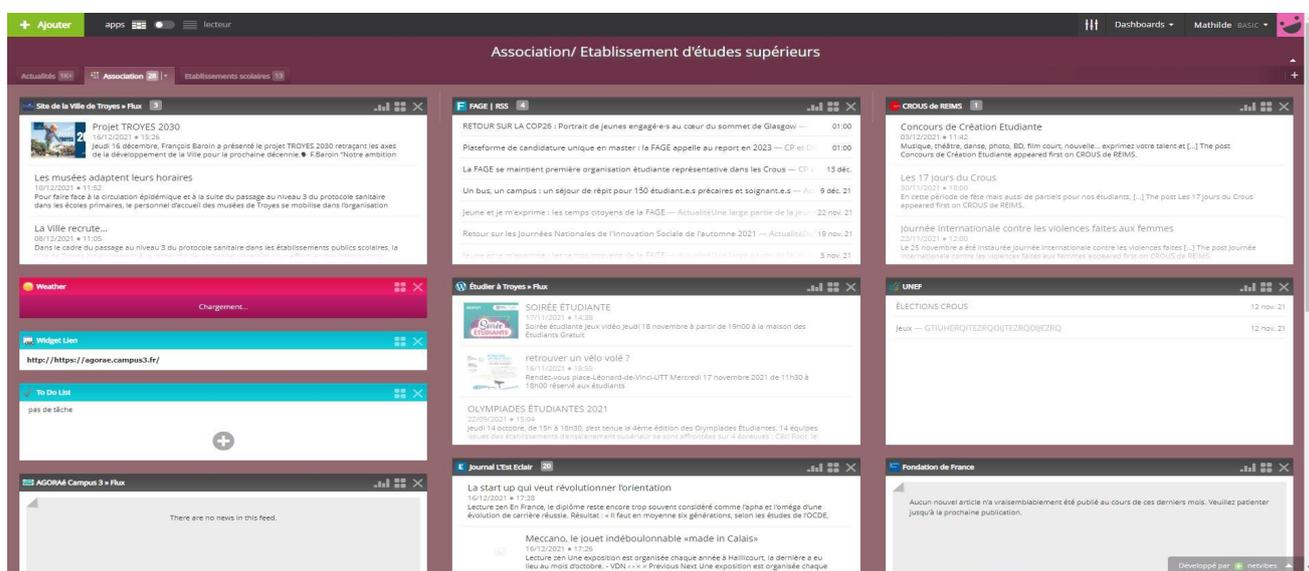
Inscription à Netvibes et les différents flux

9.3.2

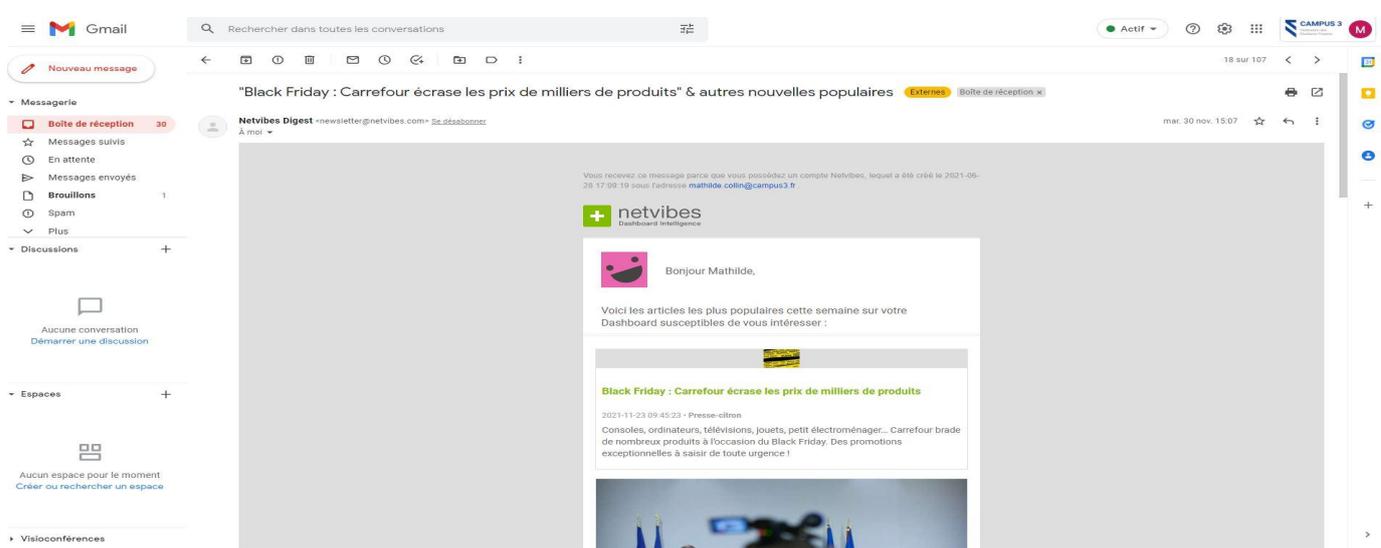
Sur cette première page, il y a 4 flux concernant l'actualité.

- L' UTT
- L'EPF
- La Salle Troyes
- Y School

Captures d'écrans de Netvibes



Onglet sur les associations et établissements d'études supérieures Netvibes



Mail de actualités sur Netvibes

DOCUMENT SUR LA FIABILITÉ DES SOURCES



Rechercher et sélectionner des sources me permettent d'avoir différentes informations qui font progresser la connaissance et m'aident à prendre des décisions. Que cela soit une entreprise ou autre, l'association doit acquérir de l'information et en produire pour alimenter le processus de développement.

Ces sources permettent donc à l'AGORAÉ d'être en phase avec les tendances et d'innover sous peine de rester méconnu.

Lors de ma recherche de sources, j'ai exploité plusieurs modes de sélection ce qui fait qu'il n'y a pas forcément le même niveau de fiabilité des sources. C'est pour cela que je vais analyser la qualité de ces dernières.

- *Le profil Instagram*

Un profil sur les réseaux sociaux n'est pas une source officielle et doit être automatiquement vérifié afin d'analyser la fiabilité.

L'abonnement aux différentes associations AGORAÉ de France et d'autres associations ne permet pas non plus d'obtenir une source officielle. Le profil Instagram ainsi que les pages sont d'une fiabilité faible.

	Nature de l'information	Type de source	Niveau de fiabilité
Profil Instagram	Information secondaire	source non officielle	fiabilité faible
Abonnement pages/profils	Information secondaire	source non officielle	fiabilité faible

Comment définir une information :

	Profil Instagram	Abonnement pages/profils
Pertinence	Pertinent dans le contexte d'une veille pour l'association	Pertinent dans le contexte d'une veille pour l'association
Fiabilité	Faible fiabilité du fait que tout le monde peut créer un profil sur les réseaux sociaux	Faible fiabilité du fait que tout le monde peut poster des informations sur les réseaux sociaux
Récence	28 juillet 2021	Une récence de moins de cinq ans
Exhaustivité	Information incomplète	Information complète
Disponibilité juridique	Disponible car c'est mon propre profil	Moyennement disponible, droit d'auteur et le droit d'image peut être usurper
Accessibilité	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)

• *Abonnement à des Newsletter*

L'abonnement à des newsletters est une source non officielle car ce n'est pas des sites institutionnels pour certains tels que StudHelp par exemple et pour d'autres officiels car le site est certifié et reconnu, cependant, la fiabilité y est moyenne car ce ne sont pas des sites institutionnels. La fiabilité est donc moyenne pour certaines newsletters et pour d'autres une fiabilité faible.

	Nature de l'information	Type de source	Niveau de fiabilité
FAGE	Information secondaire	source officielle	fiabilité moyenne
Fondation de France	Information secondaire	source officielle	fiabilité moyenne
Le Crous de Reims	Information secondaire	source officielle	fiabilité forte
StudHelp	Information secondaire	source non officielle	fiabilité faible
UTT	Information secondaire	source officielle	fiabilité moyenne
EPF	Information secondaire	source officielle	fiabilité moyenne

Comment définir une information :

	FAGE	Fondation de France	Le Crous de Reims	StudHelp	UTT	EPF
Pertinence	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent
Fiabilité	Fiabilité moyenne	Fiabilité moyenne	Fiabilité forte du fait que c'est un organisme de l'Etat	Faible fiabilité du fait que c'est une association moins connu	Fiabilité moyenne	Fiabilité moyenne
Récence	Création en 2013	Création en 2018	?	Création en 2021	Création 1994	Création en 1925
Exhaustivité	Information complète					
Disponibilité juridique	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible
Accessibilité	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)

• *Création du compte Netvibes et les différents flux RSS*

La création d'un compte et d'une page sur Netvibes est une source officielle car c'est un service en ligne qui permet de créer une page personnalisée organisée en onglets thématiques.

Les différents flux RSS qui sont un flux d'information structuré dans un format particulier n'est disponible que sur des sites où l'on peut s'abonner. C'est sa particularité car de nombreux sites n'ont pas de flux RSS. C'est une source officielle.

	Nature de l'information	Type de source	Niveau de fiabilité
Le Monde	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
L'Est-Eclair	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
Le Parisien Etudiant	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
Huffpost	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
L'OBS	Information primaire	source officielle	fiabilité forte

C31.4

10/12/2021

Document sur la fiabilité des sources

9.4.2

La Libération	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
Presse Citron	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
GNT Actualité	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
French Web	Information primaire	source officielle	fiabilité forte
La ville de Troyes	Information secondaire	source officielle	fiabilité forte
La FAGE	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne
Le Crous de Reims	Information secondaire	source officielle	fiabilité forte
UNEF	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne
Étudier à Troyes	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne
La Fondation de France	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne
Site internet de l'AGORAÉ de Troyes	Information secondaire	source non officielle	fiabilité faible
L'UTT	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne
L'EPF	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne
La Salle Troyes	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne
Y School	Information secondaire	source non officielle	fiabilité moyenne

Comment définir une information :

	Le Monde	L'Est-Eclair	Le Parisien Etudiant	Huffpost	L'OBS	La Libération
Pertinence	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent
Fiabilité	Fiabilité forte					
Récence	Création en 1944	Création en 1945	Le Parisien en 1944	Création en 2012	Création 1964	Création en 1973
Exhaustivité	Information complète					
Disponibilité juridique	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible
Accessibilité	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute)					

	Presse Citron	GNT Actualité	French Web	La ville de Troyes	La FAGE	Le Crous de Reims
Pertinence	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent
Fiabilité	Fiabilité forte	Fiabilité forte	Fiabilité forte	Fiabilité forte	Fiabilité moyenne	Fiabilité forte
Récence	Création en 2005	Création en 2001	Création en 2008	?	Création 1989	Création en 1955
Exhaustivité	Information complète	Information complète	Information complète	Information complète	Information complète	Information complète
Disponibilité juridique	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible
Accessibilité	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)

C31.4

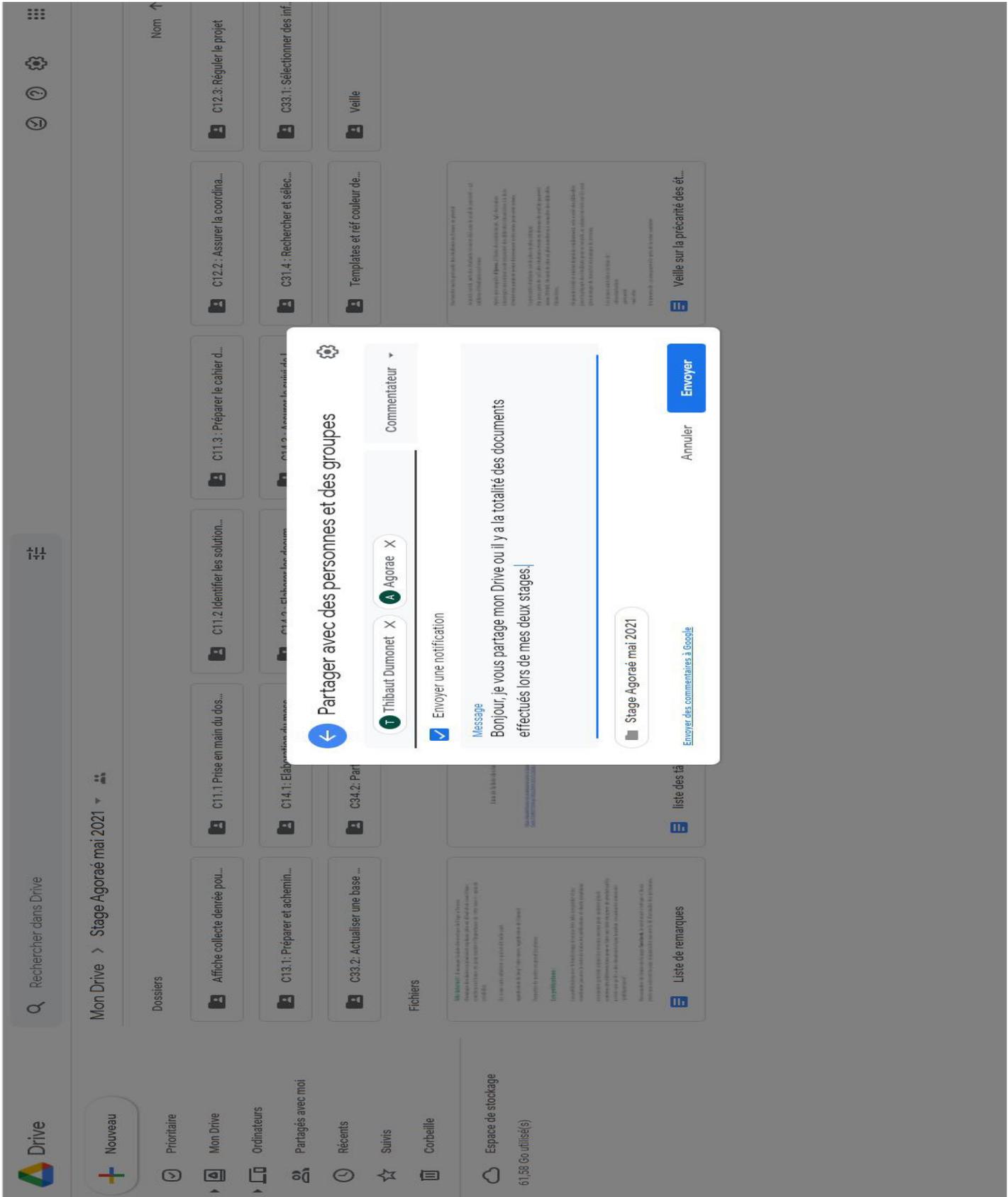
16/12/2021

Document sur la fiabilité des sources

9.4.4

	UNEF	Étudier à Troyes	La Fondation de France	Site internet de l'AGORAÉ de Troyes	L'UTT	L'EPF
Pertinence	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent	Pertinent
Fiabilité	Fiabilité moyenne	Fiabilité moyenne	Fiabilité moyenne	Faible faible	Fiabilité moyenne	Fiabilité moyenne
Résumé	Création en 1907	?	Création en 1969	Création en 2016	Création 1994	Création en 1991
Exhaustivité	Information complète	Information complète	Information complète	Information presque complète	Information complète	Information complète
Disponibilité juridique	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible	Disponible
Accessibilité	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)

	Saint Joseph Troyes	Y School
Pertinence	Pertinent	Pertinent
Fiabilité	Fiabilité moyenne	Fiabilité moyenne
Résumé	Création en 1921	Création en 1992
Exhaustivité	Information complète	Information complète
Disponibilité juridique	Disponible	Disponible
Accessibilité	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)	Moyennement accessible (pas de moyens d'écoute, besoin d'une connexion internet, besoin d'un support)



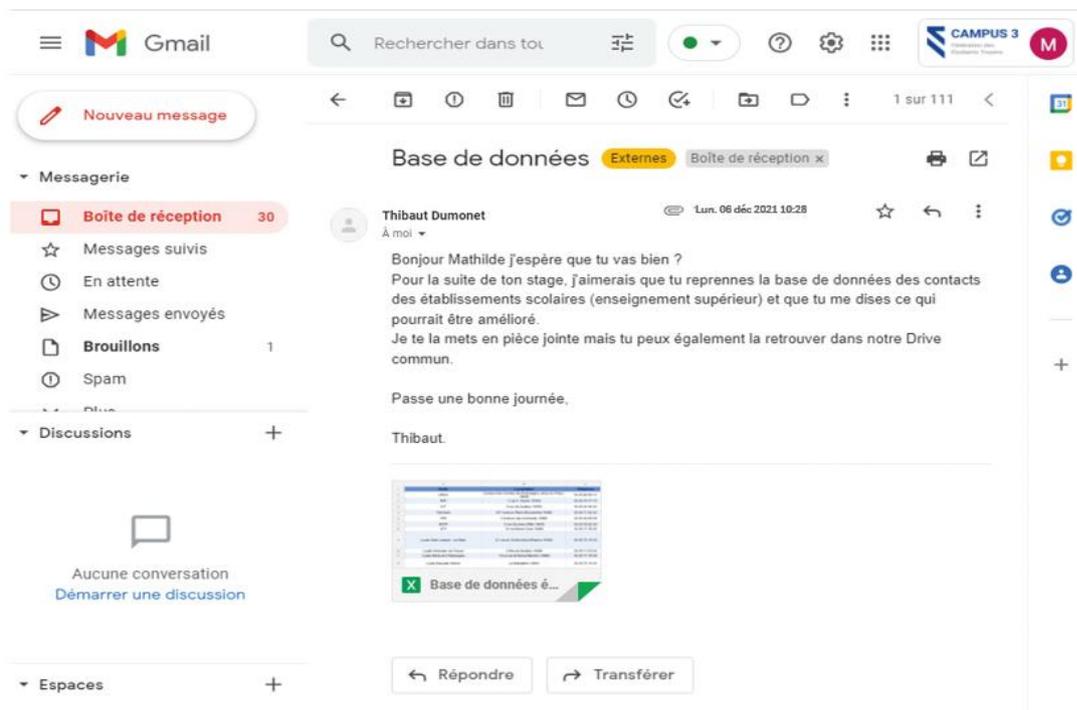


TROY AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité
TROYES

C33.1

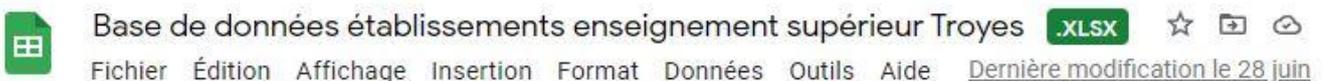
Réception d'un mail afin d'analyser la base de données provenant de mon tuteur.

Le 06/12/2021



Analyse de la base de données

La base de données que mon tuteur m'a demandé d'analyser est celle des établissements scolaires d'études supérieures. Cette base de données m'a aidé tout au long de mon stage pour contacter les chefs d'établissements scolaires ou les chefs d'études.



La base de données à été réalisée à partir de Google Sheet qui est un logiciel similaire à Excel.

Demande et analyse de la base de données

10.1.2

Base de données établissements enseignement supérieur Troyes

A	B	C	D	E	F	H
Ecole	Localisation	Téléphone	Directeur	Email	Association fédératrice	Email
URCA	Campus des Comtes de Champagne, place du Préau 10000	03 25 80 99 15	Anne Jussilaume	direction.ccc@univ-reims.fr	BDE URCA	bde_3c@outlook.fr
EPF	2 rue F. Sastre 10430	03 25 70 77 19	Arnaud D'aboville	arnaud.daboville@epf.fr	BDE EPF	bde-troyes@epfd.fr
IUT	9 rue de Québec 10000	03 25 42 46 46	Martial Martin	martial.martin@univ-reims.fr	BDE IUT	bde.lut.troyes10@gmail.com
YSchools	217 avenue Pierre Brosolette 10000	03 25 71 22 22	Francis Beckard	francis.beckard@yschools.fr	BDE Yschool	bde@yschool.eu
IFSI	2 Avenue des Lombards 10000	03 25 49 49 99	Josiane BILS		BDE IFSI	
ESTP	2 rue Gustave Eiffel 10430	03 25 78 55 00	Hervé Guillermet	hguillermet@estp-paris.eu	BDE ESTP	bde.estptroyes@gmail.com
UTT	12 rue Marie Curie 10000	03 25 71 76 00	Pierre Koch	piere.koch@utt.fr	BDE UTT	bde@utt.fr
Lycée Saint-Joseph - La Salle	21 rue du Cloître Saint-Étienne 10000	03 25 72 15 30				
Lycée Chrestien de Troyes	3 Rue de Québec 10000	03 25 71 53 00				
Lycée Marie de Champagne	13 rue de la Reine Blanche 10000	03 25 71 78 00			BDE Marie de Champagne	
Lycée Edouard Herriot	La Maladière 10300	03 25 72 15 50				
CFA de la pharmacie	10 quater, rue des Bas Trévois 10000	03 25 73 47 32				cfa.pharmacie.troyes@wanadoo.fr
Lycée Jeanne Mance	Rue du Paradis 10000	03 25 83 11 22				
Lycée Les lombards	12 Avenue des Lombards 10000	03 25 71 46 60				
Ecole privée d'esthétique et de coiffure Pariset	1 Rue Victorien Sardou 10000	03 25 78 47 54			troyes@groupe-terrade.com	
Ecole Pigier (appartient à Y School)						
INSPE	6 Avenue des Lombards 10000	03 25 82 01 34				
Les compagnons du devoir		03 25 71 28 60				
	FUNCTION	NOM	PRENOM	EMAIL		
URCA	Chef des services administratifs	CLAVERIE-ROSPIDE	Xavier	xavier.claverie-rospeid@univ-reims.fr		
EPF	Chargée de communication et relations publiques	DE BIASIO	Margaux	margaux.debiasio@epf.fr		
IUT de Troyes		MOCQUERY	Sarah	sarah.mocquery@univ-reims.fr		
IFSI de Troyes		BOTELLA	Claude	claudé.botella@ch-troyes.fr		
Lycée Saint-Joseph - Campus La Salle		GEOFFROY	Sophie	s.geoffroy@lasalle-troyes.fr		
Lycée Chrestien de Troyes		SPAGNESI	Laurent	laurent.spagnesi@ac-reims.fr		

On remarque beaucoup d'éléments vides sur l'ensemble de la base de données.

En général, la base de données est assez courte en hauteur, il y a que 31 éléments mais en bas, il y a un lien vers une autre base de données qui est disponible. Ce lien renvoie sur la base de données des contacts académiques.

28	Lycée Edouard Herriot
29	
30	Voir dans le doc des contacts académiques aussi
31	https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Aj0vooz37mgwWFOzH72mhR6Oit7d6jYrEnYfao0LwdXU/edit#gid=0
32	
33	
34	

Cependant, pourquoi ne pas réunir les deux bases de données en une seule?

A	B	C	D	E	F
Ecole	Localisation	Téléphone	Directeur	Email	Association fédératrice

De A à S

C33.1

06-07/12/2021

Demande et analyse de la base de données

10.1.3

O	P	Q	R	S
Téléphone	Commentaires			
	bve@univ-reims.fr (autre mail vie étue)			
	carole.mercadier@ch-troyes.fr autre mail			
			GEOFFROY SOPHIE c'est	

Ce que je propose :

Après avoir analysé la base de données que mon tuteur m'a demandé d'analyser, je propose quelques modifications afin d'avoir un système d'information beaucoup plus lisible et simple d'utilisation.



TROYES

AGORAE
Mon espace d'échanges et de solidarité

TROYES

C33.2

Base de données avant/après actualisation

Afin de montrer l'évolution de la base de données, je démontre ceci avec des captures d'écran de la base de données initiale et la copie. Pour ce faire, j'ai supprimé des informations, classé, supprimé les informations obsolètes et proposé un fichier actualisé propre à la démarche de communication.

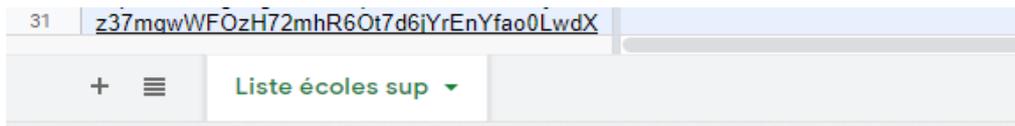
Vue d'ensemble de la base de données initiales

A	B	C	D	E	F	G	H
1	Ecole	Localisation	Téléphone	Directeur	Email	Association fédératrice	Email
2	URCA	Campus des Comtes de Champagne, place du Préau 10000	03 25 80 99 15	Anne Jussiaume	direction.ccc@univ-reims.fr	BDE URCA	bde.3c@outlook.fr
3	EPF	2 rue F. Sastre 10430 Rosières-près-Troyes	03 25 70 77 19	Arnaud D'aboville	arnaud.daboville@epf.fr	BDE EPF	bde-troyes@epfd.fr
4	IUT	9 rue de Québec 10000 Troyes	03 25 42 46 46	Martial Martin	martial.martin@univ-reims.fr	BDE IUT	bde.iut.troyes10@gmail.com
5	YSchools	217 avenue Pierre Brossollette 10000 Troyes	03 25 71 22 22	Francis BeCARD	francis.beCARD@yschools.fr	BDE Yschool	bde@yschool.eu
6	IFSI	2 Avenue des Lombards 10000 Troyes	03 25 49 49 99	Josiane BILS		BDE IFSI	
7	ESTP	2 rue Gustave Eiffel 10430 Rosières-près-Troyes	03 25 78 55 00	Hervé Guillermet	hguillermet@estp-paris.eu	BDE ESTP	bde.estptroyes@gmail.com
8	UTT	12 rue Marie Curie 10000 Troyes	03 25 71 76 00	Pierre Koch	pierre.koch@utt.fr	BDE UTT	bde@utt.fr
9	Lycée Saint-Joseph - La Salle	21 rue du Cloître Saint-Étienne 10000 Troyes	03 25 72 15 30				
10	Lycée Chrestien de Troyes	3 Rue de Québec 10000 Troyes	03 25 71 53 00				
11	Lycée Marie de Champagne	13 rue de la Reine Blanche 10000 Troyes	03 25 71 78 00			BDE Marie de Champagne	
12	Lycée Edouard Herriot	La Maladière 10300 Sainte Savine	03 25 72 15 50				
13	CFA de la pharmacie	10 quater, rue des Bas Trévois 10000 Troyes	03 25 73 47 32				cfa.pharmacie.troyes@wanadoo.fr
14	Lycées Jeanne Mance	Rue du Paradis, 10000 Troyes	03 25 83 11 22				
15	Lycée Les lombards	12 Avenue des Lombards, 10000 Troyes	03 25 71 46 60				
16	Ecole privée d'esthétique et de coiffure Pariset	1 Rue Victorien Sardou 10000 Troyes	03 25 78 47 54			troyes@groupe-terrace.com	
17	Ecole Pigier (appartient à Y School)						
18	INSPE	6 Avenue des Lombards 10000 Troyes	03 25 82 01 34				
19	Les compagnons du devoir		03 25 71 28 60				
20							
21		FUNCTION	NOM	PRENOM	EMAIL		
22	URCA	Chef des services administratifs	CLAVERIE-ROSPIDE	Xavier	xavier.claverie-rosipide@univ-reims.fr		
23	EPF	Chargée de communication et relations publiques	DE BIASIO	Margaux	margaux.debiasio@epf.fr		
24	IUT de Troyes		MOCQUERY	Sarah	sarah.mocquery@univ-reims.fr		
25	IFSI de Troyes		BOTELLA	Claude	claude.botella@ch-troyes.fr		
26	Lycée Saint-Joseph - Campus La Salle		GEOFFROY	Sophie	s.geoffroy@lasalle-troyes.fr		
27	Lycée Chrestien de Troyes		SPAGNESI	Laurent	laurent.spagnesi@ac-reims.fr		

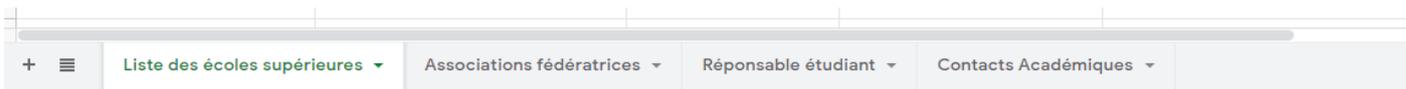
Vue d'ensemble de la copie de la base de données

A	B	C	D	E
1	Ecole	Localisation	Téléphone	Directeur de l'établissement
2	CFA de la pharmacie	10 quater, rue des Bas Trévois 10000 Troyes	03 25 73 47 32	santesocialtroyes@almea-formations.fr
3	EPF	2 rue F. Sastre 10430 Rosières-près-Troyes	03 25 70 77 19	arnaud.daboville@epf.fr
4	ESTP	2 rue Gustave Eiffel 10430 Rosières-près-Troyes	03 25 78 55 00	Hervé Guillermet
5	Ecole privée d'esthétique et de coiffure Pariset	1 Rue Victorien Sardou 10000 Troyes	03 25 78 47 54	
6	IUT	9 rue de Québec 10000 Troyes	03 25 42 46 46	Martial Martin
7	IFSI	2 Avenue des Lombards 10000 Troyes	03 25 49 49 99	Josiane BILS
8	INSPE	6 Avenue des Lombards 10000 Troyes	03 25 82 01 34	
9	Lycée Saint-Joseph - La Salle	21 rue du Cloître Saint-Étienne 10000 Troyes	03 25 72 15 30	Martial Gaillard
10	Lycée Chrestien de Troyes	3 Rue de Québec 10000 Troyes	03 25 71 53 00	
11	Lycée Marie de Champagne	13 rue de la Reine Blanche 10000 Troyes	03 25 71 78 00	
12	Lycée Edouard Herriot	La Maladière 10300 Sainte Savine	03 25 72 15 50	
13	Lycée Jeanne Mance	Rue du Paradis, 10000 Troyes	03 25 83 11 22	
14	Lycée Les lombards	12 Avenue des Lombards, 10000 Troyes	03 25 71 46 60	
15	Les compagnons du devoir	9 Rue Marie Curie, 10000 Troyes	03 25 71 28 60	
16	URCA	Campus des Comtes de Champagne, place du Préau 10000 troyes	03 25 80 99 15	Anne Jussiaume
17	UTT	12 rue Marie Curie 10000 Troyes	03 25 71 76 00	Pierre Koch

Capture d'écran des feuilles base de données initiale



Capture d'écran des feuilles copie base de données



Contenu des différentes feuilles dans la copie de la base de données

	A	B	C	D	E	F	G
	Ecole	Association fédératrice	Email	Président	Téléphone	Email	Changement de bureau
1	CFA de la pharmacie		cfa.pharmacie.troyes@wanadoo.fr	Elise Lorin		lorn_elise@outlook.fr	
2	EPF	BDE EPF	bde-troyes@epfdu.fr	Cécile Gardy	0750896400	cecile.gardy@epfdu.fr	Fin avril / début mai
3	ESTP	BDE ESTP	bde.esttroyes@gmail.com	Maxime Corvé	0782904338	maxime.corve@estp.de	Fin avril
4	Ecole privée d'esthétique et de coiffure Paniset		troyes@groupe-letrade.com				
5	IUT	BDE IUT	bde.iut.troyes10@gmail.com	Bastien Solca	0675055799	pro.solca.bastien@gmail.com	Juin / Juillet
6	IFSI	BDE IFSI		Isabelle Nina	0688653511		
7	INSPE			Allan Weitzel		allan.weitzel@etudiant.univ-reims.fr	
8	Lycée Saint-Joseph - La Salle	ADEL Stjo	f.dussolier@lasalle-troyes.fr	Julie Odine			Octobre/novembre
9	Lycée Chrestien de Troyes						
10	Lycée Marie de Champagne	BDE Marie de Champagne					
11	Lycée Edouard Herriot						
12	Lycée Jeanne Mance						
13	Lycée Les lombards						
14	Les compagnons du devoir						
15	URCA	BDE URCA	bde.3c@outlook.fr	Maxime Merelli	0674575461	maxime.merelliaussie@live.fr	juillet/août
16	UTT	BDE UTT	bde@utt.fr	Théo Morin	0663916896	theo.morin@utt.fr	Début mars / Début septembre
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							

C33.2

09/12/2021

Copie et actualisation avant/après de la base de données

11.1.3

A1 - fx | Ecole

	A	B	C	D	E
	Ecole	Responsable Etudiants	Email	Téléphone	Autre Email
1					
2	CFA de la pharmacie				
3	EPF	Anne Mathieu / Margaux de Biasio	anne.mathieu@epf.fr margaux.debiasio@epf.fr	03.25.70.73.47 / 06.86.67.60.68 (Margaux)	
4	ESTP	Laëtitia Prost	lprost@estp-paris.eu		
5	Ecole privée d'esthétique et de coiffure Pariset				
6	IUT	Sarah Mocquery	sarah.mocquery@univ-reims.fr		bve@univ-reims.fr
7	IFSI	Ana Paula Guedes	ana-Paula.guedes@ch-troyes.fr		carole.mercadier@ch-troyes.fr
8	INSPE	Frédéric Castel	frederic.castel@univ-reims.fr	0684419258	
9	Lycée Saint-Joseph - La Salle	Fulbert Maillard	f.maillard@lasalle-troyes.fr	786008823 (S. Geoffroy)	contact@lasalle-troyes.fr s.geoffroy@lasalle-troyes.fr ce.0100022v@ac-reims.fr
10	Lycée Chrestien de Troyes				
11	Lycée Marie de Champagne	Samia Boulacheb	boulacheb.samia@gmail.com		
12	Lycée Edouard Herriot	Angelina Leseurre	angelina.leseurre@ac-reims.fr		
13	Lycée Jeanne Mance				forcontinue@jeannemance.org
14	Lycée Les lombards	Marjory Gerard	marjory.gerard@ac-reims.fr		frank.belmont@ac-reims.fr
15	Les compagnons du devoir				compagnonstroyes@compagnons-du-devoir.com
16	URCA	Alexandra Rousseaux Anne Jussiaume	alexandra.rousseau@univ-reims.fr anne.jussiaume@univ-reims.fr		
17	UTT	Franck Jacquemin	franck.jacquemin@utt.fr		
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					

+ ☰ Liste des écoles supérieures ▾ Associations fédératrices ▾ Répondable étudiant ▾ Contacts Académiques ▾

A1 - fx | Etablissement

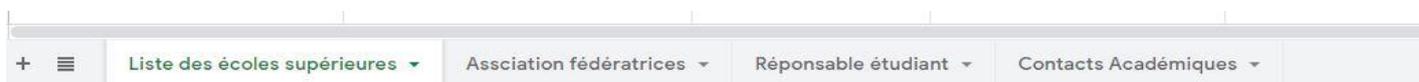
	A	B	C	D	E
	Etablissement	Nom	Rôle	Mail	Téléphone
1					
2	Crous Reims	Sandrine Cloarec	Directrice	sandrine.cloarec@crous-reims.fr	
3		Anthony Lhonneur	Respo CVEC	alhonneur@crous-reims.fr	03.26.50.59.13
4		France Chatoux-Leclerc	Directrice de l'antenne de Troyes	france.chatoux-leclerc@crous-reims.fr	06.46.42.15.30
5		Damien Regnard	Membre de l'antenne de Troyes	damien.regnard@crous-reims.fr	06.32.54.34.56
6		Nathalie Haran	Assistante sociale sur Troyes	nharan@crous-reims.fr	03.25.40.06.24
7		Sajia Ghiyati	Directrice du service social	sajia.ghiyati@crous-reims.fr	03.26.50.59.12
8		Arnaud Daboville	Directeur Délégué	arnaud.daboville@epf.fr	
9	EPF	Anne Mathieu	Respo vie étu	anne.mathieu@epf.fr	03.25.70.73.33
10		Anne Meunier	Respo Relations Internationales	anne.meunier@epf.fr	06.62.59.56.09
11	ESTP	Margaux De Biasio	Respo com	margaux.debiasio@epf.fr	03.25.70.73.47 / 06.86.67.60.68
12	ESTP	Laëtitia Prost	Responsable vie étudiante	lprost@estp-paris.eu	
13		Hugo Guillemet	Directeur	hguillemet@estp-paris.eu	
14	IFSI Troyes	Claude Bottella		claudette.botella@ch-troyes.fr	03.25.49.49.99
15	IUT	Martial Martin	Directeur	martial.martin@univ-reims.fr	
16	INSPE	Frédéric Castel	Responsable du site	frederic.castel@univ-reims.fr	06.84.41.92.58
17	Lycée des Lombards	Marjory Gérard	CPE	marjory.gerard@ac-reims.fr	
18	Lycée Saint-Joseph - La Salle	CARMAUX Brigitte	Professeur Com	b.carmaux@lasalle-troyes.fr	
19		GARNIER Gaëlle	Professeur Com	g.garnier@lasalle-troyes.fr	
20		GEOFFROY Sophie	Directrice Adjointe	s.geoffroy@lasalle-troyes.fr	07.86.00.88.23
21	Lycée Marie de Champagne	Samia Boulacheb	CPE	boulacheb.samia@gmail.com	03.25.71.78.00
22	URCA	Anne Jussiaume	Directrice 3C Troyes	anne.jussiaume@univ-reims.fr	
23		Guillaume Gelle	Président	guillaume.gelle@univ-reims.fr	
24		Alexandra Rousseaux	Responsable vie étudiante	alexandra.rousseau@univ-reims.fr	
25	UTT	Franck Jacquemin	Respo vie étu	franck.jacquemin@utt.fr	
26		Thomas Maurer	Directeur de la Formation	thomas.maurer@utt.fr	
27		Jérôme Plain	Directeur Adjoint	jerome.plain@utt.fr	
28		Pierre Koch	Directeur	pierre.koch@utt.fr	
29	Y'Schools	Michael Noblot	Directeur Adjoint	michael.noblot@yschools.fr	
30		Francis Becard	Directeur	francis.becard@yschools.fr	
31		Dounya Gharbage	Respo RI	dounya.gharbage@yschools.fr	07.63.01.76.34
32		Cédric Loison	Respo vie étu		06.80.23.19.52

+ ☰ Liste des écoles supérieures ▾ Associations fédératrices ▾ Répondable étudiant ▾ Contacts Académiques ▾

Explicatif de l'actualisation de la base de données

Après avoir analysé la base de données, j'ai commencé à la modifier en copiant celle-ci. J'ai gardé les mêmes couleurs et informations sauf que je les ai placées de manière à ce que l'ensemble soit cohérent et lisible.

Premièrement : J'ai séparé la base de données en quatre feuilles différentes ce qui permet d'avoir une meilleure optimisation de la base de données. La première feuille sert à voir toute la liste des établissements d'études supérieures avec l'adresse, le numéro de téléphone, le directeur et son e-mail ou l'e-mail de l'établissement. La deuxième feuille sert à donner les associations fédératrices de chaque établissement où l'on retrouve le nom, l'email, le président, son téléphone et son mail personnel ainsi que la date de changement de bureau. La troisième feuille permet de savoir qui est le responsable étudiant dans les différents établissements avec les informations de base et d'autres adresses mail qui étaient perdues dans l'ancienne base de données. En ce qui concerne la dernière feuille, j'ai inséré la base de données des contacts académiques qui était en lien en bas de la base de données initiale.



Deuxièmement : J'ai classé les différents établissements par ordre alphabétique pour avoir une meilleure visibilité et une facilité lors d'une recherche du contact.

A
Ecole
CFA de la pharmacie
EPF
ESTP
Ecole privée d'esthétique et de coiffure Pariset
IUT
IFSI
INSPE
Lycée Saint-Joseph - La Salle
Lycée Chrestien de Troyes
Lycée Marie de Champagne
Lycée Edouard Herriot
Lycée Jeanne Mance
Lycée Les lombards
Les compagnons du devoir
URCA
UTT

C33.2

09/12/2021

Document de justification

11.2.2

Troisièmement : J'ai ajouté les contacts qui n'étaient pas dans la base de données que j'ai obtenue lors de mon stage.

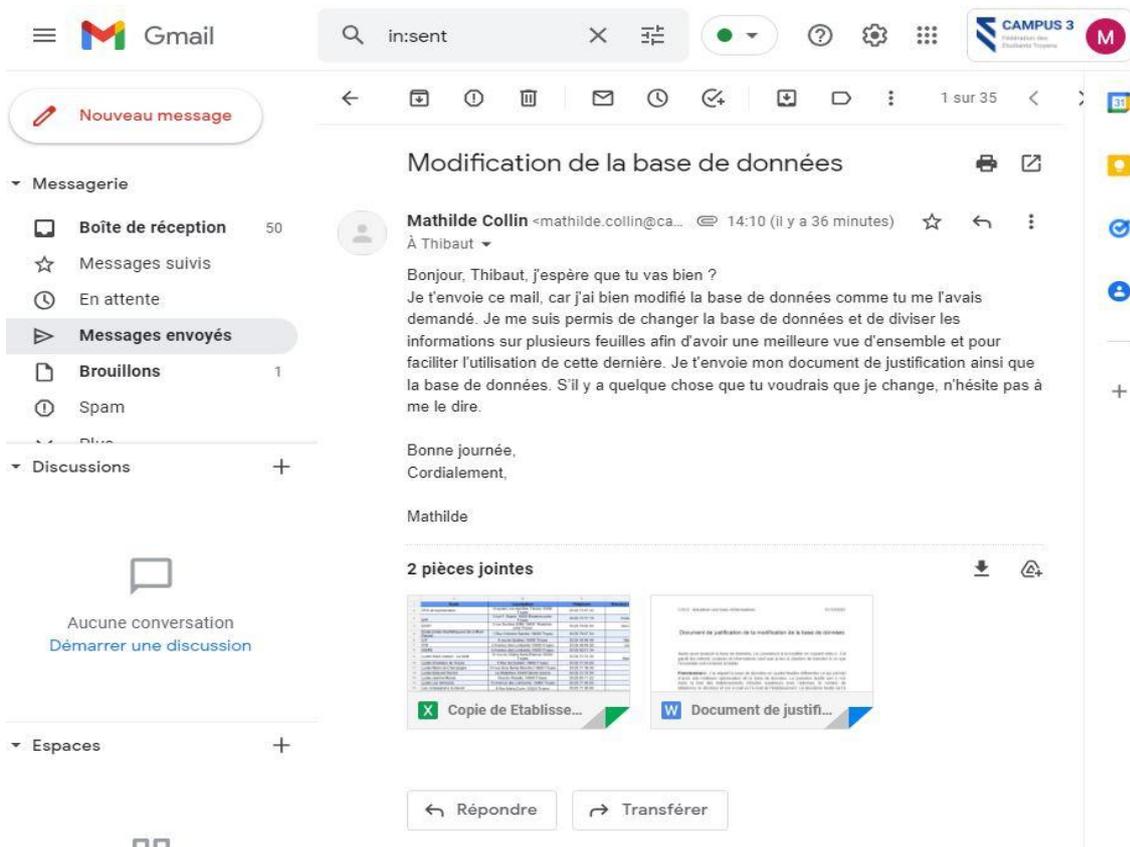
3	EPF	Anne Mathieu / Margaux de Biasio	anne.mathieu@epf.fr margaux.debiasio@epf.fr	03.25.70.73.47 / 06.86.67.60.68 (Margaux)
---	-----	----------------------------------	------------------------------------------------	----------------------------------------------

(ainsi que toutes les informations relatives à notre établissement et bien d'autres)

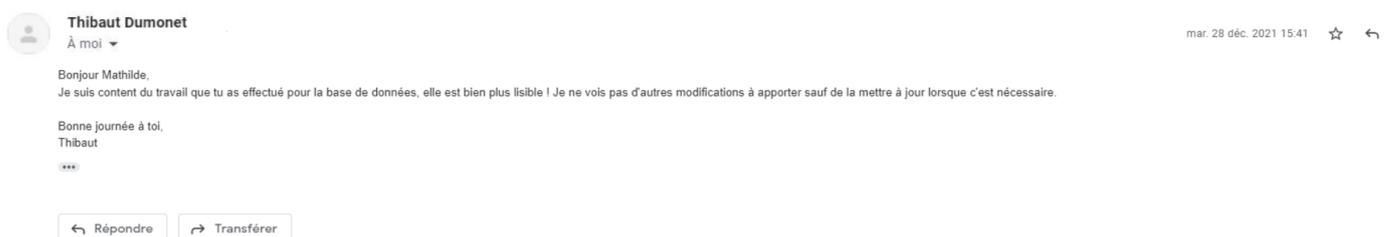
Au final, la base de données est beaucoup plus lisible qu'auparavant ce qui permet d'avoir une meilleure aisance pour rechercher des contacts. La base de données est importante pour réunir les contacts et permet d'avoir des échanges plus simples qui font partie du cercle de contact de l'association AGORAÉ.

Les utilisateurs concernés par la base de données ont été informés

Envoi de la base de données



Réponse reçue de la part de mon tuteur



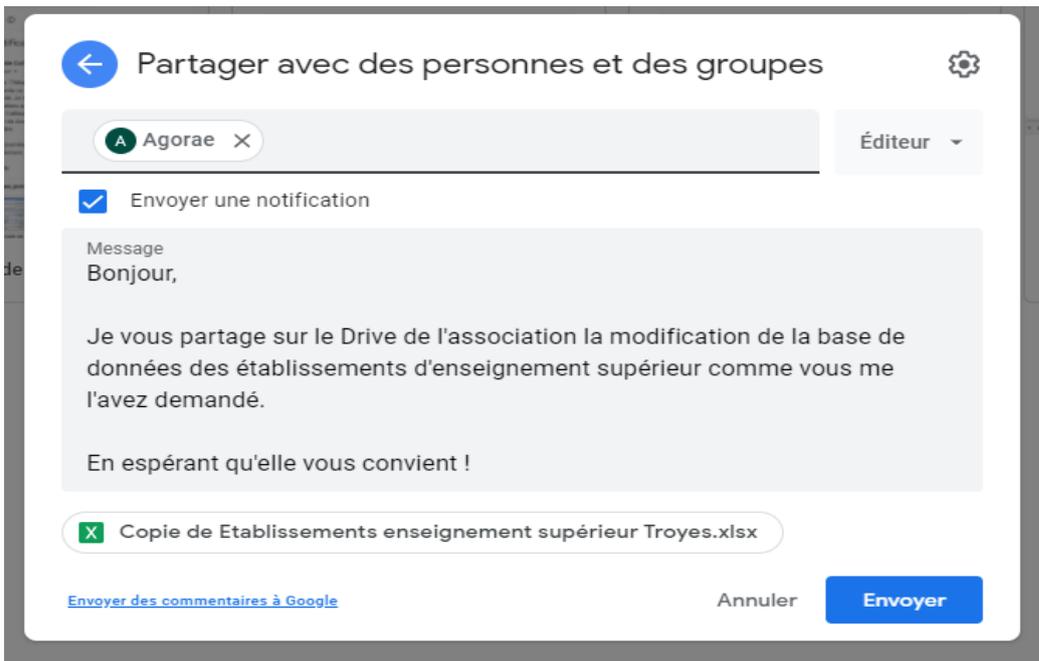
C33.2

10/12/2021

Les utilisateurs concernés par la base de données ont été informés

11.3.2

Partage de la base de données avec les autres membres de l'association





C34.2

Document de réflexion sur la sécurité de l'information

Site de l'ANSSI : <https://www.ssi.gouv.fr/>

Pour une entreprise, il y a plusieurs menaces d'après le site de l'ANSSI (Agence nationale de la sécurité des systèmes d'informations)



PRINCIPALES MENACES



La déstabilisation, l'espionnage, le sabotage et dans certaines conditions la cybercriminalité constituent les principales menaces traitées par le Centre de cyberdéfense.

Perpétrées par une large palette d'acteurs, de l'individu isolé à des organisations offensives étatiques, les attaques se limitent rarement à une seule technique. Si les tendances généralement observées attribuent plutôt la déstabilisation (défigurations, divulgations de données et prises de contrôle) aux hacktivistes, le rançongiciel et l'hameçonnage aux cybercriminels, l'espionnage aux concurrents et aux États, on constate aussi que des attaques simples peuvent être le fait d'États et des attaques complexes le fait de groupuscules ou de structures criminelles organisées.

Les conséquences des attaques concernent une multiplicité d'enjeux. La portée financière dépasse de très loin des postes informatiques à remplacer ou des systèmes à repenser intégralement. Dénis de service, défigurations, exfiltrations et divulgations de données, prises de contrôle d'un système informatique : la crédibilité de l'organisation victime est en jeu... Ces quatre types d'attaques très employés par les hacktivistes visent essentiellement à porter atteinte à l'image de leur cible. Bien souvent, les attaques sont revendiquées en temps réel sur les réseaux sociaux ou des sites spécialisés.

La combinaison d'une attaque informationnelle (exploitation des réseaux sociaux pour amplifier) avec une attaque informatique maximise cette recherche d'atteinte à l'image.

Si elles sont souvent le fait d'hacktivistes, ces attaques sont parfois également commises, voire organisées pour les mêmes raisons de recherche d'atteinte à l'image ou de décrédibilisation de leur cible par des concurrents, des employés mécontents, voire par des organisations étatiques.

Pour réaliser leur objectif, les attaquants choisissent différents types d'attaque selon le niveau de protection de leur cible et le contexte.

UNE FINALITÉ VOIRE UN PRÉALABLE : LA PRISE DE CONTRÔLE DU SYSTÈME

La prise de contrôle à distance d'un système informatique reste une finalité voire un préalable de nombreuses attaques informatiques constatées par l'ANSSI. En cas de révélation publique d'un tel événement, l'atteinte à l'image et à la crédibilité est également préjudiciable à sa victime.

L'attaquant exploite des vulnérabilités généralement bien connues ainsi que les faiblesses de la sécurité des systèmes informatiques : mauvaise configuration, non-application des mises à jour de l'éditeur..., qui constituent une surface d'exposition importante aux attaques.

À voir aus

- > Déstabilisation
- > Espionnage
- > Sabotage
- > Cybercriminalité
- > Comment se prémunir c

Pour aller plu

- > Le Centre de cyberdéfer,
- > Profils et portraits du Ce cyberdéfense
- > Analyse de la menace
- > Evaluer notre niveau d'e menace cyber

ANSSI | Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information

[in](#)
[d](#)
[t](#)
[g](#)
[v](#)
[DECLARATION VULNERABILITE](#)
[EN CAS D'INCIDENT](#)
[ALERTES](#)
[PRESSE](#)
[RECRUTEMENT](#)

[PRINCIPALES MENACES](#)
[PRECAUTIONS ELEMENTAIRES](#)
[REGLEMENTATION](#)
[VISA DE SECURITE](#)
[BONNES PRATIQUES](#)
[FORMATIONS](#)
[MANAGEMENT DU RISQUE](#)
[GLOSSAIRE](#)

[DESTABILISATION](#)
[ESPIONNAGE](#)
[SABOTAGE](#)
[CYBERCRIMINALITE](#)
[COMMENT SE PREMUNIR DE CES MENACES ?](#)
[ANALYSE DE LA MENACE](#)
[EXPOSITION A LA MENACE](#)

ENTREPRISE > PRINCIPALES MENACES > COMMENT SE PREMUNIR DE CES MENACES ?

COMMENT SE PREMUNIR DE CES MENACES ?



L'application des mesures d'hygiène préconisées par l'ANSSI, auxquelles le Centre de cyberdéfense a contribué en apportant son expérience opérationnelle, concourt à se prémunir des menaces les plus courantes.

La quasi-totalité des autres pourraient être évitées en exploitant de façon plus approfondie les guides et recommandations de l'agence.

Au quotidien, les principales lacunes de sécurité constatées par le Centre de cyberdéfense sont :

- des systèmes et des applications, dont les sites Web, qui ne sont pas à jour de leurs correctifs de sécurité
- une politique de gestion des mots de passe insuffisante (mots de passe par défaut ou trop simples et non renouvelés régulièrement...)
- une absence de séparation des usages entre utilisateur et administrateur des réseaux
- un laxisme manifeste dans la gestion des droits d'accès
- une absence de surveillance des systèmes d'information (analyse des journaux réseaux et de sécurité)
- un cloisonnement insuffisant des systèmes qui permet à une attaque de se propager au sein des réseaux
- une absence de restrictions d'accès aux périphériques (supports USB...)
- une ouverture excessive d'accès externes incontrôlés au système d'information (nomadisme, télétravail ou télé administration des systèmes)
- une sensibilisation et une maturité insuffisantes des utilisateurs et des dirigeants face à la menace dont ils ne perçoivent pas les risques.

À voir aussi

- > [Précautions élémentaires](#)
- > [Bonnes pratiques](#)

Pour aller plus loin

- > [Le Centre de cyberdéfense](#)
- > [Profils et portraits du Centre de cyberdéfense](#)
- > [En cas d'incident](#)

ANSSI | Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information

[in](#)
[d](#)
[t](#)
[g](#)
[v](#)
[DECLARATION VULNERABILITE](#)
[EN CAS D'INCIDENT](#)
[ALERTES](#)
[PRESSE](#)
[RECRUTEMENT](#)

[PRINCIPALES MENACES](#)
[PRECAUTIONS ELEMENTAIRES](#)
[REGLEMENTATION](#)
[VISA DE SECURITE](#)
[BONNES PRATIQUES](#)
[FORMATIONS](#)
[MANAGEMENT DU RISQUE](#)
[GLOSSAIRE](#)

[DESTABILISATION](#)
[ESPIONNAGE](#)
[SABOTAGE](#)
[CYBERCRIMINALITE](#)
[COMMENT SE PREMUNIR DE CES MENACES ?](#)
[ANALYSE DE LA MENACE](#)
[EXPOSITION A LA MENACE](#)

ENTREPRISE > PRINCIPALES MENACES > EVALUER NOTRE NIVEAU D'EXPOSITION A LA MENACE CYBER

EVALUER NOTRE NIVEAU D'EXPOSITION A LA MENACE CYBER



Dans le but d'améliorer la sécurité de l'Internet en France, l'ANSSI, autorité nationale de la sécurité des systèmes d'information, effectue régulièrement des « scans réseaux » sur Internet.

Ces scans réseaux ont pour objectif de réduire le nombre d'équipements susceptibles d'être exploités par des attaquants informatiques. Ils permettent d'évaluer la surface d'attaque des services exposés sur Internet, de contrôler que des vulnérabilités connues n'affectent pas ces services ou d'identifier ceux qui peuvent être utilisés pour participer involontairement à une attaque en déni de service (voir rubrique scan DDoS : <https://www.cert.ssi.gouv.fr/scans-antiddos/>)

Certains scans sont réalisés de façon récurrente par l'Agence. Ils permettent de disposer d'une cartographie des services proposés sur Internet d'en mesurer l'évolution et d'être ainsi en mesure de pouvoir évaluer rapidement le niveau d'exposition face à certaines menaces.

D'autres scans sont conduits ponctuellement. Ils ont pour objectifs d'identifier le niveau d'exposition à certaines vulnérabilités connues et de suivre la mise en œuvre de leurs correctifs.

Ces scans réseaux permettent en outre à l'ANSSI d'alerter les propriétaires de services vulnérables soit directement, soit grâce au concours des opérateurs de communications électroniques (cf. [article L. 33-14 alinéa 5 du CPCPE](#)).

Liens externes

- > [Scans réseaux](#)
- > [Scans anti-DDoS](#)

C34.2

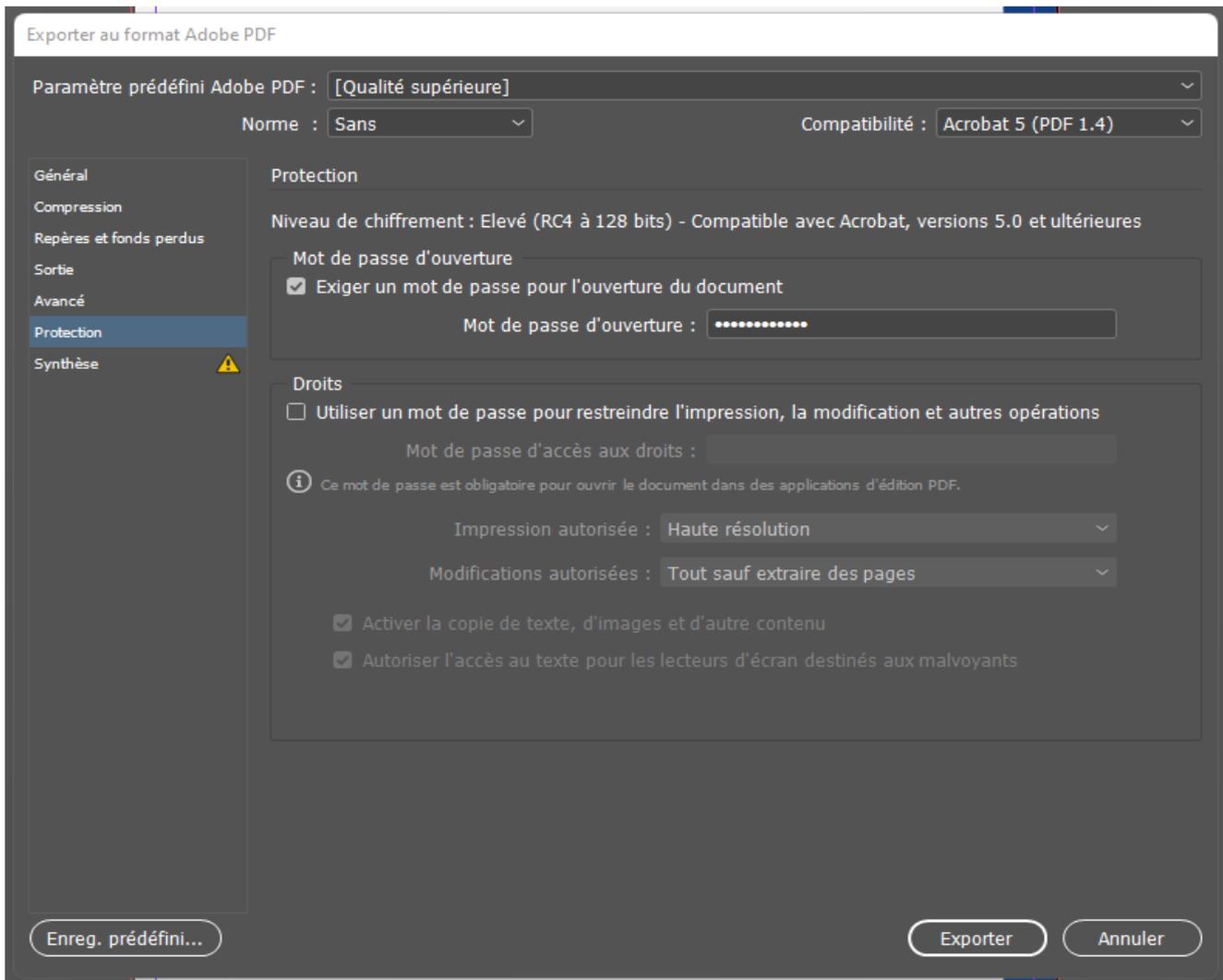
15/12/2021

Création d'un mot de passe

12.2.1

Création du mot de passe

Création du mot de passe du document qui reprend les identifiants et mot de passe de LinkedIn sur Indesign. Ce document sera accessible seulement pour mon tuteur et le président de l'AGORAÉ.





Attestations

Attestations

Premier stage



LOGO DE L'ORGANISME D'ACCUEIL

ATTESTATION DE STAGE

à remettre à la ou au stagiaire à l'issue du stage

ORGANISME D'ACCUEIL

Nom ou dénomination sociale :
 ...AGORAÉ Campus3.....
 Adresse : ...1.rue.de.Jargondis,,10000,,Troyes.....
 ☎ : ..06.59.37.41.36.....

Certifie que

LA OU LE STAGIAIRE

Nom : COLLIN..... Prénom : Mathilde..... Sexe : F M Né.e le : 04 / 05 / 2001
 Adresse :
 ☎ : ..0632897986..... Miel : ..collin.mathilde04@gmail.com.....

ÉTUDIANT.E EN (intitulé de la formation ou du cursus de l'enseignement supérieur suivi par le ou la stagiaire) :
 ...1ère année de BTS communication.....
AU SEIN DE (nom de l'établissement d'enseignement supérieur ou de l'organisme de formation) :
 ...groupe.Saint.Joseph.La.Salle.Troyes.....

a effectué un stage prévu dans le cadre de ses études

DURÉE DU STAGE

Dates de début et de fin du stage : **Du** 10/05/2021..... **au** 02/07/2021.....
 Représentant une **durée totale** de8..... nombre de semaines / **de mois** (rayer la mention inutile).

La durée totale du stage est appréciée en tenant compte de la présence effective de la ou du stagiaire dans l'organisme, sous réserve des droits à congés et autorisations d'absence prévus à l'article L.124-13 du code de l'éducation (art. L.124-18 du code de l'éducation). Chaque période au moins égale à 7 heures de présence consécutives ou non est considérée comme équivalente à un jour de stage et chaque période au moins égale à 22 jours de présence consécutifs ou non est considérée comme équivalente à un mois.

MONTANT DE LA GRATIFICATION VERSÉE À LA OU AU STAGIAIRE

La ou le stagiaire a perçu une gratification de stage pour un **montant total** de0..... €

L'attestation de stage est indispensable pour pouvoir, sous réserve du versement d'une cotisation, faire prendre en compte le stage dans les droits à retraite. La législation sur les retraites (loi n°2014-40 du 20 janvier 2014) ouvre aux étudiants dont le stage a été gratifié la possibilité de faire valider celui-ci dans la limite de deux trimestres, sous réserve du versement d'une cotisation. La demande est à faire par l'étudiant(e) dans les deux années suivant la fin du stage et sur présentation obligatoire de l'attestation de stage mentionnant la durée totale du stage et le montant total de la gratification perçue. Les informations précises sur la cotisation à verser et sur la procédure à suivre sont à demander auprès de la Sécurité sociale (code de la Sécurité sociale art. L.351-17 – code de l'éducation art..D.124-9).

FAIT À Troyes..... LE 13/09/2021

Nom, fonction et signature du ou de la représentant.e de l'organisme d'accueil
Dumonet Thibaut
 Responsable communication




Attestations

Premier stage

Fiche bilan de stage en communication

Nom Prénom de l'étudiant(e) : COLLIN Mathilde Dates stages : 10/05/2021 au 02/07/2021
 Entreprise : AGORAÉ Campus3
 Tuteur : DUMONET Thibaut Professeur Référent : GEOFFROY Sophie

Tâches réalisées

- Création d'affiches ayant pour but de faire connaître l'association.
- Recherche et prise de contact avec les écoles d'enseignement supérieur Troyenne pour afficher les affiches.
- Création de flyers pour des collectes et pour faire connaître l'association.

Attitude et comportement général

	T _{Bien}	B _{ien}	P _{assable}	I _{nsuffisant}	Remarques
Intégration dans l'équipe	✓				
Assiduité et ponctualité	✓				
Présentation (comportement et tenue)	✓				
Motivation / Dynamisme	✓				
Aisance relationnelle		✓			
Curiosité	✓				
Confiance en soi		✓			

Professionalisme

Sens des responsabilités	✓				
Autonomie, initiative	✓				
Adaptabilité		✓			
Capacité à mettre en œuvre des démarches professionnelles	✓				
Qualité du travail	✓				
Organisation dans son travail		✓			
Rigueur et méthode		✓			

Appréciation générale

Mathilde a été sérieuse et curieuse durant tout son stage, proposant ainsi de nombreuses bonnes idées.

Signature et cachet du tuteur




Attestations

Deuxième stage

LOGO DE L'ORGANISME D'ACCUEIL

ATTESTATION DE STAGE

à remettre à la ou au stagiaire à l'issue du stage

ORGANISME D'ACCUEIL

Nom ou dénomination sociale :

..AGORAÉ Campus3.....

Adresse : ..1.rue.de.Jargondis,,10000,,Troyes.....

☎ : ..06.59.37.41.36.....

Certifie que

LA OU LE STAGIAIRE

Nom : COLLIN..... Prénom : Mathilde..... Sexe : F M Né.e le : 04 / 05 / 2001

Adresse :

☎ : 0632897986..... Miel : collin.mathilde04@gmail.com.....

ÉTUDIANT.E EN (intitulé de la formation ou du cursus de l'enseignement supérieur suivi par le ou la stagiaire) :

..1ère année de BTS communication.....

AU SEIN DE (nom de l'établissement d'enseignement supérieur ou de l'organisme de formation) :

..groupe.Saint.Joseph.La.Salle.Troyes.....

a effectué un stage prévu dans le cadre de ses études

DURÉE DU STAGE

Dates de début et de fin du stage : Du 08/11/2021..... au 17/12/2021.....

Représentant une **durée totale** de6..... nombre de semaines / ~~de mois~~ (rayer la mention inutile).

La durée totale du stage est appréciée en tenant compte de la présence effective de la ou du stagiaire dans l'organisme, sous réserve des droits à congés et autorisations d'absence prévus à l'article L.124-13 du code de l'éducation (art. L.124-18 du code de l'éducation). Chaque période au moins égale à 7 heures de présence consécutives ou non est considérée comme équivalente à un jour de stage et chaque période au moins égale à 22 jours de présence consécutifs ou non est considérée comme équivalente à un mois.

MONTANT DE LA GRATIFICATION VERSÉE À LA OU AU STAGIAIRE

La ou le stagiaire a perçu une gratification de stage pour un **montant total** de0..... €

L'attestation de stage est indispensable pour pouvoir, sous réserve du versement d'une cotisation, faire prendre en compte le stage dans les droits à retraite. La législation sur les retraites (loi n°2014-40 du 20 janvier 2014) ouvre aux étudiants dont le stage a été gratifié la possibilité de faire valider celui-ci dans la limite de deux trimestres, sous réserve du versement d'une cotisation. La demande est à faire par l'étudiant(e) dans les deux années suivant la fin du stage et sur présentation obligatoire de l'attestation de stage mentionnant la durée totale du stage et le montant total de la gratification perçue. Les informations précises sur la cotisation à verser et sur la procédure à suivre sont à demander auprès de la Sécurité sociale (code de la Sécurité sociale art. L.351-17 – code de l'éducation art..D.124-9).

FAIT À ..Troyes..... LE ..17/12/2021

Nom, fonction et signature du ou de la représentant.e de l'organisme d'accueil
Dumonet Thibaut
Responsable communication




AGORAÉ
TROYES
Association loi 1901
SIRET: 838 963 897 00018
1 rue de Jargondis
10 000 Troyes
agorae@campus3.fr



Groupe Saint Joseph
La Salle Troyes
Prêtres des Ecoles Catholiques



campus
La Salle

Attestations

Deuxième stage

Fiche bilan de stage en communication

Nom Prénom de l'étudiant(e) : Mathilde COLLIN Dates stages : 08/11/2021 au 17/12/2021
 Entreprise : AGOARé Campus3
 Tuteur : Thibaut DUMONET Professeur Référent : Sophie GEOFFROY

Tâches réalisées

- Finalisation des affiches informatives et des flyers de l'AGORAÉ.
- Prise de contact avec les écoles supérieures de Troyes pour avoir l'autorisation d'afficher.
- Prise de contact avec des acteurs de la vie Troyenne (supermarchés, auto-écoles, boutiques, tiers-lieux, etc) pour avoir l'autorisation d'afficher.
- Mise à jour du site internet de l'AGORAÉ.
- Demande de devis auprès d'imprimeurs.

Attitude et comportement général

	TB _{ien}	B _{ien}	P _{assable}	I _{nsuffisant}	Remarques
Intégration dans l'équipe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Assiduité et ponctualité	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Présentation (comportement et tenue)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Motivation / Dynamisme	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Aisance relationnelle	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Curiosité	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Confiance en soi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Professionalisme

Sens des responsabilités	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Autonomie, initiative	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Adaptabilité	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Capacité à mettre en œuvre des démarches professionnelles	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Qualité du travail	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Organisation dans son travail	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Rigueur et méthode	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Appréciation générale

Mathilde est maintenant parfaitement intégrée dans l'équipe et a su délivrer un travail d'excellente qualité tout au long de son stage.

Signature et cachet du tuteur