

# **Recommandation de communication - Les talents de l'IUT**

## **Les étudiants**

- Wilem Akli
- Falou Badiane
- Amîn Benamaouche
- Baptiste Cateland Wambre

*IUT de Cergy Pontoise, BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet, 1<sup>er</sup> année, TPI  
SAÉ 1.02 : Recommandation de communication numérique*



<b>Contexte</b>	<b>3</b>
<b>Cibles, objectifs et problématique</b>	<b>4</b>
Cibles	4
Objectifs	4
Problématique	5
Positionnement	5
<b>Brief de communication</b>	<b>5</b>
<b>Les actions de communication</b>	<b>6</b>
Semaine S-5 (5 au 9 février) — Annonce de l'événement	6
Une page web sur le site de l'université	6
Teaser vidéo	6
Affiches	6
Semaine S-4 à S-1 (12 février au 8 mars) — Avant	7
Posts Réseaux Sociaux	7
Invitation d'une personnalité	7
Covoiturage	7
Annonce Moodle	7
Semaine S-0 à S+1 (11 au 22 mars) — Après	8
Flyers numériques	8
Photos et vidéos des participants	8
Aftermovie	8
<b>Calendrier d'actions</b>	<b>9</b>
<b>Plan média</b>	<b>10</b>
<b>Budget de communication</b>	<b>11</b>
<b>Méthode d'évaluation de performance</b>	<b>11</b>
Participation et Fréquentation :	12
Pré - événement	12
Durant l'événement	12
Satisfaction des Participants :	12
Engagement sur les Médias Sociaux :	12
<b>Conclusion</b>	<b>13</b>
<b>Annexe</b>	<b>14</b>

# Contexte

Commandité par Madame Bagheri, Madame Meyer et la direction de l'IUT de Cergy Pontoise, cette recommandation de communication vise le Festival des Talents de l'IUT 2024.

Ce festival regroupe les neuf départements, répartis sur les quatre sites de l'IUT, afin de promouvoir la rencontre entre les étudiants de l'IUT, les professionnels et les artistes. C'est un temps d'échange qui vise à valoriser les aptitudes et les projets des étudiants.

Pour rappel, voici les 4 sites et départements de l'IUT :

Sites	Départements
Sarcelles	Métiers du Multimédia et de l'Internet Métiers de la Transition et de l'Efficacité Énergétique Génie Électrique et Informatique Industrielle Techniques de commercialisation
Pontoise - Saint-Martin	Génie Biologique Techniques de commercialisation
Neuville	Génie Électrique et Informatique Industrielle Génie Civil et Construction Durable
Argenteuil	Management de la Logistique et des Transports Qualité Logistique et Industrielle de l'Organisation

Ce festival sera sous la forme d'une journée, vendredi 15 mars 2024, sur le site de Sarcelles.

Environ 600 à 700 personnes sont attendues, que ce soit des étudiants, des enseignants, des professionnels et plus.

# Cibles, objectifs et problématique

## Cibles

<b>Cœur de cible</b>	Étudiants de l'IUT de Cergy-Pontoise sur le site de Sarcelles des 4 départements (MMI, MT2E, GEII, TC)
<b>Cible principale</b>	Étudiants de l'IUT de Cergy-Pontoise des 9 départements (MMI ; MT2E ; GEII dont ESA ; TC ; Génie Biologique ; Génie Civil et Construction Durable ; Management de la Logistique et des Transports ; Qualité Logistique et Industrielle de l'Organisation) des 4 sites de l'IUT (Sarcelles ; Pontoise - Saint-Martin ; Neuville ; Argenteuil)
<b>Cibles secondaires</b>	Professionnels des secteurs des 9 départements Personnalités publiques en lien avec l'enseignement universitaire, les 9 départements, l'innovation, l'éloquence, l'art et la culture ou les villes des 4 sites Professeurs, direction et administration de l'IUT
<b>Cible relais</b>	Professeurs, étudiants et anciens étudiants ayant de la visibilité sur les réseaux sociaux Influenceurs, personnalités, élus locaux Presse locale

## Objectifs

- Donner du rayonnement au festival au sein de l'IUT
- Créer une rencontre, un partage d'idée lors d'une journée qui rassemble
- Soutenir les initiatives culturelles, sociales et associatives des étudiants
- Faire vivre l'art et la culture au sein de l'IUT
- Créer du lien social entre des étudiants répartis sur différents sites

**Objectif final :** Faire venir entre 400 et 500 étudiants au Festival des Talents de l'IUT pour le 15 mars 2024 afin qu'ils puissent vivre la rencontre entre eux, valoriser leurs initiatives.

## Problématique

Comment susciter l'engouement et communiquer sur le festival «Les Talents de l'IUT», auprès des cibles visées ?

## Positionnement

Nous souhaitons axer la communication du festival autour de plusieurs idées :

- Accessible
- Convivial
- Cohésion
- Rencontre
- Valorisant

## Brief de communication

*“Le Festival « Les Talents de l'IUT » est un événement de rencontre entre étudiants de l'IUT, professionnels et artistes. Pour sa 1<sup>re</sup> édition, le festival se déroulera le 15 mars sur le site de Sarcelles. Véritable temps de cohésion, il vise à valoriser les aptitudes artistiques, culturelles et sociales de nos étudiants et à développer leurs projets en regroupant le temps d'une journée les étudiants de nos quatre sites (9 départements) : Argenteuil, Sarcelles, Neuville et Cergy. Ce temps qui se veut festif sera l'occasion d'améliorer la vie étudiante au sein de l'IUT en faisant de l'inclusion, la diversité, le lien social les valeurs de cette rencontre.”*

BRIEF étudiant

Le premier enjeu du projet Festival est de faire de ce festival, un événement convivial, bienveillant, mais surtout professionnalisant. Le Festival “Les Talents de l'IUT” est une réelle opportunité pour les étudiants de venir à la rencontre de professionnels en lien avec les métiers de l'IUT et d'élargir leur réseau. De plus, des partenariats avec le Festival “Les talents de l'IUT”, peuvent tendre à d'éventuelles autres collaborations avec notre département, en général. Le second enjeu sera de développer la visibilité et la notoriété du Festival. Il s'agit de la première édition du Festival “Les Talents de l'IUT”. Un enjeu de taille également est de réussir à créer un événement notoire,

c'est-à-dire qui se reproduira d'année en année. Et qui sera également vu par les étudiants comme l'événement qui offre des opportunités professionnelles. On peut ajouter à cela, l'enjeu de créer des relations école/partenaires solides et viables. Créer des liens avec les entreprises, les organismes et entités du secteur, est un enjeu essentiel pour ce projet et permettra d'agrandir le réseau du département. À noter que la présence de certains partenaires à l'événement pourra permettre au Festival de gagner en visibilité, en notoriété et surtout en crédibilité. À travers cet événement qui vise à mettre en avant des projets étudiants, nous avons l'objectif de valoriser l'enseignement de qualité au sein de l'IUT. Nous devons également créer une identité visuelle au Festival à partir de la charte graphique de l'IUT de Cergy.

## **Les actions de communication**

### **Semaine S-5 (5 au 9 février) — Annonce de l'événement**

#### **Une page web sur le site de l'université**

Nous allons créer une page web sur le site de l'IUT pour expliquer le fonctionnement et les catégories, avec éventuellement un lien pour s'inscrire en tant que participant.

Cette page Web sera disponible dès le début des actions de communication, et sera disponible jusqu'à la fin de l'événement, ou de manière permanente.

#### **Teaser vidéo**

Création d'un teaser pour annoncer l'événement. Il sera réalisé avec des prises de vues réelles, d'une durée d'environ une minute. Le format de l'image sera adapté en fonction du support (format vertical pour les réseaux sociaux, format horizontal pour la page web par exemple).

Ce teaser sera diffusé sur la page Instagram, la page LinkedIn, et le site Web de l'IUT. Il sera également mis en pièce jointe des différents e-mails annonçant l'évènement.

#### **Affiches**

La communication passera par ailleurs par la création d'affiches disposées sur les différents sites de l'IUT de Cergy-Pontoise. Ces affiches seront imprimées à l'aide du Fablab présent sur le site de Sarcelles.

Les affiches seront imprimées en format kakemono afin de renforcer leur visibilité, disposés à des endroits stratégiques, tels que les entrées, les espaces de détente, la Bibliothèque Universitaire.

## **Semaine S-4 à S-1 (12 février au 8 mars) — Avant**

### **Posts Réseaux Sociaux**

Durant la période de communication autour de l'événement, des posts sur les réseaux sociaux seront réalisés de manière régulière : une fois par semaine pour la semaine S-4 à S-2, puis deux fois par semaine lorsque le Festival se rapproche.

La publication de story sur la page Instagram de l'IUT sera également de vigueur. Cela servira à alimenter l'événement ainsi qu'à produire des images de communication pour les années suivantes

### **Invitation d'une personnalité**

Afin de promouvoir l'IUT, les étudiants et leurs talents auprès d'une personnalité et son audience, nous allons inviter une ou plusieurs personnalités, liées aux différentes villes des sites de l'IUT ou qui exercent dans un des secteurs des neuf départements.

Cela peut être un influenceur, un professionnel ou un élu local (maire, adjoint au maire, élu départemental, conseiller régional ou député).

Il sera important de définir clairement le rôle et ses prises de paroles pour garantir la mise en avant des talents des étudiants et non cette personnalité.

### **Covoiturage**

Alors que les transports en commun depuis les trois autres sites de l'IUT vers le site de Sarcelles (1 h 20 depuis Pontoise, 1 h 30 depuis Neuville, 1 h 25 depuis Argenteuil), cela pose un véritable problème pour la venue des étudiants. Ainsi, nous allons mettre en avant le covoiturage dans notre communication. En s'appuyant sur l'impact sur leur empreinte environnementale et les actions sociales.

### **Annonce Moodle**

Dans le but d'atteindre au maximum les étudiants de l'IUT, nous avons pour projet de mettre en place une bannière sur la plateforme [cours.cyu.fr/](https://cours.cyu.fr/). Cette action permettra de toucher directement tous les étudiants de l'IUT de Cergy-Pontoise de manière immédiate.

Le message de cette action est simple, faire venir les visiteurs pour le festival, nous avons donc réalisé un prototype de bannière, en respectant la charte graphique de CY Cergy Paris Université.

Prototype :



## Semaine S-0 à S+1 (11 au 22 mars) — Après

### Flyers numériques

Pour diffuser les informations pratiques sur l'événement, nous allons proposer des QR codes avec qui redirigeront vers des affiches sur le téléphone des visiteurs.

Cela permettra d'avoir les avantages des flyers, c'est-à-dire proposer de l'information simplement, que le lecteur peut avoir très facilement sur lui. Et en même temps d'éviter les désavantages, autrement dit le coût économique et écologique du support.

### Photos et vidéos des participants

Durant la durée de l'événement, plusieurs captations photos et vidéos des participants seront prises, en demandant leur accord, bien entendu.

Ces différentes images permettront aux participants de garder un souvenir de leur prestation, ainsi que de pouvoir les montrer sur les différentes plateformes de l'IUT.

### Aftermovie

À la suite de l'événement, nous réaliserons une vidéo d'environ trois minutes, à partir des rushs pris pendant l'événement. Cela permettra de partager de l'expérience aux personnes qui n'ont pas pu accéder au festival du 15 mars, mais qui étaient intéressées. Cela permettra également de garder une trace des travaux et des prestations afin de servir la communication pour l'année suivante.



# Calendrier d'actions

Vous pouvez consulter le calendrier d'action sur ce lien : [📅 Calendrier d'action](#) ou voir l'annexe en bas de document

## Plan média

Lien vers le google sheet : [📅 Calendrier d'action](#) ou voir l'annexe en bas de document

## Budget de communication

Aucun budget n'a été attribué à la communication. Le budget du festival sera utilisé pour d'autres éléments (prix, traiteur, récompense).

Lien vers le Google Sheets : [📅 Calendrier d'action](#)

Budget		
Action	Budget alloué	Commentaire
Teaser, Aftermovie	0,00 €	Matériel et licences déjà pris en charge
Mails	0,00 €	Aucune dépense nécessaire
Annonce Moodle	0,00 €	Aucune dépense nécessaire
Affiches	0,00 €	Pris en charge par le Faclab
Page web	0,00 €	Aucune dépense nécessaire
Posts RS	0,00 €	Aucune dépense nécessaire
Recherche personnalité	0,00 €	Aucune dépense nécessaire
Covoiturage	0,00 €	A priori aucune dépense ne sera à engager.
Flyers numériques	0,00 €	Aucune dépense nécessaire
Évaluation	0,00 €	Aucune dépense nécessaire
<b>TOTAL</b>	<b>0,00 €</b>	

# Méthode d'évaluation de performance

Évaluer et mesurer la performance d'un festival universitaire peut être réalisé à travers une combinaison de mesures qualitatives et quantitatives, ainsi que des outils tels que des sondages de satisfaction. Voici quelques propositions pour évaluer et mesurer la performance d'un festival universitaire :

## Participation et Fréquentation :

### Pré - événement

Pour mesurer la participation et la fréquentation de l'événement, il sera possible de réaliser un formulaire en ligne, comme pour les journées portes ouvertes, afin de recueillir un nombre approximatif de visiteurs (mesure quantitative).

Ensuite, on pourra leur demander, dans le même formulaire, leur département, le site de leur IUT, leur âge et éventuellement les projets qu'ils pourront présenter (mesure qualitative).

### Durant l'événement

Durant l'événement, nous récolterons le nombre de personnes via différents moyens, le nombre de participants sera établi avec des inscriptions avant la tenue de l'événement. Nous pourrons ensuite mettre en place des feuilles d'émargement en fonction du département, du métier ou pour les visiteurs extérieurs.

Cela permettra de pouvoir récolter, en plus du nombre de visiteurs et de participants, des parts quant à leur situation.

## Satisfaction des Participants :

Sondages : Conduire des sondages de satisfaction auprès des participants pour évaluer leur expérience globale.

Témoignages : Recueillir des témoignages et des retours écrits sur les points forts et les points faibles du festival.

## Engagement sur les Médias Sociaux :

Afin de mesurer le trafic sur les réseaux sociaux, il sera nécessaire d'analyser le nombre de réactions sur les différents posts : partages, "j'aime", republications, etc...

Nous pouvons ensuite mettre en place des Hashtags liés au festival pour suivre le trafic sur les Médias Sociaux. Voici quelques propositions :

#Lestalentsdel'IUT #festivalIUTCY #CYTalent

## Conclusion

Par ces différentes actions de communication, nous souhaitons donc atteindre en priorité les étudiants de l'IUT de Cergy-Pontoise sur une journée qui rassemble, prônant partage et diversité des profils.

Les actions de communications sont réalisées principalement par médias numériques en rapport avec l'IUT (site de l'IUT, réseaux sociaux, bannière plateforme pédagogique) et en print sur les quatres sites de l'IUT de Cergy-Pontoise (affiches, kakemono).

Les actions sont divisées selon trois grandes parties :

- pré-événement
- durant l'événement
- post-événement

Nous espérons pouvoir donner vie à ce festival, tout en faisant en sorte que nos cibles se sentent toutes concernées.

**ASAF.FONT**

## CALENDRIER D'ACTION

Action	Semaine	Temps estimé (en jours)	Date de début	Date butoire	Responsable	État	Outils spécifiques	Janvier							Février							Mars																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
								Semaine - 7 25 26 27 28	Semaine - 6 29 30 31 01 02 03 04	Semaine - 5 05 06 07 08 09 10 11	Semaine - 4 12 13 14 15 16 17 18	Semaine - 3 19 20 21 22 23 24 25	Semaine - 2 26 27 28 29 01 02 03	Semaine - 1 04 05 06 07 08 09 10	Semaine - 0 11 12 13 14 15 16 17	Semaine + 1 18 19 20 21 22 23 24																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Ce calendrier reste une estimation, que ce soit pour les dates ou les temps de travaux.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Teaser	S-6	10	30/01	08/02	Baptiste / Vidéo	Pas commenc																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									

# PLAN MÉDIA

Action	Précisions	Février																								Mars																										
		Semaine - 6				Semaine - 5						Semaine - 4						Semaine - 3						Semaine - 2				Semaine - 1						Semaine - 0						Semaine + 1												
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Affiches																																																				
Kakemono		160cm x 60cm																																																		
Médias																																																				
Instagram		Post hebdomadaires																																																		
X (Twitter)		Post hebdomadaires																																																		
LinkedIn		Post hebdomadaires																																																		
Moodle		Bannière																																																		
Mails		3 mails																																																		
Youtube		teaser durée court																																																		
Presse		Article pré-événement																																																		