

# Concevoir

## AC2104 : Mettre au point une stratégie de communication en adaptant le message aux objectifs

NETFLIX

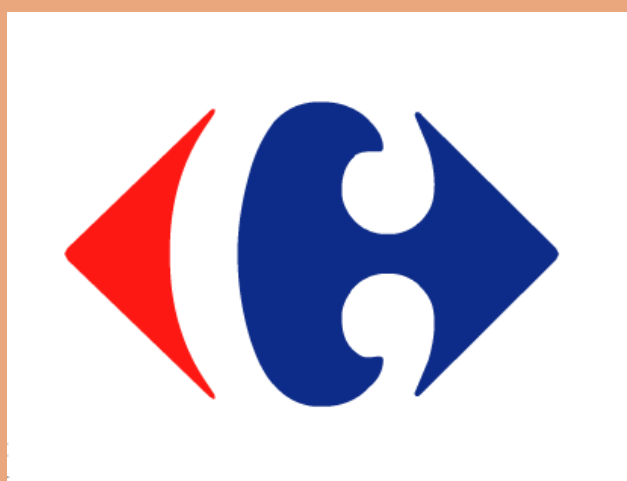
>

NETFRIC

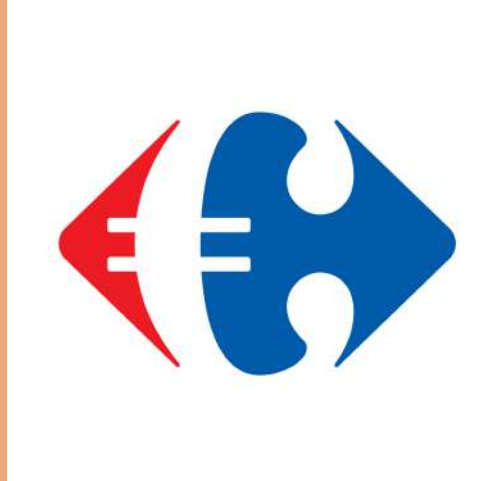
TF1

>

TF!  
PARTAGEONS DES ONDES LUCRATIVES



>



La SAE106 : recommandation de communication m'a permis de mettre en avant mes compétences en graphisme.

Notre groupe de travail a choisi, comme stratégie de communication, le détournement de logos pour sensibiliser le public à travers des marques du quotidien.

Netfric, TF!, Carrflouz

## AC2105 : Rédiger une charte éditorial pour un site web, un blog, un réseau social

### • Style rédactionnel et relationnel :

Nous sommes une association qui s'adresse à la communauté, notre voix est donc active et incisive. Nous utilisons un ton lassé, ironique afin de montrer notre mécontentement par rapport à la sur-publicité. L'usage d'un langage informel permet par ailleurs de nous montrer plus proche de la communauté ; nous sommes brefs et simples, mais précis dans nos propos.

La plupart du temps, nous utilisons la parodie, le détournement d'images et les reprises pour communiquer, notamment sur les réseaux sociaux, sur nos revues et dans nos podcasts. Faire des phrases courtes, utiliser des émojis « illustratifs » à la place de smiley et se servir de « technosignes » tels que les hashtags et les arobases, font également partie de notre style rédactionnel. Étant des médiactivistes anonymes, nous gardons notre identité secrète et nous utilisons le « nous » à titre de l'association, qui elle, est systématiquement mise en avant.

L'écriture d'une charte éditoriale débute par la rédaction du style rédactionnel et relationnel. Cela afin d'être certain de faire passer le message souhaité correctement.

Nous avons aussi rédigé une norme d'écriture et de mise en page, afin de rester le plus professionnel possible lors de nos publications.

### • Norme d'écriture et mise en page :

- Écriture des numéros : 1.300,00
- Utilisation des majuscules pour acronymes
- Anglicismes autorisés
- Accroche : date, fait, protagoniste(s)
- Sources si besoin
- Textes courts
- Organisation en paragraphes
- Memes et/ou illustrations créés de nos mains, personnalisés
- Signature Réclame-action début ou fin (+ rappel que c'est un exercice scolaire)

## AC2106 : Communiquer sur les réseaux sociaux



Afin de faire entendre nos convictions, nous avons choisi de communiquer sur les réseaux sociaux.

Vous trouverez ci-contre le résultat de notre travail de réflexion pour le choix de la ligne et du calendrier éditorial.

### • Calendrier éditorial :

Notre calendrier éditorial s'organise rigoureusement avec des réactions live tweet, des posts sur différentes marques et entreprises afin de protester contre leurs campagnes de publicité abusive.

Tout au long de la semaine, sans horaires précis, nous réagissons sur Twitter de façon spontanée aux différents événements. Le lundi à 19h nous publions sur Twitter nos créations de détournement d'images pour dénoncer la sur-publicité des entreprises. Elles seront humoristiques et parodiques. Puis le vendredi à 19h nous publions des statistiques, toujours dans le but de dénoncer mais d'une façon plus sérieuse, simultanément sur Instagram, Facebook et Twitter.

Durant les périodes de Noël, de st Valentin, de soldes et de Black Friday, nous observons souvent un pic de publicités visées et abusives. Les annonceurs ont clairement l'intention de nous inciter à acheter en quantité élevée quitte à mettre de côté le problème de surconsommation dévastateur à tout point de vue. C'est pour cela que nous serons d'autant plus présents sur les plateformes médiatiques. afin de dénoncer ces actes incompatibles avec le besoin de changements imminents pour freiner le réchauffement climatique. Et par la même occasion, nous laisser respirer face aux tonnes d'informations avalées à la minute par leur faute.



Nous avons aussi réfléchi à une liste de hashtags pour maximiser les chances d'être vu sur les réseaux sociaux.

#

### • Liste de hashtags :

#StopPub  
#TropDePubTueLaPub  
#BalanceTaPub  
#ReclameAction  
#ToiAussiProteste  
#Abusdepub

#BoycottTf1  
#Tf1Harcelement  
#TF!  
#Carrflouz  
#Netfric  
#Abusdepub

Dans le cadre de ma recherche d'alternance, j'ai publié un post sur linkedIn, afin de faire savoir à mon réseau que j'étais ouvert au marché de l'emploi.

Objet : Candidature contrat d'alternance

