



EKIPAJ

COMPTE RENDU

Mener l'ékipaj vers la victoire !



SOMMAIRE



CONTEXTE	3
ORGANISATION DU PROJET	4
ANALYSE DE L'EXISTANT	6
IDENTITÉ VISUELLE	12
STRATÉGIE WEB MARKETING	19
PARTICIPATION AUX CONCOURS	23
STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA	ANNEXE
DOSSIER DE PARTENARIAT	ANNEXE
DOSSIER DE COMMUNICATION	ANNEXE

CONTEXTE



L'Ékipaj participe à la **Régate des IUT**. Depuis 2004, cette compétition réunit des équipes de toute la France autour de la voile, avec deux challenges passionnants : **le challenge voile** et **le challenge communication**.

Notre groupe de cinq étudiants MMI participe au **concours de communication** de l'évènement. Il consiste en la rédaction d'un dossier de communication, la réalisation d'une vidéo de présentation et d'une photo représentant l'équipe et sa fierté locale. Nous effectuons également une **recherche de sponsors** pour soutenir financièrement l'équipe.



Source : [Département Côtes d'Armor, Régate des IUT 15^e Édition](#)

Ce projet n'a pas pour but de répondre à la demande d'un professionnel, mais de participer à **un évènement inter-IUT d'ampleur nationale**.

L'Ékipaj est séparé en deux parties distinctes :

- **L'équipe de communication** qui réalise la communication de l'équipe de navigation en amont et durant la régates.
- **L'équipe de navigation** qui prendra le large le 19, 20 et 21 avril 2024 entre Saint-Brieuc et Saint-Malo. À bord d'un voilier habitable (J100) et accompagnés par un skipper professionnel, ils parcoureront une distance de 36 milles marins soit près de 66km.

L'enjeu et donc est donc de se distinguer des autres participants afin de montrer la valeur de la formation MMI.

ORGANISATION DU PROJET



“La raison d’être d’une organisation est de permettre à des gens ordinaires de faire des choses extraordinaires”
Peter Drucker

Avec ce projet **ambitieux**, partir sans s’organiser correctement était signe d’un échec prochain.

Pour gérer ce projet, nous avons choisi de tout rassembler sur une même plateforme : **Notion**, la facilité que cette application apporte à mettre en commun des informations nous a paru être la solution la plus efficace.



Nous avons alors renseigné nos écrits, les différentes informations liées au projet, et les outils de gestion de projet que nous avons utilisé.

Cet ensemble d’informations et d’outils a été organisé selon les grandes catégories suivantes : *Brief Projet, Gestion de Projet, Liste de Contacts, Financements, Dossier communication, Recherches Graphiques, Réseaux Sociaux, Concours vidéo, Concours Photo, Idées, Prise de Note Rencontre, Inscription voile, Comptes rendus de réunions, Site web, Soutenance Finale, SAE402 Stratégie social-media*

[Planning accessible ici](#)

Après une répartition des différentes tâches indispensables au lancement du projet, chacun s’est vu attribuer un ensemble de tâches lié à ses compétences.

L’EKIPAJ

L’Ekipaj, qui veut dire “équipage” en breton, est composé d’une équipe “Communication” de cinq étudiants du département Métiers du Multimédia et de l’Internet (MMI) de **l’IUT de Lannion**. Trois autres étudiants viennent se joindre à Félix pour former l’équipe de navigation, Noam Le Garsmeur (MMI 2) Tom Lebreton (MMI 1) et James Bourke (MP). L’appel de l’aventure nous a guidés vers une expérience unique : la **20ème édition de la Régate des IUT**, qui se déroulera du 19 au 21 avril 2024 à partir de Saint-Brieuc.

ORGANISATION DU PROJET



L'ÉQUIPE DE COMMUNICATION



Tiphaine
Chanclou



Félix
Chauffray



Soan
Morey



Awen
Escoulan



David
Bobet

L'ÉQUIPE DE NAVIAGTION



Félix
Chauffray



Tom
Lebreton



Noam
Le Garsmeur



James
Bourke

NOS PORTEURS DE PROJET

Notre équipe est portée par l'expérience et la détermination de deux marins chevronnés : Noam le Garsmeur et Paul Buchon. Ces deux navigateurs aguerris ont hissé les voiles bien avant notre arrivée, arborant un savoir-faire et une expertise qui résiste à chaque rafale de vent. Leur longue expérience dans le monde de la voile fait d'eux des guides précieux au sein de notre équipe, apportant une richesse de connaissances et une passion inébranlable à notre projet



Paul
Buchon

“La voile représente pour moi un équilibre parfait entre défis techniques et sensation de liberté. C'est une discipline où la technique et les compétences de navigation permettent de parcourir un nouvel environnement. Il faut savoir coordonner les actions sur le bateau avec les conditions de mer et de vent. La voile est un sport collectif où les actions de chacun influencent directement la navigation. Chacun a son rôle et est indispensable au bon fonctionnement du bateau.”



Noam
Le Garsmeur

“Pour moi la voile c'est l'esprit d'équipe, c'est combiner nos capacités pour avancer mais c'est aussi la compétitivité. On va se défier soi même de faire toujours mieux et défier ses concurrents. Suivre leur cap, ou bien choisir notre propre chemin.”

ANALYSE DE L'EXISTANT



PRÉAMBULE ET OBJECTIFS

Dans le cadre de cette étude de l'existant, il est essentiel de souligner d'emblée que notre intention n'est nullement de dénigrer le travail méticuleux accompli par les équipes précédentes. Au contraire, cette démarche vise à reconnaître et valoriser les efforts déployés, tout en mettant en lumière les éléments les plus fructueux et les meilleures pratiques qui ont émergé de leurs travaux antérieurs.

L'objectif principal de cette analyse réside dans l'**identification des forces et des atouts** inhérents au travail préalablement effectué. Nous cherchons à extraire les enseignements positifs, les innovations notables et les solutions judicieuses mises en œuvre par les équipes antérieures. Reconnaître ces réussites nous permettra de bâtir sur des fondations solides, d'optimiser les processus déjà en place et de garantir une continuité harmonieuse.

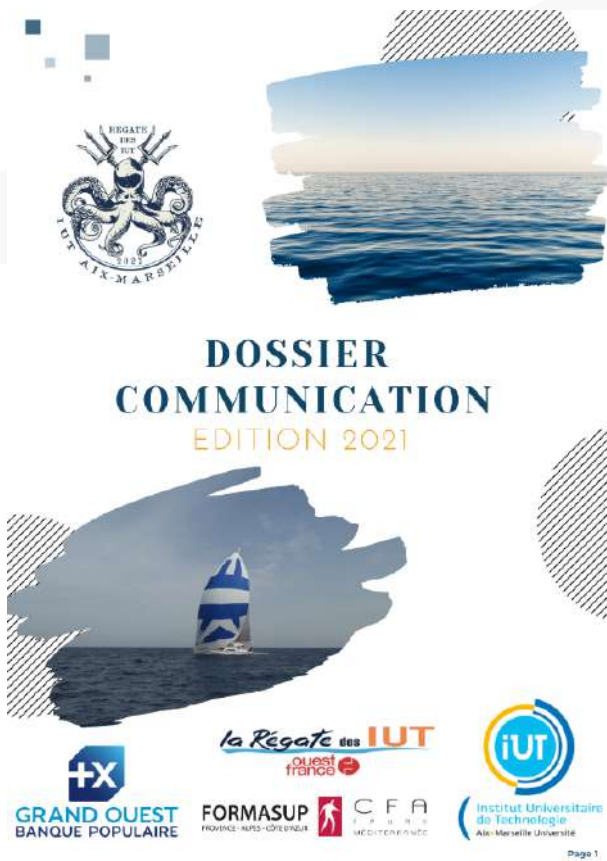
Cependant, toute démarche d'analyse de l'existant comporte également l'**examen attentif des aspects perfectibles**. Il s'agit non pas de stigmatiser, mais plutôt de distinguer les points qui peuvent bénéficier d'améliorations. En mettant en lumière les possibles erreurs passées, notre intention est d'éviter leur répétition et d'œuvrer vers une amélioration constante des pratiques.

En somme, cette étude se veut un exercice constructif visant à tirer profit de les réussites et à apprendre des expériences passées. Elle constitue une étape essentielle dans la quête de l'excellence opérationnelle, guidée par le respect envers le travail accompli et l'aspiration à une évolution positive et continue.

AIX-MARSEILLE 2020-2021



DOSSIER DE COMMUNICATION ET DE PARTENARIAT



Dossier de communication et de partenariat de l'équipe **La régates Marseillaise** de l'IUT de Aix-Marseille qui a participé à la régates de 2021.

Points positifs retenus :

- Logo imposant.
- Résultats obtenus pour leur plan de communication.
- Plus imagé, moins manuscrit = plus agréable pour naviguer à travers le document.
- Présentation de l'IUT.



Points négatifs retenus :

- Peu d'exemple de production pour les différents canaux de communication.
- Éléments graphiques en pagaille. Difficile de se retrouver à travers les parties.
- Images provenant de webstock.



LANNION 2016-17



DOSSIER DE COMMUNICATION ET DE PARTENARIAT



Dossier de communication de l'équipe de l'IUT de Lannion qui a participé à la régates de 2017.

Points positifs retenus :

- Excellente mise en page du dossier (mockup et visuels réussis)
- Bon choix des cibles et bonne distinction internes/externes.
- Bilan complet sur l'efficacité des supports.
- Formules de partenariats intéressantes



DE L'EFFICACITÉ DANS NOS SUPPORTS (suite)

VISUEL SOIRÉE

Pour la soirée Blue Lagoon, nous avons essentiellement misé sur l'événement Facebook. Organisée un jeudi soir en concurrence avec d'autres événements étudiants, nous avons renouvelé la conception graphique. Nous voulions une affiche en phase avec l'environnement du bar de nuit.

> Annexe n°5 p.10

BUDGET ASSOCIATION



Points négatifs retenus :

- Aucune indication sur l'année d'édition de la régates en premier lieu, première information page huit.
- On ne retrouve nulle part le nom de l'association "notre association". Faible identité visuelle.
- Valeurs de la voile ?





SAINT-BRIEUC 2016-17

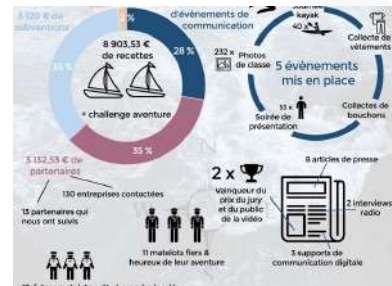
DOSSIER DE COMMUNICATION



Dossier de communication de l'équipe **Win'd Armor** de l'IUT de Saint-Brieuc qui a participé à la régates de 2017.

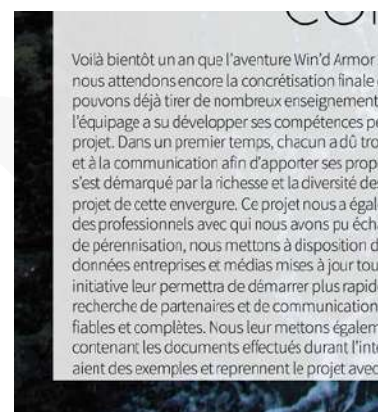
Points positifs retenus :

- Une partie pour la présentation des différentes **cibles** du projet. (entreprises, institutions, grand public, étudiants).
- Analytics sur les différents réseaux sociaux (pourcentages de croissance).
- Résultats du plan de communication.



Points négatifs retenus :

- La mise en page de l'entièreté du document est moyenne (textes serrés, éléments graphiques entassés, alignements, aération générale du document).
- Absence d'une partie graphique, bonne identité malgré ça.
- Contrastes mauvais qui rendent la lecture difficile.



CHAMBERY 2015-16



DOSSIER DE COMMUNICATION ET DE PARTENARIAT



Dossier de communication et de partenariat de l'équipe **GACO à l'eau** de l'IUT de Chambéry qui a participé à la régates de 2016.

Points positifs retenus :

- Retombées du projet sur leur équipe (esprit d'équipe, création de liens professionnels, mise en œuvre de techniques de communication, ...).
- Partie "déduction d'impôts" pour les pros sur le dossier de partenariat.

Au delà de participer à la régates des IUT, ce projet nous permettrai de :

- développer notre **esprit d'équipe**
- organiser des événements
- mobiliser un maximum de personnes pour notre cause
- mettre en œuvre des **techniques de communication**
- exploiter nos compétences en relation avec notre formation
- rechercher des **part**
- **rechercher des fonds**
- créer des **liens et us**

Voici un tableau d'exemples de déductions d'impôts :

Montant du partenariat	Part déductible d'impôts	Part restante
1 000 €	900 €	400 €
900 €	810 €	380 €
800 €	720 €	300 €
700 €	630 €	280 €
600 €	540 €	260 €
500 €	450 €	250 €
400 €	360 €	180 €
300 €	270 €	170 €
200 €	180 €	80 €
100 €	90 €	40 €

Points négatifs retenus :

- Faibles indications de la provenance de l'équipe sur la première page (logo de l'IUT de Chambéry très petit), difficile de les reconnaître / pas d'identité visuelle propre.
- Police d'écriture inadaptée et difficilement lisible.



4. MISE EN PLACE D'UNE TOMBOLA

De plus, nous avons mis en place une tombola. L'idée était de communiquer sur cet événement tout en informant de nouvelles personnes de la mise en place de notre projet. En effet, plus de quatre cent cases de tombola ont été vendues, et ce à la fois à des personnes de l'IUT, à notre entourage mais aussi à des personnes étrangères au projet grâce au porte-à-porte réalisé dans de multiples résidences autour du campus universitaire. Les lots nous ayant

Nous avons décidé de mettre en place plusieurs ventes de pains au chocolat et de jus d'oranges BIO pressés par nos soins, dans l'enceinte de l'IUT. Ces événements nous ont permis de toucher les étudiants en les faisant participer à notre projet tout en savourant un agréable petit déjeuner. Ce côté ludique nous a permis de nous faire connaître d'autant plus et de faire partager notre ambition autour de nous.

Annexe 11



ANALYSE DE L'EXISTANT

RÉSULTATS OBTENUS

L'analyse approfondie de l'existant a apporté une contribution significative au projet, permettant l'identification des meilleures pratiques ainsi que des pistes d'améliorations et des erreurs à éviter. En scrutant minutieusement les différents dossiers traités, nous avons extrait des éléments positifs qui constituent désormais une base solide sur laquelle nous pouvons construire. Cette démarche a révélé des opportunités d'optimisation pour renforcer l'efficacité globale du projet. En évitant de reproduire les erreurs passées identifiées au cours de cette analyse, nous consolidons notre approche et nous positionnons favorablement pour relever les défis à venir avec une perspective informée et stratégique.

Points positifs :

- Très bonne présentation des différentes cibles du projet et distinction interne/externe.
- Présence d'une partie "déduction d'impôts" pour les professionnels sur le dossier de partenariat afin de favoriser l'implication des entreprises dans le projet.
- Analytics complets sur la partie des réseaux sociaux.
- Résultats du plan de communication et des différents supports utilisés.
- Aérer le dossier au maximum quitte à utiliser plus de page, favoriser l'illustration des propos, et l'espacement des différents paragraphes.
- Quelles ont été les retombées du projet sur l'équipe.

Pistes d'amélioration :

- Afficher une identité propre à l'équipe tout au long du document (utilisation de la charte graphique, nom de l'équipe, de l'IUT, ...)
- Utiliser une police d'écriture adaptée et uniforme pour faciliter la lecture du document.
- Mettre en avant la charte graphique au maximum.
- Montrer les exemples de productions pour les supports de communication.

BIBLIOGRAPHIE

LIENS CLIQUABLES VERS LA RÉFÉRENCE

DOSSIER	AIX-MARSEILLE 2020-21	Page 06
DOSSIER	LANNION 2016-17	Page 07
DOSSIER	SAINT-BRIEUC 2016-17	Page 08
DOSSIER	CHAMBERY 2015-16	Page 09



IDENTITÉS VISUELLES

IDENTITÉ VISUELLE #1 - POULPE

Pour ce logo, nous avons décidé de réaliser une mascotte, un animal identifiable et mémorable. Cela renforce l'identité de l'ékipaj et le rend plus amical.

L'animal choisi est un poulpe. Le poulpe est très intelligent et ingénieux. Il sait résoudre les problèmes les plus complexes pour parvenir à ses fins.

Ses nombreux tentacules rappellent la pluridisciplinarité et la complémentarité de notre équipe qui sont aussi des qualités de la formation MMI que nous souhaitons mettre en avant.

Le poulpe porte un bandeau de pirate pour montrer que c'est un membre de l'équipage, un aventurier. Il a également une expression déterminée de montrer que nous sommes de féroces adversaires.

La couleur violette est dominante. Elle représente la formation MMI. Nous avons choisi de l'associer à sa couleur complémentaire : le jaune. La dernière couleur, le bleu, rappelle le monde marin et la sagesse du poulpe.

IDENTITÉ VISUELLE #2 - ESPADON

L'élément principal du logo est l'espadon voilier. Cet animal est le poisson le plus rapide au monde. Il peut aller jusqu'à 100 km/h.

Il est donc parfait pour représenter notre équipe. Nous montrons que nous sommes les plus rapides de l'océan et qu'ainsi nous avons toutes les chances de remporter la régates des IUT, car il s'agit avant tout d'une course.

Les vagues rappellent l'univers marin et la navigation .

L'étoile quant à elle symbolise l'espoir, le courage et la confiance en soi.

La palette de couleur se compose de deux nuances de bleu. Elles symbolisent l'univers marin et rappellent la couleur de notre animal totem. Le orange fait de l'Ekipaj un groupe dynamique, optimiste et humaine.

ÉVOLUTION DE L'IDENTITÉ DE L'EKIPAJ

L'Ekipaj a subi plusieurs changements d'organisation. Après un naufrage partiel du projet, l'équipage a su sortir la tête de l'eau pour rebondir et repartir de plus belle. Afin de marquer ce changement de direction, l'Ekipaj a opté pour une nouvelle identité visuelle : l'identité 2.

IDENTITÉ VISUELLE #1

Logo et déclinaisons



Typographies

MOTLEY FORCES LOGO ET TITRES

Content

Sous titres et texte

Cadre de texte

L'Ekijaj, qui veut dire "équipage" en breton, est composé de cinq étudiants du département Métiers du Multimédia et de l'Internet (MMI) de l'IUT de Lannion.

L'EKIPAJ

Palette de couleurs



Éléments graphiques



IDENTITÉ VISUELLE #1

Visuels

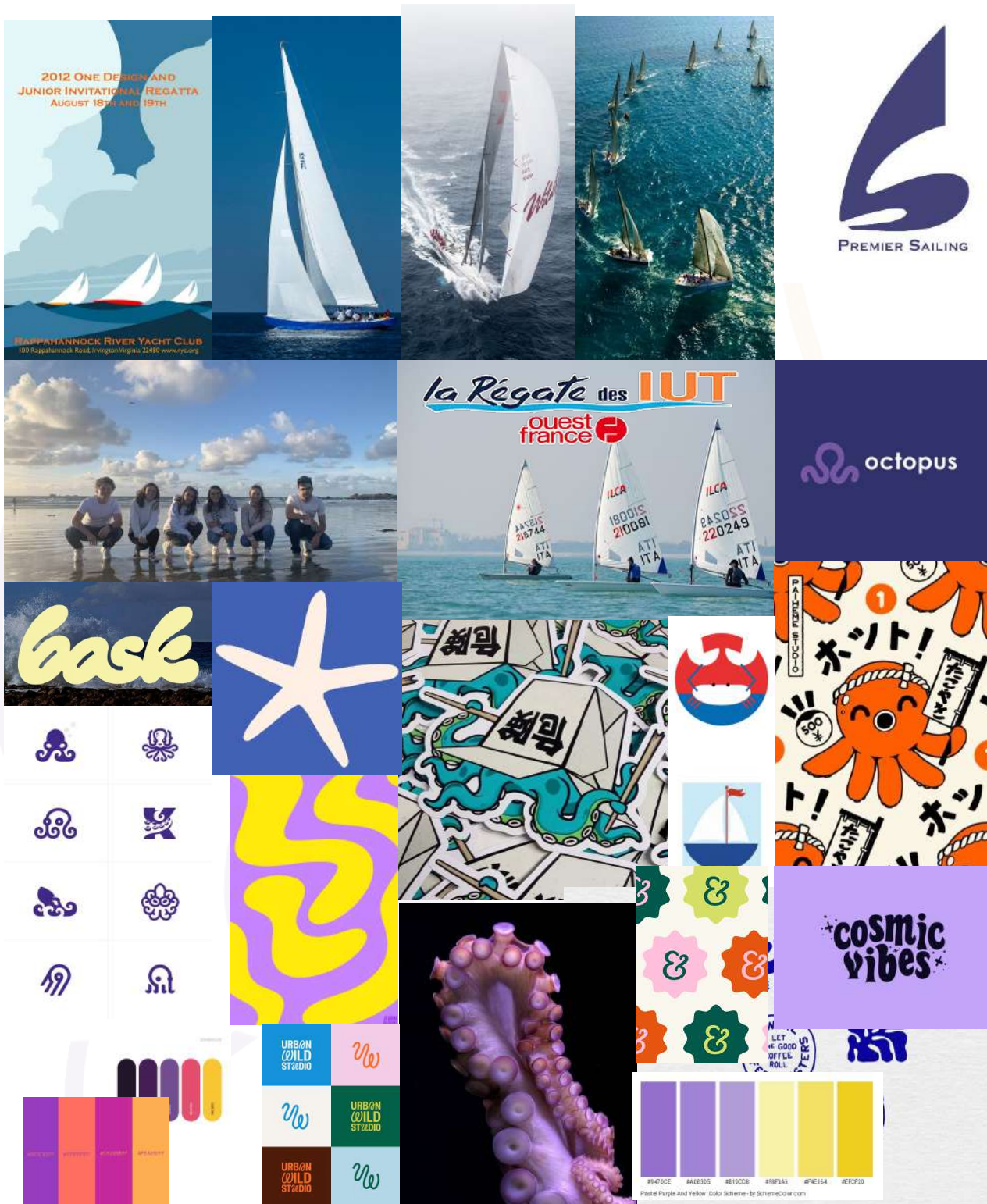


Galerie photo



IDENTITÉ VISUELLE #1

Moodboard



Couleurs :

Bleu : univers marin, confiance

Orange : énergie, motivation, créativité, solidarité, amitié

IDENTITÉ VISUELLE #2



Logo et déclinaisons

EKIPAJ

CAP SUR LA VICTOIRE



Palette de couleurs



Typographies

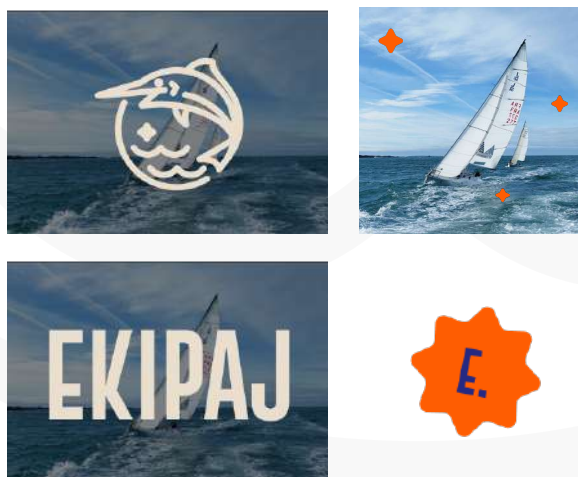
GOBOLD EXTRA2
LOGO ET GRANDS TITRES

Montserrat
Titres, sous-titres et textes

Éléments graphiques



Visuels



IDENTITÉ VISUELLE #2



Galerie photo



IDENTITÉ VISUELLE #2



Moodboard



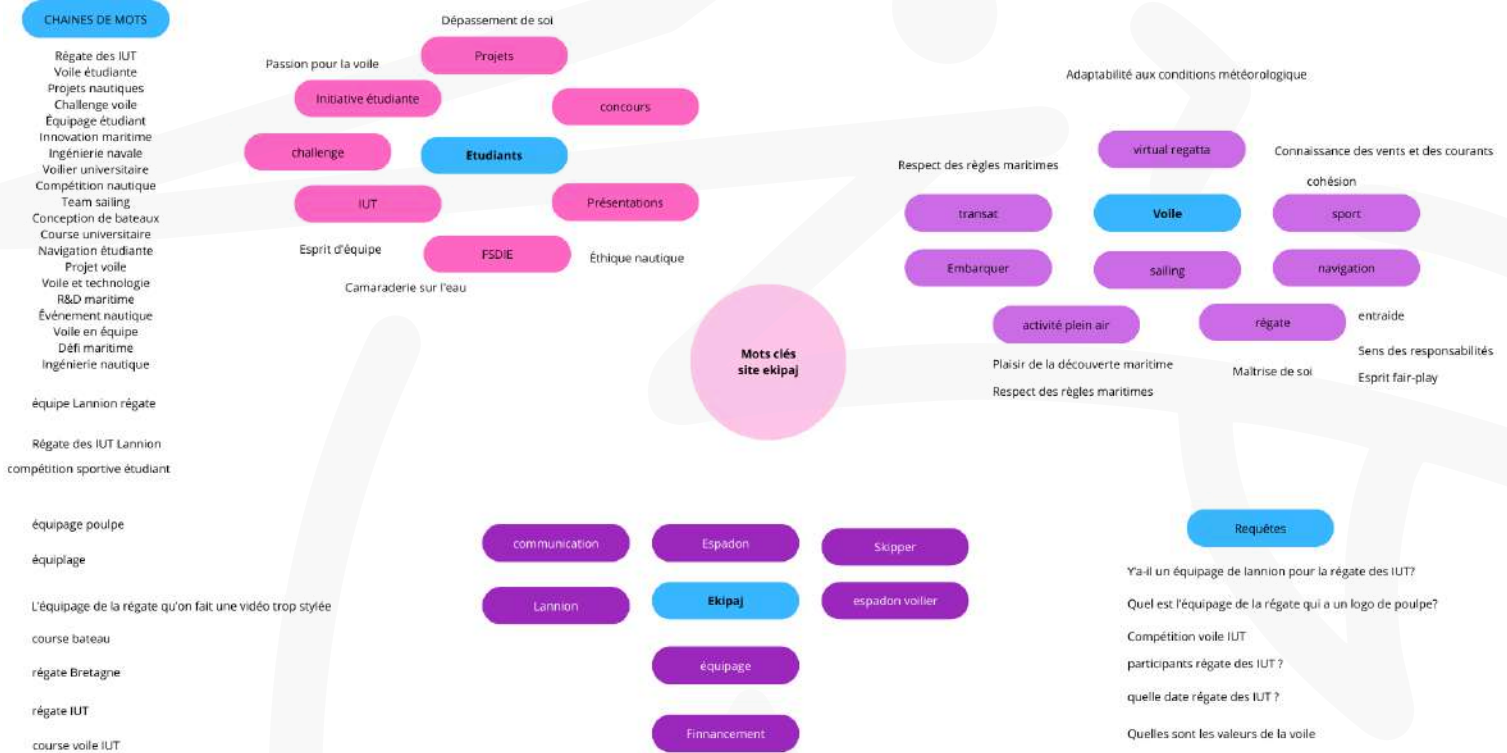
Couleurs :

Violet : couleur de la formation MMI, créativité, ambition
 Bleu : univers marin, confiance
 Jaune : énergie, joie, amitié, fraternité

STRATÉGIE WEB MARKETING



COCON SÉMANTIQUE



Le cocon sémantique est une technique **SEO** qui va permettre de **mieux référencer** notre site web et d'attirer un trafic qui correspond à notre cible.

Pour cela nous avons défini des **mots clés** autour de trois domaines touchant à notre projet : les **étudiants**, la **voile** et l'**ekipaj**.

Par la suite nous avons défini des **chaines de mots** courte, moyenne et longue traîne.

Pour finir nous avons penser à des **requêtes** possibles d'être formulées par les internautes.

STRATÉGIE WEB MARKETING



ARCHITECTURE DU SITE WEB

Titre du site web et méta-description :

<title>Ekipaj: Les étudiants MMI de Lannion à la Régate des IUT</title>

<meta description = Découvrez l'équipage MMI de l'IUT de Lannion au concours de voile et de communication à Saint-Brieuc les 19, 20 et 21 Avril 2024/>

L'ÉQUIPE LANNIONNAISE POUR LA RÉGATE DES IUT 2024 ! ← H1 avec mots clés

L'Ekipaj, qui veut dire "équipage" en breton, est composé de cinq étudiants du département Métiers du Multimédia et de l'Internet (MMI) de l'IUT de Lannion. L'appel de l'aventure nous a guidés vers une expérience unique : la 20ème édition de la Régate des IUT. ← Backlink

LA RÉGATE DES IUT ← H2 avec mots clés

UN ÉVÈNEMENT NATIONAL AUTOUR DE LA VOILE ← Mots clés en gras

Depuis 2004, la Régate des IUT réunit des équipes d'étudiants venus des quatre coins de la France pour partager des moments de convivialité autour de la voile. Entres navigations et villages étapes, l'évènement assure bonne ambiance et esprit de compétition.

FAQ

D'AUTRES QUESTIONS ?

Pourquoi le nom ekipaj ? ^

"Ekipaj" est la traduction bretonne de "équipage". Nous voulons fièrement représenter la Bretagne lors de cet évènement !

Comment apprenez-vous à naviguer ? v

Sur quel bateau allez-vous naviguer ? v

Quel est le lien entre la régata des IUT et votre formation ? ^

En formation Métiers du Multimédia et de l'Internet, nous étudions notamment les pratiques pour créer et mener une stratégie de communication efficace. La régata des IUT est donc l'occasion idéale pour mettre en application nos apprentissages à travers le concours de communication et de s'aventurer dans une activité nouvelle grâce à la pratique de la voile.

- Favoriser la recherche d'information
- Améliorer l'expérience utilisateur
- Booster notre référencement web sur les moteurs de recherche

Menu

[NOTRE ÉQUIPE](#) [LA RÉGATE](#) [NOUS SOUTENIR](#) [FOIRE AUX QUESTIONS](#)

 @ekipaj.lannion ← lien vers nos réseaux

STRATÉGIE WEB MARKETING

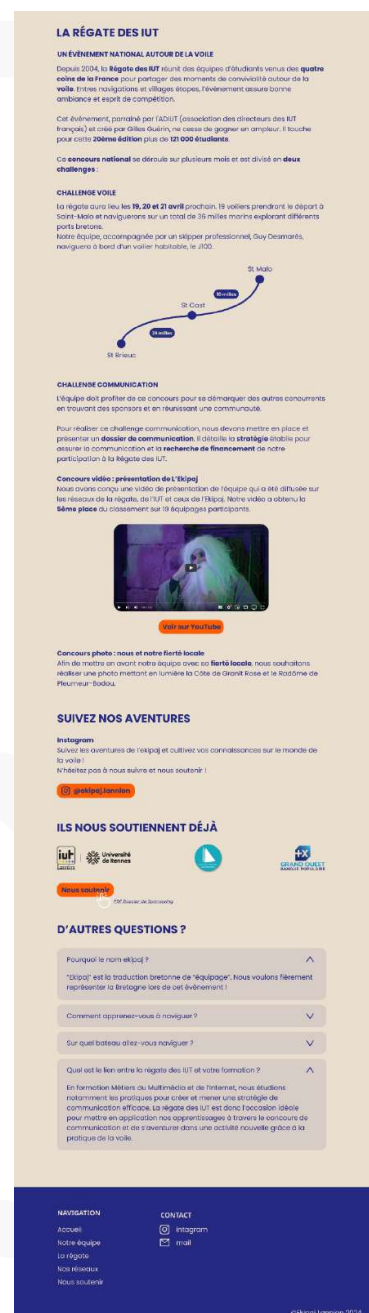


MAQUETTE DU SITE WEB

Nous avons pensé le site en **one page**. Cela permet à l'utilisateur d'accéder **facilement** et **rapidement** à toutes les informations de manière intuitive.

Le site regroupe toutes les informations autour de l'Ekipaj.
Le but est de **présenter** l'Ekipaj et son projet afin qu'il soit compris et soutenu.

MAQUETTE



STRATÉGIE WEB MARKETING



E-MAILING

1

BIENVENUE, [NAME] ! 

L'EKIPAJ

VOUS SOUHAITE LA



BIENVENUE À BORD !

Merci de nous suivre dans cette aventure hors du commun !

A suivre dans cette newsletter :

-  **Des informations intéressantes**
Toujours plus d'anecdotes autour de la voile, ses valeurs et ses actualités !
-  **Les actualités de l'ekipaj**
Les nouvelles concernant l'avancée du projet !
-  **Nos contenus en avant première**
Les photos et vidéos que nous allons réaliser et poster sur notre compte instagram.

ET TOUT ÇA GRATUITEMENT !

2

EKIPAJ

CAP SUR LA VICTOIRE ! 



FOCUS SUR VIRTUAL REGATA

Bonjour [NAME] !
Est-ce que vous savez ce qu'on ressent quand on navigue à bord d'un voilier ? Si vous n'en avez jamais fait il est clair que non, c'est quelque chose d'unique à vivre mais y a ce gars, **Thomas Gautier**, qui a voulu faire ressentir ces **émotions** aux gens qui n'ont pas eu la chance de pratiquer ce sport.



Vous allez aussi trouver des trucs cools comme les **conditions météorologiques** qui influence la **navigation**, bref je vous en dis pas plus et je vous laisse découvrir ce jeu.

Vous allez vivre les émotions d'un simulateur. **il se passe sur** à la mer.

Les e-mails sont un bon moyen de **diversifier la communication** de l'Ekipaj et de faire le lien entre les différents canaux de communication.

Cela permet également de communiquer régulièrement avec les abonnés afin de les **fidéliser** à notre contenu.



Newsletter rédigée par **Awen E.** de l'Ekipaj.
"Virtual Regata est un jeu vidéo super enrichissant, l'occasion d'en parler à ceux qui nous suivent était trop grande pour laisser ça sur mon portable"

RETROUVEZ L'EKIPAJ !

[SITE WEB](#) [INSTAGRAM](#)

NAVIGATION	CONTACT
Accueil	Instagram
Notre équipe	mail
La régata	
Nos réseaux	
Nous soutenir	

SE DÉSABONNER
©Ekipaj Lannion 2024

CONCOURS VIDÉO



VIDÉO DE PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE



<https://www.instagram.com/p/C1F3eqEJzRT/>

Intention :

Nous avons créé cette vidéo avec un **storytelling** afin de raconter une histoire et pas seulement de présenter l'équipe.

Nous nous sommes donc créés des personnages venant d'univers différents et se retrouvant comme les Avengers afin de participer à une mission : la régates des IUT.

Résultats :

Après le classement donné par le nombre de likes et la délibération de jurys, notre vidéo est arrivée 5ème sur 16 équipes.

CONCOURS PHOTO



NOTRE ÉQUIPE ET SES FIERTÉS LOCALES



Fiertés locales :

Nous avons souhaiter représenter le Radôme et la phare de Ploumanach. Le Radôme est le symbole du pôle innovation à Lannion. Le phare de Ploumanach représente bien la côte de Granite Rose.

Style graphique :

Nous avons choisi de réaliser un photomontage avec un effet de scrapbooking tout en respectant la charte graphique de l'Ekipaj.

Compsition :

Nous avons séparé visuellement les membres de l'équipe navigation et ceux de l'équipe communication. Nous y avons intégrer les icons et autres éléments de la charte de l'équipage. On retrouve également l'espadon, notre animal, totem dans les bras de Félix, le chef de projet.



EKIPAJ

ANNEXES

- Stratégie Social Média
- Dossier de Partenariat





EKIPAJ

STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA

Mener l'ékipaj vers la victoire !



SOMMAIRE



CONTEXTE	3
ÉTATS DES LIEUX	4
DÉFINITION DE LA CIBLE	5
ENVIRONNEMENT DIGITAL	6
CHARTE ÉDITORIALE	8
VISUELS DÉFINIS	10
INTERACTIONS	13
MESURER ET AJUSTER	15

CONTEXTE



L'Ékipaj participe à la **Régate des IUT**. Depuis 2004, cette compétition réunit des équipes d'étudiants venant de toute la France autour de la voile, avec deux challenges passionnants : **le challenge voile** et **le challenge communication**.

Notre groupe de cinq étudiants MMI participe au **concours de communication** de l'évènement. Il consiste en la rédaction d'un dossier de communication, la réalisation d'une vidéo de présentation et d'une photo représentant l'équipe et sa fierté locale. Nous effectuons également une **recherche de sponsors** pour soutenir financièrement l'équipe.

Il est également important pour l'équipe d'être présente sur les **réseaux sociaux** afin de se faire et de faire connaître la régates des IUT au plus grand nombre.



Source : Département Côtes d'Armor, Régate des IUT 15^e Édition

ÉTAT DES LIEUX

Notre équipe a démarré sur une toile vierge, sans aucun élément préexistant.

Notre présence en ligne de compose désormais d'un compte Instagram, d'un compte TikTok et d'un site web.

Instagram : @ekipaj.lannion

TikTok : @ekipaj.lannion

Site web : ekipaj.versel.app

DÉFINITION DE LA CIBLE



ANALYSE DES ALGORITHMES DES PLATEFORMES

Nous priorisons **Instagram**. C'est le réseau le plus démocratisé à l'heure actuelle, notamment auprès des étudiants (notre cible principale). Il présente également une grande variété et flexibilité de contenu audio et vidéo. Nous utilisons également **TikTok** pour relayer les contenus vidéo humoristique.

Cible principale : 18 -25 ans

- étudiants intéressés par les événements sportifs, jeunes passionnés de voile, amis de l'équipe
- divertissement, découvrir le monde de la voile, suivre les aventure des camarades

Cible secondaire : 35 - 55 ans

- passionnés de voile, professionnels du monde de la voile, professeurs, potentiels sponsors, médias spécialisés dans la voile, famille de l'équipe
- connaître l'équipage, comprendre l'objectif, la motivation et le sérieux de l'équipe, suivre les aventures

Pour créer un contenu qui pousse les gens à se sentir intégrés, nos vidéos seront familiales, avec un côté storytelling très poussé. Ces courtes vidéos raconteront non seulement les aventures de notre équipe, mais aussi toutes sortes d'histoires autour de la voile (un jeu vidéo, un voilier connu...) pour que les spectateurs en apprennent sur ce sport, tout en se divertissant.

Le but du contenu est de transmettre une émotion, dans le ton et l'écriture, mais aussi d'en apprendre tout en passant un moment agréable.

En conclusion de notre étude qui montre quels types de personnes nous touchons, nous avons fait 1 persona pour notre cible principale.

PERSONA
LIAM DENOUIL
Étudiant en MMI à IUT de Lannion

BIOGRAPHIE
Liam est un étudiant à Lannion qui est ami des membres de l'Ékipaj. Il adore le foot et faire la fête, et n'y connaît rien à la voile.

MOTIVATIONS
Liam aimerait devenir créateur de contenu sur les réseaux sociaux, sur Instagram ou TikTok. C'est pour cela qu'il est entré en MMI, afin d'améliorer ses skills.

CE QU'IL AIME :
La vidéo
Le sport
La fête
Découvrir de nouvelles choses

CE QU'IL DETESTE :
La pizza
L'hypocrisie
La musculation et la gym
L'alcool

PERSONNALITÉ

- Introverti / Extraverti: Extraverti
- Réflexion / Feeling: Feeling
- Zone de confort / Découvrir: Découvrir
- Contenu court / Contenu long: Contenu court

CONNAISSANCES

- Vidéo: ██████████
- Réseaux sociaux: ██████████
- Voile: █

CENTRES D'INTÉRÊTS
En dehors de la vidéo et du sport, Liam est passionné de musique et de jeux vidéos. Ce sont ses trois hobbies favoris avec le foot, et compte en faire des vidéos.

PERSONA DETAILS:
Sexe : Homme
Age : 20
Formation : MMI
Hobbies : Foot
Adresse : Lannion

ENVIRONNEMENT DIGITAL



IDENTIFICATION DES INSPIRATIONS (CONCURRENTS)

Le terme “concurrent” n’est pas forcément adapté. En effet il est difficile d’analyser la stratégie sociale média des autres équipages qui n’ont pas systématiquement de site web ou réseaux sociaux.

C’est pour cela qu’il est plus pertinent d’identifier différents groupes ou personnalités du monde de la voile afin de nous en inspirer et de comprendre comment les équipes de communication se comportent lors des différentes phases du projet.



Win'd Armor

Association étudiante ayant pour but de participer à la Régate des IUT 2024 avec un équipage d'étudiants en BUT Tech. de commercialisation à l'IUT de Saint-Brieuc.

[INSTAGRAM](#) [SITE WEB](#)



La régata des IUT

Compétition nationale inter-IUT ayant pour but de réunir sous un esprit de partage et de convivialité les étudiants autour d'une course de voile sur 3 jours.

[INSTAGRAM](#) [SITE WEB](#)



Guirec Soudée

Navigateur et aventurier français, connu pour son périple de cinq ans à la voile, autour du monde, avec sa poule Monique.

[INSTAGRAM](#) [SITE WEB](#)



Vendée globe

Le Vendée Globe est une course à la voile, autour du monde, en solitaire et sans escale ni assistance.

[INSTAGRAM](#) [SITE WEB](#)



Route du Rhum

Course à la voile transatlantique en solitaire, disputée tous les quatre ans, fin octobre début novembre, entre Saint-Malo et la Guadeloupe.

[INSTAGRAM](#) [SITE WEB](#)



CHARTRE ÉDITORIALE

Pour la communication de l'ÉKIPAJ

Storytelling

La dernière participation d'une équipe Lannionnaise aux deux challenges de la régates des IUT remonte à 2017. Pourtant, une équipe de cinq étudiants MMI a décidé de reprendre le flambeau en cette année 2024. En effet, le challenge communication correspond parfaitement à ce qu'ils apprennent au sein de leurs formation. Cependant, ils ne s'étaient pas rendu compte de la difficulté du challenge de la voile. C'est pour cela qu'ils ont choisi de réunir une équipe de passionnés de navigation qu'ils vont booster à l'aide de leurs compétences en communication.

Vocabulaire :

Utiliser au possible les champs lexicaux de la voile ou de la mer

Emojis :

Utiliser seulement ceux en rapport avec l'univers, exemples :



Ton :

Humoristique et didactique

Territoires d'expression :

Parler de l'histoire de l'ekipaj, de la régates des IUT et plus globalement de la voile et de ses valeurs

Hashtags :

#régates #voile #lannion et autres hashtags dans ces thèmes

	DO	DONT
Langage	Respectueux	Vulgaire ou offensant
Contenu	Centré sur la régates, la voile, Lannion	Sensible ou controversé
Valeurs	Ton jovial, fraternel, amical	Le ton humoristique ne doit pas compromettre les valeurs de la voile



CHARTRE ÉDITORIALE

Pour la communication de l'ÉKIPAJ

Couleurs :



Galerie photo :



Éléments graphiques :



Call to action :



Templates publications :



UTILISER DES VISUELS DÉFINIS



OBJECTIFS

Pour animer les réseaux sociaux et ainsi garder la communauté active, il est impératif de garder plusieurs formats de contenus à poster à différents moments du projet.

Dans un premier temps, pour chaque poste, les formats et leurs objectifs. Ensuite, leur fréquence, ainsi que les moments adaptés pour la publication de ces contenus.

PRÉSENTATION DE LA NOUVELLE ÉQUIPE

En effet, l'Ékipaj a du effectuer un changement d'équipe de marins, par faute d'organisation et d'entraînement pour nos membres actuels. Nous proposons donc un post Instagram pour présenter les nouveaux membres.

Sans réaliser une vidéo entière comme pour le concours vidéo, nous allons utiliser la possibilité de mettre plusieurs images sur un même post pour présenter les membres. On pourra y mettre une photo de chacun, avec un cours texte sur l'image, qui présente le marin. On y trouvera son nom, son âge, et une description courte.

Pour que les abonnés soient rapidement mis au courant et n'apprennent pas la nouvelle au jour J, nous allons publier cela immédiatement, dès que l'équipe sera créée. Le post est prévu en S6 (semaine 6). On rajoutera une story qui permettra de rediriger les abonnés qui n'ont pas vu le post vers celui ci.

STORIES RÉGULIÈRES DES ENTRAÎNEMENTS

L'essence même de la régates : la voile.

Nous voulons proposer du contenu axé autour de la voile aux abonnés. Alors chaque semaine, où l'Ékipaj s'entraînera, on prendra des photos des entraînements, ou alors des courtes vidéos.

On les postera de temps en temps, pas chaque semaines mais assez pour montrer l'implication de l'Ékipaj dans la voile.

Stories prévues en S7, S9, S11, S13 et S14

On peut publier les vidéos ou les stories avec des musiques en vogue.



EKIPAJ



DOSSIER DE PARTENARIAT

Mener l'ekipaj vers la victoire !



À LA RECHERCHE DE PARTENAIRES D'AVENTURE !



L'ÉQUIPE DE COMMUNICATION



Tiphaine
Chanclou



Félix
Chauffray



Soan
Morey



Awen
Escoulan



David
Bobet

L'Ekupaj, qui veut dire "équipage" en breton, est composé d'une équipe "Communication" de cinq étudiants du département Métiers du Multimédia et de l'Internet (MMI) de l'**IUT de Lannion**. Quatre autres étudiants forment l'équipe de navigation. L'appel de l'aventure nous a guidés vers une expérience unique : la **20ème édition de la Régate des IUT**, qui se déroulera du 19 au 21 avril 2024 à partir de Saint-Brieuc.

NOS PORTEURS DE PROJET

Notre équipe est portée par l'expérience et la détermination de deux marins chevronnés : Noam le Garsmeur et Paul Buchon. Ces deux navigateurs aguerris ont hissé les voiles bien avant notre arrivée, arborant un savoir-faire et une expertise qui résiste à chaque rafale de vent. Leur longue expérience dans le monde de la voile fait d'eux des guides précieux au sein de notre équipe, apportant une richesse de connaissances et une passion inébranlable à notre projet



Paul
Buchon

"La voile représente pour moi un équilibre parfait entre défis techniques et sensation de liberté. C'est une discipline où la technique et les compétences de navigation permettent de parcourir un nouvel environnement. Il faut savoir coordonner les actions sur le bateau avec les conditions de mer et de vent. La voile est un sport collectif où les actions de chacun influencent directement la navigation. Chacun a son rôle et est indispensable au bon fonctionnement du bateau."



Noam
Le Garsmeur

"Pour moi la voile c'est l'esprit d'équipe, c'est combiner nos capacités pour avancer mais c'est aussi la compétitivité. On va se défier soi même de faire toujours mieux et défier ses concurrents. Suivre leur cap, ou bien choisir notre propre chemin."

LA RÉGATE DES IUT

Depuis 2004, la Régate des IUT réunit des équipes de toute la France autour de la voile, avec deux challenges passionnants : le challenge voile et le challenge communication.



Source : Département Côtes d'Armor, Régate des IUT 15è Edition

Challenge voile :

Notre équipage participera à une course en plusieurs étapes, explorant différents ports bretons.



Accompagnés par un skipper professionnel, nous naviguerons à bord d'un voilier habitable (J100) sur une distance de 36 milles marins soit près de 66km.

Challenge communication :

Mettre en place et présenter un **dossier de communication**. Il détaille la stratégie établie pour la **recherche de financement** de notre participation à la Régate.

Concours vidéo : Réaliser une **vidéo de présentation** de l'équipe qui est diffusée sur les réseaux de la régata, de l'IUT et ceux de l'Ekipaj.

Concours photo : Créer une photo humoristique visant à mettre en valeur une **fierté locale**.

“Au total, c'est plus de 137 000 étudiants touchés par cet évènement qui relie convivialité, bonne ambiance et esprit de compétition.”

source: www.laregatedesiut.org



Le BUT MMI : Une Formation Innovante

Formés en tant que techniciens, nous sommes capables d'écouter et comprendre vos besoins puis, grâce aux nombreuses compétences des membres de notre équipe, nous saurons établir une réponse stratégique pour mettre en valeur votre entreprise.

En effet, en tant qu'étudiants en MMI à l'IUT de Lannion, nous avons de solides compétences en communication et en marketing que nous déployons au travers de divers médias tels que la vidéo, le design graphique ou encore des sites web. Cet ensemble de savoir faire nous permet de réaliser un projet complet et de le mener à bien.

Nous avons donc réuni **une équipe motivée et complémentaire** pour ce projet :

Tiphaine, graphiste, créer une identité visuelle originale et inoubliable et assure la cohérence des visuels.

Awen, créer du contenu **audiovisuel** de qualité.

Soan, assure la **communication** et la gestion des relations internes et externes afin d'avoir un maximum de visibilité.

David, rédige un contenu pertinent et impactant.

Félix établit et assure une **cohésion d'équipe** sans failles.

En tant que premier équipage représentant le BUT MMI, il nous tient particulièrement à cœur de mettre en avant notre polyvalence et notre créativité pour nous démarquer et vous démarquer par la même occasion.

N'attendez plus, rejoignez l'aventure !

SOYEZ PARTENAIRE DE NOTRE AVENTURE

Vous êtes basés dans le Trégor ou même ailleurs en Bretagne?

Vous partagez notre passion pour la côte, la mer et la voile ?

Vous souhaitez soutenir une initiative sportive étudiante?

Au-delà des défis maritimes, vous croyez en la puissance des liens humains?

Alors vous êtes certainement notre sponsor idéal ! Unissons nos équipes dans cette expérience unique et enrichissante !

Profitez de cette occasion pour augmenter votre visibilité dans le Trégor, en Bretagne et même au-delà ! Vous serez en visibilité au sein de notre IUT et sur l'évènement national.



QUEL SONT NOS BESOINS ?

Nous sommes actuellement à la recherche de partenaires qui souhaitent soutenir financièrement cette aventure unique. Nos besoins concernent les frais suivants :

Inscription voile + licence - 114.09€

Modifier la quantité

Frais de déplacement - 100€

Flocages de t-shirts - 211.40€

www.vistaprint.fr



T-shirt à col rond CottoVer® GOTS

211,40 € pour 10 unités

24,50 € 21,14 € / unité (hors taxes)

14 % de remise sur les volumes

Sans frais de configuration

Coupe: Standard

Coupe normale et confortable.

S

jusqu'à 145 cm

M

Plus que 116 cm en stock

L

Plus que 127 cm en stock

vistaprint®

NOS ENGAGEMENTS

Suite à votre soutien, nous nous engageons à utiliser notre **visibilité** pour vous mettre en avant de différentes façons.

Nous vous proposons **deux formules** vous offrant l'opportunité de figurer à nos côtés lors de la Régate des IUT.

Les avantages des différentes formules vous sont détaillés sur les pages suivantes.

COMMENT NOUS SOUTENIR ?

Formule Poulpe - 215€



Votre logo/nom de marque sur chacune de nos réalisations graphiques (Affiches au sein de l'IUT, vidéos, photos...)



La mise en avant de votre marque sur nos réseaux et ceux de l'IUT au travers de posts et de stories régulières (Logos et mentions)



Votre logo sera affiché sur un cagnard de 90 cm de long sur 36 cm de hauteur à tribord du bateau. (Exemple ci-dessous)

Votre logo ici



COMMENT NOUS SOUTENIR ?

Formule Kraken - 426€



Votre logo/nom de marque sur chacune de nos réalisations graphiques (Affiches au sein de l'IUT, vidéos, photos...)



La mise en avant de votre marque sur nos réseaux et ceux de l'IUT au travers de posts et de stories régulières (Logos et mentions)



Votre logo sera affiché sur un cagnard de 90 cm de long sur 36 cm de hauteur à tribord du bateau. (Exemple ci-dessous)



Votre logo sur les t-shirts de l'équipe. Ils seront portés par les membres de notre équipe tout au long de l'évènement
(Placé devant ou derrière au choix)



Nous vous proposons ces deux formules pour financer le projet. Elles vous permettent de choisir le niveau d'exposition de votre logo ou de votre marque tout au long de l'aventure.

FORMULE
POULPE (215€)

FORMULE
KRAKEN (426€)



À LA RECHERCHE DE PARTENAIRES D'AVENTURE !

Si vous partagez notre passion pour l'aventure, la voile, la communication ou le multimédia et que l'une de ces formules vous intéresse, contactez-nous dès maintenant pour discuter des opportunités de partenariat. Ensemble, créons une collaboration exceptionnelle et faisons de cette édition de la Régate des IUT une aventure mémorable !

CONTACTEZ-NOUS !

Téléphone : 07 81 41 61 64

Mail : soan.morey@etudiant.univ-rennes.fr

N'hésitez pas à suivre notre aventure sur notre compte **Instagram** : @ekipaj.lannion

L'Ekijapaj vous remercie de votre attention :)

