

Dossier de Communication

BUTTARD Laurène
CARDOSO Alec
LAIRET Tiphaine
SCIASCIA Elsa

SOMMAIRE

- 1 Stratégie global**
- 2 Cibles**
- 3 Calendrier de publication**
- 4 Benchmark**
- 5 Annexes**

Stratégie globale

Nous avons sélectionné 3 mots-clés qui guideront notre direction artistique : créer, cordialité et partager. Chaque mot est une valeur essentielle que nous souhaitons véhiculer à travers nos actions et notre communication.

La **cordialité** reflète une attitude de bienveillance et de respect dans les interactions. Elle permet d'instaurer une ambiance conviviale et professionnelle, propice à la collaboration et aux échanges enrichissants. Au-delà de la politesse, elle incarne un accueil chaleureux, facilitant les discussions et renforçant les liens entre les participants.

La cordialité est essentielle pour instaurer une atmosphère de bienveillance et de respect lors de l'événement. Elle permet aux étudiants, à leur entourage, ainsi qu'aux professionnels de se sentir accueillis, favorisant ainsi des échanges harmonieux et constructifs. L'accueil chaleureux et l'attitude positive encouragent les discussions et renforcent la collaboration entre les différents participants. Les étudiants de MMI, en particulier, peuvent ainsi partager leurs travaux dans un environnement propice à la confiance et à l'épanouissement. Les familles, amis, autres étudiants, et professionnels interagissent dans un cadre où la cordialité favorise l'enrichissement mutuel et le développement de relations solides et respectueuses.

Créer c'est concevoir et réaliser des projets innovants, souvent en réponse à des problématiques contemporaines ou dans une démarche artistique. Ce processus de création permet aux personnes de mettre en valeur leur savoir-faire, leur créativité, et leur capacité à résoudre des défis.

Ce mot permet aux étudiants de MMI de Grenoble de concevoir des projets innovants et originaux, mettant en valeur leur créativité et leur expertise technique. Cet acte de création offre l'opportunité de démontrer leur capacité à résoudre des problèmes tout en apportant une contribution unique à un événement. Les étudiants ont ainsi l'occasion de se distinguer, d'exprimer leur créativité, et de faire découvrir leurs travaux au public. Les lycéens, étudiants, ainsi que les professionnels présents, peuvent être inspirés par ces projets, tout en ayant la possibilité d'échanger avec les créateurs.

Partager consiste à offrir à la communauté un aperçu de ses réalisations, idées ou projets dans un esprit de collaboration et de transmission. Que ce soit à travers une présentation, une discussion ou une exposition, le partage permet de rendre visibles les travaux de chacun tout en favorisant l'échange d'expériences et de connaissances.

Ce terme permet aux étudiants de MMI de Grenoble de présenter leurs projets à un public diversifié, tout en favorisant les échanges entre étudiants, professionnels et visiteurs. Cette interaction permet non seulement de valoriser les compétences des déposants, mais aussi de générer des retours constructifs et d'encourager un dialogue autour des pratiques professionnelles et créatives. Les étudiants de MMI partagent leurs réalisations pour obtenir des retours et enrichir leur expérience, tandis que leur entourage (famille et amis) ainsi que les lycéens peuvent découvrir, s'inspirer de leurs projets. Les professionnels, quant à eux, ont l'opportunité d'identifier des talents prometteurs et de repérer des projets innovants.

Calendrier de Publication

AVRIL

LUNDI	MARDI	MECREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
				17 Premières informations : Ouverture des dépôts	18 Réal : Bande d'annonce	19
20	21 Story : Débrief sur la réunion du midi	22	23	24	25 Réal : Itv de Mme Mercier	26
27	28 Story : Debrief sur la réunion du midi	29	30			

MAI

				1 Présentation des catégories	2	3
4	5 Story : Debrief sur la réunion du midi	6	7	8	9 Réal : Itv de Nada	10
11	12 Story : Debrief sur la réunion du midi Post : Annonce des nommés	13	14	15 Post : "Venez participer"	16	17
18 Ouverture des réservations	19 Story : Debrief sur la réunion du midi	20	21	22	23 Réal : Itv de	24
25	26 Story : Debrief sur la réunion du midi	27	28	29 Post : Lots à gagner	30	31 Post : Dernier jour pour déposer

JUIN

1 Post : Fermeture des dépôts	2 Story : Debrief sur la réunion du midi	3	4	5	6	7
8	9 Story : Debrief sur la réunion du midi	10	11	12 Post : Venez voter	13	14
15 Story : Vidéo Backstage préparatifs	16 Story : Vidéo Backstage préparatifs Post : c'est le dernier jour pour réserver et fermeture des votes	17 Stories : Vidéo Backstage préparatifs + "C'est ce soir !"	18	19	20	21
22 Post : carrousel retour en image	23	24	25	26	27	28



déposants



public



déposants et public

Cibles

Cible 1 - Déposants :

La cible qui dépose des réalisations ou des travaux sont uniquement les étudiants de MMI situés sur Grenoble

Cible 2 - public du festival :

L'entourage, qui inclut la famille du déposant ainsi que ses amis ou proches.

Les étudiants, notamment ceux d'autres départements, mais aussi des étudiants plus jeunes, comme des lycéens, qui viennent découvrir les travaux réalisés en MMI.

Les professionnels, comme les travailleurs à la recherche de stagiaires, les professeurs impliqués dans l'événement, ainsi que le jury qui évalue les travaux présentés.

Déposants

Personas

voir Annexes

- Pierre est en 3ème année de BUT MMI à Grenoble. Il est content d'avoir découvert Multimédi'Alpes récemment et se donne à fond pour créer une vidéo de qualité afin de la présenter. Il compte sur l'événement pour compléter son portfolio et faire parler de son talent pour le montage.
- Cloé est étudiante en 1er année en BUT MMI à Grenoble. Durant cette première année elle se met au défi de participer à Multimédi'Alpes pour présenter son travail, elle et ses amis espèrent la voir gagner un prix pour son travail même si sa timidité la freine dans son projet.

nous avons ici une première personne en 3ème année très extravertie qui participe pour des raisons professionnelles et une personne en 1er année plus réservée qui participe pour prendre confiance en elle et son travail

Personas

voir Annexes

Public du festival

- Tristan est un travailleur passionné par le montage. Il a monté son entreprise et cherche des employés. C'est son ami, professeur en MMI à Grenoble qui lui a parlé du festival. Etant curieux, il a voulu voir Multimédi'Alpes.
- Sarah est une lycéenne, elle se rend au festival pour voir les travaux de son frère. Elle espère aussi en apprendre davantage sur la formation MMI

Nous avons ici un professionnel qui souhaite élargir son réseau et se laisser surprendre par le travail des étudiants tout en passant un moment agréable. Et nous avons aussi une lycéenne qui vient pour se faire une idée de ce qu'est la formation MMI et voir le travail fait par son frère.

Personas

voir Annexes

Déposant *Étudiant qui veut améliorer son portfolio*

Attente :

Le festival permet de présenter un projet artistique et de se faire découvrir. Il espère aussi gagner un prix. Il espère que cette participation vas lui permettre de se faire repérer par un professionnel il souhaite vivre une expérience enrichissante tout en découvrant de nouvelles idées. et en passant un bon moment

Promesse :

Ce festival est entièrement gratuit et te permet de montrer ton travail au grand jour. C'est une occasion unique de recevoir des retours constructifs de professionnels, mais aussi de potentiellement remporter un prix pour récompenser ta créativité et ton travail acharné.

Bénéfice :

En participant, tu vas pouvoir élargir ton réseau professionnel. Tu recevras des retours constructifs qui t'aideront à aller plus loin dans tes réalisations. Le festival est un moyen de te faire connaître, de renforcer ton portfolio et d'acquérir de la crédibilité. C'est une vraie chance de te valoriser, d'obtenir de la reconnaissance et de donner un coup de pouce à ton avenir professionnel.

Ton :

Pédagogique, compétitif, créatif et dynamique.

Message :

"Venez montrer votre talent au grand public et ouvrez vous à de nouvelles opportunités !"

Preuve :

Des témoignages d'étudiants ayant participé aux éditions précédentes, qui ont non seulement gagné des prix, mais ont aussi trouvé des opportunités professionnelles grâce au festival.

Personas

voir Annexes

Déposant *Étudiante timide*

Attente :

Le festival représente une chance de se dépasser, de présenter un projet artistique et de se faire découvrir. Entourée de ses amis qui la soutiennent, elle espère aussi gagner un prix et découvrir le monde de Multimédi'Alpes pour la première fois.

Promesse :

Ce festival est entièrement gratuit et te permet de montrer ton travail au grand jour. C'est une occasion unique de recevoir des retours constructifs de professionnels, mais aussi de potentiellement remporter un prix pour récompenser ta créativité et ton travail acharné.

Bénéfice :

En participant, tu vas non seulement pouvoir faire découvrir ton projet à un public élargi, mais tu bénéficieras aussi de précieux retours de la part de professionnels du secteur. Cela pourra t'aider à progresser et à affiner tes compétences pour la suite de ton parcours. Ce festival est un tremplin pour ta carrière, te permettant de te faire connaître tout en te challengant.

Ton :

Le ton est inspirant, accessible et chaleureux, un mélange de motivation et de soutien pour encourager la participation.

Message :

"Lance-toi. On a hâte de découvrir ton talent !"

Preuve :

Des témoignages d'étudiants ayant participé aux éditions précédentes, qui ont non seulement gagné des prix, mais ont aussi pris confiance en eux grâce au festival.

Personas

voir Annexes

Professionnels

Attente :

Le festival est une occasion de passer un moment enrichissant tout en découvrant des projets intéressants. L'ambiance est conviviale. En tant que professionnel, l'objectif est de repérer de nouveaux talents, en particulier des étudiants motivés pour effectuer des stages ou débiter leur carrière dans le domaine du multimédia.

Promesse :

Ce festival est entièrement gratuit. Ils vous offrent l'opportunité de découvrir des créations originales réalisées par les étudiants du BUT MMI de Grenoble. Vous pourrez apprécier leurs réalisations, leur créativité et leur vision personnelle du multimédia.

Preuve :

Les témoignages de professionnels ayant participé aux éditions précédentes peuvent témoigner de la qualité des projets et de l'impact positif du festival sur leur réseau.

Et des témoignages d' étudiants en MMI qui ont trouvé des stages ou des opportunités professionnelles grâce au festival.

Bénéfice :

Votre présence permet aux étudiants de se confronter à un environnement professionnel, de recevoir des retours constructifs et de mieux comprendre les attentes du secteur. Vous avez l'opportunité de rencontrer d'autres professionnels du secteur multimédia, d'échanger des idées et de renforcer votre réseau. Ce festival est un excellent moyen de repérer de jeunes talents créatifs et motivés qui pourraient devenir des stagiaires ou collaborateurs au sein de votre entreprise.

Ton :

Le ton du message est professionnel et convivial

Message :

"Rencontrez de nouvelles personnes et élargissez votre réseau !"

Personas

voir Annexes

Entourage *Lycéenne, petite sœur d'un étudiant MMI*

Attente :

Passer un bon moment en découvrant de nouvelles œuvres et de nouvelles personnes. Regarder le spectacle, explorer les créations des étudiants et en apprendre davantage sur le monde de la MMI .

Promesse :

Le festival est entièrement gratuit et te permet de découvrir le travail fascinant réalisé par des étudiants en MMI. C'est l'occasion idéale pour voir de près ce qu'ils créent et comprendre ce qui se cache derrière cette formation.

Preuve :

Les témoignages de professionnels ayant participé aux éditions précédentes peuvent témoigner de la qualité des projets et de l'impact positif du festival sur leur réseau.
Et des témoignages d' étudiants en MMI qui ont trouvé des stages ou des opportunités professionnelles grâce au festival.

Bénéfice :

Tu pourras découvrir les œuvres réalisées par ton frère, l'encourager. Ce sera aussi une belle opportunité de voir concrètement ce qu'on fait en MMI, et pourquoi pas, te donner envie de t'engager dans cette voie plus tard!

Ton :

Le ton du message est Léger, dynamique, enthousiaste.

Message :

Viens découvrir le travail réalisé par des étudiants en MMI et vivre une expérience inspirante !"

Benchmark

1. Analyse des 3 éditions passées

Analyse du site web



Les couleurs sont davantage “ternes” avec de la couleur taupe, corail et abysse, surtout que ce n’est pas très chaleureux, il n’y a pas d’animation. Cependant, il ne faut pas oublier que c’est la première version officielle de Multimédi’Alpes dans les sites web.



Le site web semble moins attractif. Pour commencer, il y a les couleurs vives, mais dans les tons froids, le background est blanc, même si c’est épuré, mais vide. Il n’y a pas d’animation, les polices sont un peu trop carrées, voire sans touche de créativité. Même si c’était fait sur Wordpress, on dirait que le “CSS” n’a pas vraiment été modifié davantage.



Le festival pour les étudiants MMI,

2025

Les couleurs de la direction artistique sont de couleurs rouge, orange et jaune, ce sont des couleurs chaudes. De plus, il y a une mascotte ressemblant à une tablette qui fait référence au multimédia.

Les polices sont simples, avec des animations simples et efficaces qui rendent le site web dynamique. Des boutons et des liens sont cliquables, ce qui incite une action de la part du spectateur - en lien avec la phase "inciter à l'action" du modèle AIDA.

L'identité visuelle a un côté vintage. La stratégie est essentiellement centrée sur le dynamisme et l'esprit de cohésion.

Analyse de l'Instagram

2025[Images Annexes](#)

La direction artistique des publications est cohérente, avec la couleur bleue plus marquée que sur le site web.

La mascotte est systématiquement présente, renforçant l'identité visuelle.

Dans l'ensemble, les visuels sont clairs et épurés, mettant en avant les informations essentielles.

Les descriptions qui accompagnent les posts sont courtes, mais efficaces, ce qui favorise une communication directe et percutante.

2024[Images Annexes](#)

La direction artistique est cohérente.

Les visuels sont simples et efficaces avec la mise en avant des titres et non des informations en tant que tel - ce qui enlève l'effet percutant de la communication.

2023[Images Annexes](#)

La direction artistique est cohérente dans l'ensemble.

Cependant, les visuels apparaissent relativement simples et manquent parfois d'originalité ou de recherche graphique.

On note toutefois un post intéressant mettant en avant l'équipe organisatrice, ce qui apporte une dimension humaine.

2. SWOT

des Instagram essentiellement

FORCES

- date clés mises en évidences
- Cohérence visuelle : la direction artistique est homogène avec une identité graphique claire
- Clarté et visibilité : les visuels sont globalement épurés, mettent bien en avant les informations essentielles et facilitent la compréhension
- Descriptions efficaces : textes courts et percutants

FAIBLESSES

- Manque de créativité : plusieurs visuels sont trop simples ou peu recherchés, ce qui peut réduire l'impact esthétique

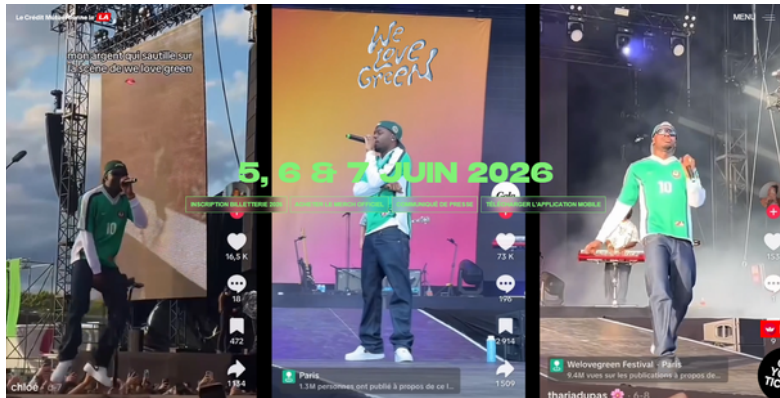
OPPORTUNITES

- Mettre en avant davantage les backstages (anecdotes, équipes, préparatio...): humaniser la communication

MENACES

- Risque de lassitude : sur des visuels trop similaires, trop simples et donc peu attractifs

3. Analyse des visuels du festival We Love Green

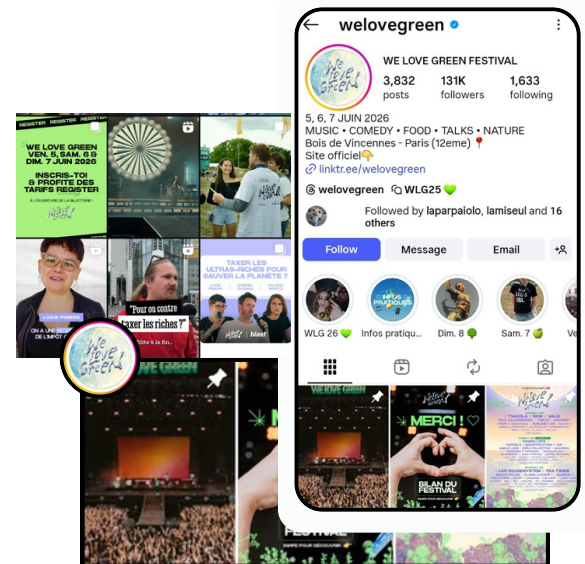


La communication visuelle de We Love Green incarne une véritable identité de marque.

Les visuels développent un esprit de communauté et de bienveillance, renforçant le sentiment d'appartenance.

La direction artistique, identifiable par son vert clair et son violet pastel, se décline avec cohérence sur tous les canaux – du site officiel aux contenus Instagram (stories, réels, postes carrousel).

Ce visuel, à la fois dynamique et informatif, permet au festival d'attirer tout en transmettant efficacement ses valeurs et sa programmation.



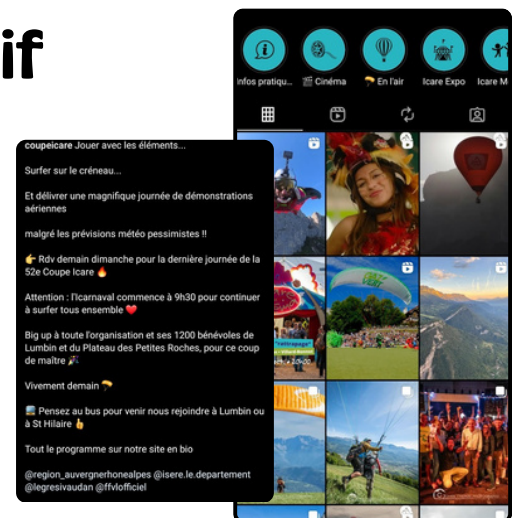
4. Analyse de la communication d'un événement créatif

La Coupe Icare développe une communication dynamique et variée sur les réseaux sociaux.

Elle se sert de différents formats : stories à la une, posts carrousel, reels, dont des photos et vidéos récapitulatives, complétés par des posts informatifs.

grdf_sudest La @coupeicare, c'est des déguisements incroyables, des pilotes qui nous font rêver... et un festival qui pense aussi à demain 🌱. Nous avons mis en place un dispositif de tri avec @aremacs.aura pour que les biodéchets soient collectés et valorisés 🌱. Grâce à la méthanisation, ces restes alimentaires deviennent du gaz vert pour produire de l'énergie renouvelable, et de l'engrais naturel qui revient aux agriculteurs locaux. Entre fête, créativité et engagement, l'objectif reste le même : préserver l'environnement unique de Saint-Hilaire et prouver qu'on peut s'amuser tout en étant responsables. Et toi, tu as croisé le super-héros GRDF sur le festival ? 🦸🏻♂️

#Coupeicare #GRDFSE #GazVert #Biodechets #AgricultureDurable #FestivalsEngagés @region_auvergnehonealpes @isere.le.departement @legresivaudan @ffvlofficiel @prevolparapente @airalpin



Les descriptions sont travaillées avec des mots-clés et des hashtags pertinents, ainsi que des émojis qui transmettent émotion et humanité, tout en présentant les informations de manière claire et accessible.

Le festival collabore également avec des créateurs de contenu Instagram, renforçant ainsi sa visibilité et sa communauté.

Annexes

Déposants



PIERRE

- 21 ans
- BUT MMI 3ème année
- Etudie à Grenoble
- Vit à Voiron

DESCRIPTION

Pierre est arrivé en 3ème année au BUT MMI à Grenoble. Il est content d'avoir découvert Multimédi'Alpes récemment et se donne à fond pour créer une vidéo de qualité pour la présenter. Il compte sur l'événement pour faire parler de son talent pour le montage.

PERSONNALITÉ

- Extraverti
- Facile à vivre
- Mature

LOISIRS ET INTÉRÊTS

- Sortir avec ses amis
- Jouer aux jeux-vidéos
- Regarder des vidéos YouTube

OBJECTIFS

- Envie de se challenger
- Compléter son portfolio
- Souhaite présenter une vidéo
- Améliorer la visibilité de son travail
- Être repéré par un professionnel

FREINS

- A découvert tardivement le festival Multimédi'Alpes
- Manque de temps pour réaliser ce qu'il souhaite proposer
- En alternance (moins disponible)

SOURCES D'INFORMATION

- Professeurs

EN PLUS

- Il est hyper investi et passe beaucoup de temps sur son projet



CLOÉ

- 19 ans
- BUT MMI 1er année
- Vit et étudie à Grenoble

DESCRIPTION

Cloé est étudiante à Grenoble en BUT MMI. Durant cette première année elle se met au défi de participer à Multimédi'Alpes pour présenter son travail, elle et ses amis espèrent la voir gagner un prix pour son travail.

PERSONNALITÉ

- Timide
- Terre à terre
- Joviale

LOISIRS ET INTÉRÊTS

- Sortir avec ses amis
- Écrire des poèmes
- Lire des livres

OBJECTIFS

- Participer à Multimédi'Alpes
- Remporter une récompense
- Gagner de la confiance et de la fierté
- Souhaite présenter un travail écrit
- Avoir une valorisation de son travail

FREINS

- A peur du jugement
- N'a jamais montré son travail au grand public

SOURCES D'INFORMATION

- Actualités
- Bouche à oreille
- Réseaux sociaux

EN PLUS

- Ses amis l'ont poussé à participer

Public du festival



SARAH

- 17 ans
- En terminale
- Au lycée à Grenoble
- Petit frère d'un participant

DESCRIPTION

Sarah est une lycéenne, elle se rend au festival pour voir les travaux de son frère. Elle espère aussi d'en apprendre davantage sur la formation MMI.

PERSONNALITÉ

- Confiante
- Autonome
- Ambitieuse

LOISIRS ET INTÉRÊTS

- Dessiner
- Faire de l'animation
- Faire du sport

OBJECTIFS

- Découvrir le festival
- Encourager son frère
- Passer un bon moment
- Envisager la formation

FREINS

- Sa disponibilité
- Ne peut pas rester longtemps

SOURCES D'INFORMATION

- Réseaux sociaux
- Son frère

EN PLUS

- A hâte de voir le travail de son frère



TRISTAN

- 31 ans
- Patron d'une entreprise d'audiovisuel
- Travaille à Grenoble
- Vit à Saint Martin d'Heres

DESCRIPTION

Tristan est un travailleur passionné par le montage. Il a monté son entreprise et cherche des employés. C'est son ami, professeur en MMI à Grenoble qui lui a parlé du festival. Etant curieux, il a voulu voir Multimédi'Alpes.

PERSONNALITÉ

- A l'écoute
- Créatif
- Curieux

LOISIRS ET INTÉRÊTS

- Faire du montage
- Aime découvrir de nouvelles personnes
- Faire de la randonnée

OBJECTIFS

- Chercher un stagiaire
- Trouver des talents
- Découvrir le festival

FREINS

- Sa disponibilité
- Connais peu l'évènement
- L'horaire des transports

SOURCES D'INFORMATION

- Réseaux sociaux
- Professeurs

EN PLUS

- Il espère être surpris et rencontrer des personnes pour agrandir son réseaux

2025



2024



2023

