

PLAN DE COMMUNICATION

SLEMM

INTEGRATION DES NOUVEAUX ARRIVANTS
À METZ

L3 INFORMATION COMMUNICATION
2022-2023



**UNIVERSITÉ
DE LORRAINE**

EVIE COQUARD-SIBOUNI
MAELLE DUTECH
SIMON KLEIN
MANON GONGORA
LAURE HAPEAU

QUI SOMMES NOUS ?

NOUS SOMMES CINQ ÉTUDIANTS EN TROISIÈME ANNÉE DE LICENCE INFORMATION-COMMUNICATION.

DANS LE CADRE DE NOTRE TD PROJET DE COMMUNICATION, NOUS DEVONS MONTER UN PROJET. NOUS AVONS DONC IMAGINÉ LA CRÉATION D'ACTIVITÉS LUDIQUES POUR DÉCOUVRIR LA VILLE DE METZ ET SES ENDROITS CONVIVIAUX TOUT EN CRÉANT UNE COMMUNAUTÉ D'ÉTUDIANTS.

POUR CE FAIRE, NOUS NOUS SOMMES BASÉS SUR NOS EXPÉRIENCES ET AVONS VOULU DONNER UNE PART DE NOUS À CE PROJET D'OÙ SON NOM : SLEMM, L'ACRONYME DE NOS PRÉNOMS.



Laure



Maelle



Simon



Evie



Manon

SOMMAIRE

PAGE 4	NOTRE PROJET
PAGE 5	CONTEXTE GÉNÉRAL
PAGE 6 - 8	NOS CIBLES ET PERSONA
PAGE 9	NOS OBJECTIFS
PAGE 10	SWOT ET PROMESSE
PAGE 11	ÉLÉMENTS DE LANGAGE
PAGE 12	LIGNE ROUGE
PAGE 13	SONDAGE
PAGE 14	NOTRE PLANNING
PAGE 15 - 16	NOS SOLUTIONS
PAGE 17	NOS RÉSEAUX SOCIAUX
PAGE 18	SOURCES

NOTRE PROJET

SLEMM EST AVANT TOUT UN PROJET DE RENCONTRE, D'INTÉGRATION ET DE DÉCOUVERTE.

AUJOURD'HUI, BEAUCOUP D'ÉTUDIANTS SOUFFRENT D'UNE MAUVAISE INTÉGRATION AU SEIN DE LEUR PROMOTION. TIMIDITÉ OU ENCORE MÉCONNAISSANCE DE LA VILLE D'ÉTUDES, IL ÉTAIT IMPORTANT POUR LES MEMBRES DE NOTRE GROUPE DE TROUVER UNE SOLUTION.

POUR CE FAIRE, NOUS AVONS IMAGINÉ UN PROJET PRÉSENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX QUI SE CONCRÉTISERAIT PAR UN GRAND ÉVÉNEMENT, UNE JOURNÉE DE RENCONTRE ENTRE NOUS ET LES NOUVEAUX OU FUTURS NOUVEAUX ÉTUDIANTS. DURANT CETTE JOURNÉE DE DÉCOUVERTE, NOUS PROPOSERONS DES ACTIVITÉS LUDIQUES, ET MÊME DES PETITS CONCOURS.

SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX, NOUS PARTAGERONS UN GUIDE DÉTAILLÉ DES MEILLEURS ENDROITS DE LA VILLE DE METZ.

DE PAR NOTRE EXPÉRIENCE ET NOTRE CONNAISSANCE DE LA VILLE DE METZ, NOUS PARTAGERONS AINSI NOS ENDROITS FAVORIS ET LES PLUS CONVIVIAUX. MAIS ÉGALEMENT, NOUS GUIDERONS LES NOUVEAUX ARRIVANTS À TRAVERS LES RUES DE NOTRE SI BELLE VILLE.

DANS CE PROJET, NOUS CIBLONS MAJORITAIREMENT UN PUBLIC ÂGÉ DE 18 À 25 ANS.

CONTEXTE GÉNÉRAL

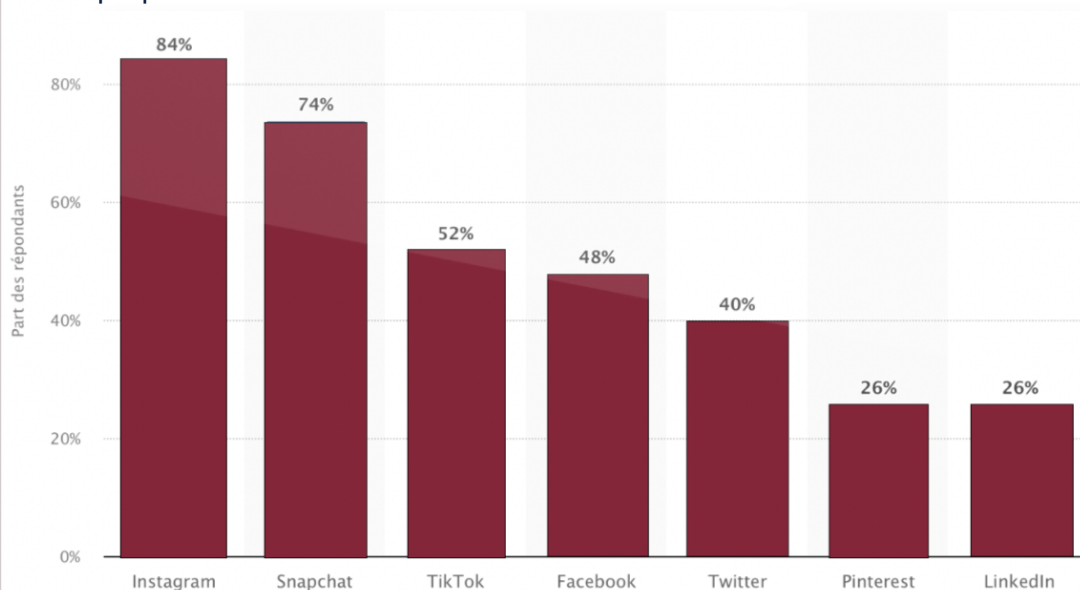
24000

C'EST LE NOMBRE D'ÉTUDIANTS QUE
COMPTE LA VILLE DE METZ EN 2022.

3 SUR 4

C'EST LE NOMBRE D'ÉTUDIANTS QUI
SOUFFRENT DE SOLITUDE EN FRANCE.

Proportion de jeunes Français âgés de 16 à 25 ans utilisant les réseaux sociaux en 2022, par plateforme



NOS CIBLES ET PERSONA

VOICI **SASHA**

ÂGE: 18 ANS

STATUT: CÉLIBATAIRE

DOMICILE: METZ

ÉTUDIANTE EN INFORMATION-
COMMUNICATION

APRÈS AVOIR OBTENU SON
BACCALAURÉAT À DIJON, SASHA A
INTÉGRÉ L'UNIVERSITÉ DE LORRAINE EN
PREMIÈRE ANNÉE DE LICENCE
INFORMATION-COMMUNICATION, CAR
C'EST LE SEUL ENDROIT OÙ ELLE A ÉTÉ
ACCEPTÉE.

SASHA EST QUELQU'UN
D'EXTRAVERTIE, ELLE AIME LE
PATRIMOINE CULTUREL ET
SOUHAITE AGRANDIR SON
CERCLE D'AMIS TOUT EN
DÉCOUVRANT LA VILLE QU'ELLE
VIENT D'INTÉGRER. ELLE
S'INFORME PAR LE BIAIS DES
RÉSEAUX SOCIAUX, SUR LESQUELS
ELLE PASSE BEAUCOUP DE TEMPS.



VOICI CAMILLE

ÂGE: 22 ANS

STATUT: CÉLIBATAIRE

DOMICILE: METZ

ÉTUDIANT EN L3 INFORMATION-
COMMUNICATION

APRÈS AVOIR OBTENU SON BACCALAURÉAT À
STRASBOURG, CAMILLE A INTÉGRÉ
L'UNIVERSITÉ DE LORRAINE EN TROISIÈME
ANNÉE DE LICENCE INFORMATION-
COMMUNICATION POUR REJOINDRE LE
PARCOURS DE PROFESSIONNALISATION QUI
LUI CORRESPONDAIT

CAMILLE EST UN GARÇON
TIMIDE ET PLUTÔT
RENFERMÉ. IL ACCORDE UN
GRAND INTÉRÊT POUR LA
PHOTOGRAPHIE ET LES
VOYAGES. IL AIMERAIT SE
FAIRE DE NOUVEAUX AMIS ET
DÉCOUVRIR LA VILLE QUI LUI
EST ENCORE INCONNUE.



NOTRE COEUR DE CIBLE:

ÉTUDIANTS DE 18-21 ANS, ISOLÉS,
QUI NE CONNAISSENT PAS LA
VILLE DE METZ

NOTRE CIBLE PRINCIPALE:

JEUNES DE 18-25 ANS, ÉTUDIANTS
OU SALARIÉS, LES NOUVEAUX
ARRIVANTS À METZ ET CEUX QUI
VEULENT RECONTRER DU MONDE

NOTRE CIBLE SECONDAIRE:

LES TOURISTES, LES PERSONNES PLUS OU
MOINS INTROVERTIES EN QUÊTE DE
NOUVELLES RENCONTRES.



NOS OBJECTIFS

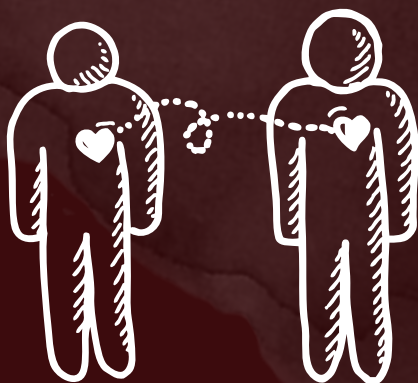
NOTRE PROJET VISE À INTÉGRER LES ÉTUDIANTS AU SEIN DE LA VILLE DE METZ EN LEUR DONNANT UNE OCCASION DE SE RENCONTRER AINSI QUE DE DÉCOUVRIR DIFFÉRENTS LIEUX DE LA VILLE.

L'ENJEU ICI EST DE SUSCITER L'INTÉRÊT À NOTRE PROJET PRINCIPALEMENT VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX. AINSI, NOUS AIMERIONS GAGNER EN VISIBILITÉ PAR LE BIAIS DE POSTS ET DE STORY AVEC COMME OBJECTIF D'ATTEINDRE D'ICI MAI 200 ABONNÉS SUR INSTAGRAM ET 300 ABONNÉS SUR TIKTOK. POUR CELA, NOUS PRÉVOYONS DE PUBLIER UN POSTE PAR SEMAINE À PARTIR DE JANVIER DE MANIÈRE PONCTUELLE SUR NOS DIFFÉRENTS RÉSEAUX-SOCIAUX. LES CONTENUS SERAIENT DIFFÉRENTS SELON LE RÉSEAU ET CELA DEVRAIT DURER JUSQU'À MAI 2023.



LES OBJECTIFS COGNITIFS

LES OBJECTIFS AFFECTIFS



POUR CRÉER UNE VÉRITABLE COMMUNAUTÉ DYNAMIQUE, ON VEUT FAIRE EN SORTE QUE LES POTENTIELS PARTICIPANTS S'IDENTIFIENT ET ADHÈRENT TOTALEMENT AU PROJET. POUR CELA, NOUS AVONS LANCÉ UN SONDAGE SOUS UNE FORME LUDIQUE POUR MIEUX CONNAÎTRE NOS PUBLICS CIBLES ET LEURS BESOINS. AVEC CELUI-CI, NOUS AVONS EU 110 RÉPONSES POUR 100 RÉPONSES ATTENDUES. NOUS PRÉVOYONS ÉGALEMENT D'AVOIR ENTRE 20 ET 40 PARTICIPANTS LE JOUR MÊME DE L'ÉVÉNEMENT. AFIN DE POUVOIR FORMER CETTE COMMUNAUTÉ, NOUS ENVISAGEONS DE CRÉER DES GROUPES DE DISCUSSIONS SUR LES COMPTES DES RÉSEAUX-SOCIAUX POUR QUE DES LIENS PUISSENT COMMENCER À SE TISSER ENTRE LES POTENTIELS FUTURS PARTICIPANTS ET POURQUOI PAS LE FAIRE DURER MÊME APRÈS LA RÉALISATION DU PROJET.

AFIN DE RÉALISER NOS OBJECTIFS CONATIFS, NOUS VOULONS CRÉER DES MINI-ÉVÉNEMENTS POUR PERMETTRE AUX PARTICIPANTS DE SE RENCONTRER ET DE TRANSPOSER LES LIENS VIRTUELS EN LIEN RÉEL ET LES AIDER À PATIENTER EN ATTENDANT L'ÉVÉNEMENT FINAL.

LES OBJECTIFS CONATIFS



SWOT ET PROMESSE

- PROPOSITION DE CRÉATION D'UNE COMMUNAUTÉ ÉTUDIANTE
- VALORISATION DE LA VILLE DE METZ ET DE SES LIEUX EMBLÉMATIQUES
- MISE EN PLACE D'ACTIVITÉS LUDIQUES

FORCES

- NE PAS CAPTER TOTALEMENT L'ATTENTION DES PARTICIPANTS
- SE PERDRE PAR MANQUE DE SENS DE L'ORIENTATION
- NE PAS RÉUSSIR À GÉRER UN GRAND GROUPE

FAIBLESSES

- LIEUX DIVERS AFIN DE PERMETTRE À CHACUN DE TROUVER SES GOÛTS
- PÉRIODE POST-COVID, VOLONTÉ DE SORTIR ET DE DÉCOUVRIR
- VILLE ÉTUDIANTE AVEC DIFFÉRENTES ASSOCIATIONS

OPPORTUNITÉS

- CRÉATION DE PROJETS SIMILAIRES PAR LA VILLE DE METZ
- LES IMPRÉVUES QUI BOUSCULENT DE L'ORGANISATION DU PROJET
- DES PERSONNES EXTÉRIEURES EMPÊCHENT LA RÉALISATION DU PROJET

MENACES

LA PROMESSE DE NOTRE PROJET EST DE :

- PROPOSER À DES NOUVEAUX ÉTUDIANTS/ÉTUDIANTES DE SE RENCONTRER POUR TISSER DES LIENS ET ROMPRE L'ISOLEMENT SOCIAL DANS LEQUEL ILS SE LAISSENT FACILEMENT ENFERMER.
- PERMETTRE À CES ÉTUDIANTS DE SE FAMILIARISER AVEC LEUR VILLE D'ÉTUDES.

ÉLÉMENTS DE LANGAGE

**"NOUS SOMMES 5
ÉTUDIANTS EN
INFORMATION
COMMUNICATION."**

**"NOUS VOULONS RÉDUIRE LA
SOLITUDE QUI PEUT ÊTRE RESSENTIE
CHEZ LES JEUNES ÉTUDIANTS ET
APPORTER DES SOLUTIONS."**

**"NOTRE OBJECTIF EST
D'ORGANISER DE NOUVELLES
RENCONTRES ÉTUDIANTES TOUT
EN FAISANT DÉCOUVRIR LA VILLE
DE METZ."**

LA LIGNE ROUGE



ON NE VEUT PAS QUE L'ON
PENSE QU'IL S'AGIT D'UNE VISITE
TOURISTIQUE DE METZ, MAIS
BIEN UNE DÉCOUVERTE POUR
LES ÉTUDIANTS.

ET

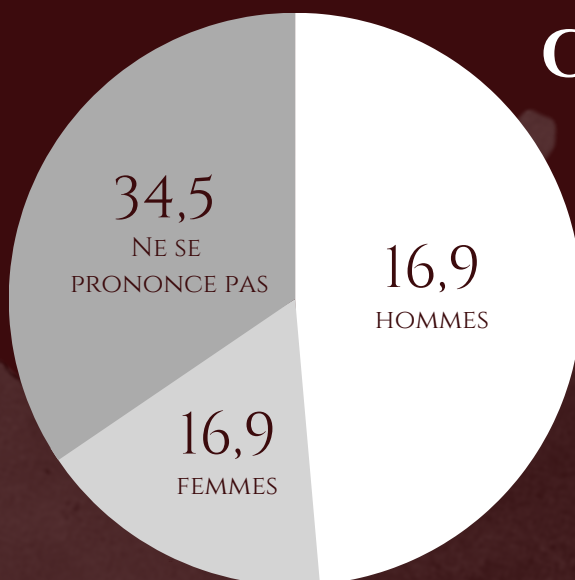
ON NE VEUT PAS QUE LES GENS
S'ENNUIENT ET FINISSENT PAR PARTIR.



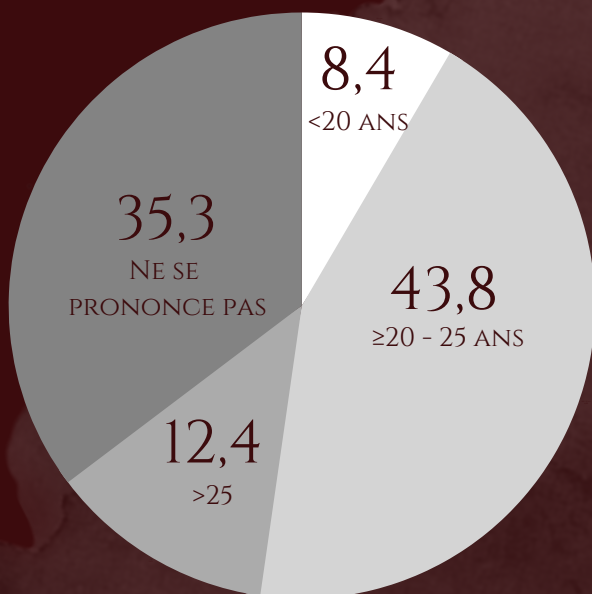
SONDAGE

**SUR 110
SONDÉS**

GENRES



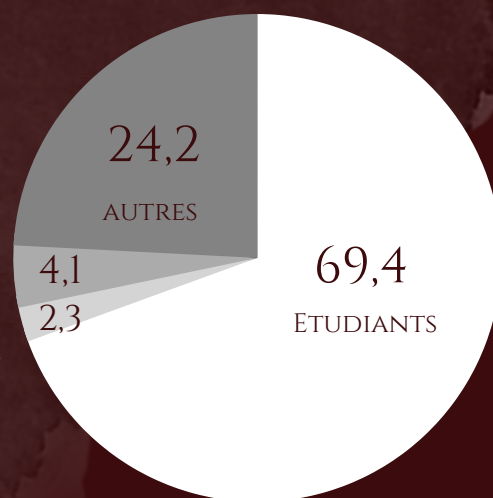
AGE



CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

FUTURS ETUDIANTS
OU SANS EMPLOI

SALARIÉS



40%

SOUHAITENT
UN MOMENT
CONVIVIAL

29,4%

CONNAISSENT
PAS OU MAL
METZ

17,1%

PASSENT LE PLUS
CLAIR DE
LEUR TEMPS
SEUL

41,8%

SERAIENT PARTANT
POUR UN TEL
PROJET

NOTRE PLANNING

ACTIONS

DATES

COMMUNICATION

AVOIR 20 À 40
PARTICIPANTS

- CHOIX DU NOM ET DU LOGO (IDENTITÉ VISUELLE)
- LANCEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
- IMPRESSION ET DISTRIBUTION DE FLYERS

- NOVEMBRE - DÉCEMBRE
- JANVIER - FÉVRIER
- MARS

ANIMATION

RÉUSSITE DE
L'ÉVÈNEMENT

- LANCEMENT DU CONCOURS
- SOUS-ÉVÈNEMENT
- ÉVÈNEMENT FINAL

- DÉBUT AVRIL
- FIN AVRIL
- FIN MAI

BUDGET

NÉGOCIATION ET
ACHATS DES GOODIES

- NÉGOCIATION DES PRIX AVEC LES BARS/LIEUX
- COMMANDE BRACELETS
- COMMANDE ÉCOCUPS

- MARS
- DÉBUT AVRIL
- DÉBUT AVRIL

JURIDIQUE

ÊTRE JURIDIQUEMENT
CONFORME

- RÉDACTION DU RÈGLEMENTS DE L'ÉVÈNEMENT
- LANCEMENT DES INSCRIPTIONS ET DROIT À L'IMAGE

- JANVIER - FÉVRIER
- MARS

PARTENARIATS

OBTENIR DES LOTS ET
TARIFS ATTRACTIFS
POUR LE PUBLIC VISÉ

- CRÉATION DES DOSSIERS DE PARTENARIATS
- ACCORDS ASSOCIATIONS ET PARTENAIRES
- CONCOURS

- JANVIER
- FIN MARS
- DÉBUT AVRIL

NOS SOLUTIONS

**COMMENT ARRIVER
AU PROJET FINAL DE
SLEMM ?**



**GRÂCE AUX
RÉSEAUX SOCIAUX
!!!**

LES RÉSEAUX SERONT UN ATOUT DANS LA
COMMUNICATION DE NOTRE PROJET.
GRÂCE À DES POSTS RÉGULIERS, NOUS
ÉTABLIRONS DES GUIDES DE LA VILLE DE
METZ.



concours

ORGANISATION D'UN
CONCOURS AVEC NOS
PARTENAIRES



Création d'un sous-événement

- PRÉ-RENCONTRE ENTRE TOUS LES PARTICIPANTS
- DISCUSSIONS
- SOIRÉE AUTOUR D'UN VERRE...

NOS RÉSEAUX SOCIAUX



@SLEMMETZ



SLEMM.METZ@GMAIL.COM



@SLEMMETZ

SOURCES

NOMBRE D'ÉTUDIANTS À METZ:

[HTTPS://METZ.FR/ACTUS/2022/220926_METZ_DANS_LE_T
OP_30_DES_VILLES_ETUDIANTES.PHP](https://metz.fr/actus/2022/220926_METZ_DANS_LE_TOP_30_DES_VILLES_ETUDIANTES.PHP)

NOMBRE D'ÉTUDIANTS SOUFFRANT D'ISOLEMENT

[HTTPS://WWW.AIROFMELTY.FR/SOCIETES/3-ETUDIANTS-FRANCAIS-
SUR-4-SOUFFRENT-ACTUELLEMENT-DE-SOLITUDE-2729.HTML](https://www.airofmelty.fr/societes/3-etudiants-francais-sur-4-souffrent-actuellement-de-solitude-2729.html)

GRAPHIQUE RÉSEAUX SOCIAUX

[HTTPS://FR.STATISTA.COM/STATISTIQUES/1219169/UTILISATION-
RESEAUX-SOCIAUX-JEUNES-ADULTES-FRANCE/](https://fr.statista.com/statistiques/1219169/utilisation-reseaux-sociaux-jeunes-adultes-france/)

Arino