



# Cahier des charges

10 octobre 2016

Projet ¼ heure insolite

# Sommaire

|                             |          |
|-----------------------------|----------|
| <b>Sommaire</b>             | <b>2</b> |
| Le contexte                 | 4        |
| Notre client                | 4        |
| La demande                  | 5        |
| 1ère conférence             | 5        |
| 2ème conférence             | 5        |
| 3ème conférence             | 5        |
| La demande en Audiovisuel   | 5        |
| La demande en Communication | 6        |
| La demande en Graphisme     | 6        |
| L'Objectif du client        | 6        |
| Répartition des rôles       | 6        |
| Notre réponse à la demande  | 7        |
| Productions envisagées      | 7        |
| En Audiovisuel              | 7        |
| En Communication            | 7        |
| En Graphisme                | 8        |
| Budget Prévisionnel         | 8        |
| Risques et Solutions        | 9        |
| Retroplanning               | 10       |

## Le contexte

Kalypso, notre agence étudiante est composée de 12 membres de deuxième année du DUT MMI de Chambéry. Au cours de cette seconde année de notre DUT, 7 projets nous ont été confiés. Parmi ceux-ci, Le Quart d'Heure Insolite est le projet dont nous allons parler dans ce cahier des charges.

Qu'est-ce donc que le Quart d'Heure Insolite ? Il s'agit de mini-conférences interactives d'un quart d'heure orchestrées par Richard Taillet, qui visent à vulgariser un sujet insolite et scientifique afin qu'il soit compris de tous. Chaque conférence porte sur un sujet différent.

Ces conférences existent depuis 2012 et se déroulent à la Bibliothèque Universitaire du Bourget du Lac. La salle comporte une capacité d'environ 50 personnes et est toujours remplie.

Tout le monde a accès à ces conférences. Mais la plupart du public est constituée d'étudiants dont les élèves de Richard Taillet.

Cet événement existe depuis 4 ans et les MMI2 s'occupent de la communication autour des conférences et de la captation.

## Notre client

[Richard Taillet](#), lui-même, est notre client. Il est enseignant chercheur astrophysicien à l'université de Savoie. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages pédagogiques sur la Physique et filme ses cours pour les laisser à disposition sur [Youtube](#) (il cumule 18400 abonnés). Parallèlement à cela, nous pouvons le retrouver dans "[On n'est pas que des cobayes](#)" sur France 5 et très bientôt (décembre) avec France 5 également, dans un long métrage scientifique à travers le monde.

Informations complémentaires sur le client:

- [richard.taillet@lapth.cnrs.fr](mailto:richard.taillet@lapth.cnrs.fr)

## La demande

La demande de Richard Taillet est la suivante et portera sur 3 conférences:

### 1ère conférence

Mercredi 19 octobre à midi.

“ Le gorille Invisible” → Conférence à propos d’un livre de type psychologique qui comporte des aspects de physique que veut décrypter Richard Taillet. Le thème est “ les illusions”. Deux prestidigitateurs seront invités pour parler de ce que les illusions leur disent. Il y aura donc de l’interactions entre le client et les prestidigitateurs

### 2ème conférence

Mercredi 16 novembre à midi.

Le sujet de cette conférence portera sur Percival Lowell, astronome amateur qui croyait en la vie sur Mars. Et qui, malgré ses croyances farfelues, a réellement permis de réelles avancées dans l’astronomie grâce à ses découvertes.

### 3ème conférence

Mercredi 14 décembre à midi.

La conférence qui plait le plus au client, celle qui doit être la mieux mise en place. Elle portera sur un livre de science fiction et l’auteur Laurent Genefort sera présent. Le livre et ses aspects scientifiques plaisent énormément à Richard Taillet. Il veut tenter quelque chose de différent pour cette conférence dans la manière dont il va la présenter. Beaucoup d’interaction.

## La demande en Audiovisuel

Nous devons faire l’entière captation de ces trois conférences, à la BU. Nous donnerons ensuite les rushs au client qui s’occupe du montage et de publier sur les réseaux.

- Le client souhaite idéalement 3 caméras: un plan master fixe, un autre plan fixe, et une caméra stabilisée qui suivra Richard Taillet au cours de sa conférence.
- Le client voudrait que l’on résolve le problème suivant: comment filmer une table ronde ?

Les teasers n’ont pas de contraintes particulières. Il faut juste les faire valider par Richard Taillet, et lui envoyer pour qu’il les publie.

## La demande en Communication

Le client veut que l'on réponde à la question suivante: Comment faire pour faire venir des personnes d'entreprises de Technolac aux conférences ?

- Les affiches placardées 2 jours avant l'événement ne marchent pas tellement selon Richard Taillet.
- Et il faut également penser à communiquer là où vont manger les salariés le midi.

Richard Taillet s'occupe lui-même de la page Facebook et du compte Youtube.

## La demande en Graphisme

La demande du client est de réaliser trois affiches, une pour chaque conférence.

- Une affiche simple est demandée, avec le logo, la date, le titre...
- Éventuellement nous pouvons préparer une bannière Facebook par conférence.

## L'objectif du client

Faire venir un public nouveau: les salariés des entreprises de Technolac. Ils ne savent pas forcément que ces conférences leurs sont ouvertes et qu'il s'agit de vulgarisations scientifiques accessibles à tous.

## Répartition des rôles

| Nom/ Prénom  | Domaine de spécialité |
|--|-----------------------|
| Chauvin Valentin<br>Large Mathieu<br>Callens Solène                | Graphisme             |
| Donjon Arthur<br>Scalia Théo                                       | Communication         |
| Soucarre Clara<br>Gire Baptiste<br>Robert Pierre<br>Bougault Marie | Audiovisuel           |

## Notre réponse à la demande

Nous allons donc, pour répondre à la demande du client:

- Créer des affiches et teasers pour les trois conférences, les envoyer au client pour qu'il les relaye sur Facebook et Youtube.
- Effectuer la captation visuelle et sonore des conférences
- Communiquer dans d'autres lieux sur le campus pour attirer de nouvelles personnes.
- Envoyer nos rushes au client après la captation pour qu'il effectue le montage.

## Productions envisagées

### En Audiovisuel

- Nous allons réaliser de courts teasers alliant motion design et films pour faire passer les informations importantes (dates, lieu, ...) et donner envie d'assister aux conférences.
- Lors des captations, nous filmerons en 3 caméras comme souhaité par le client et nous lui transmettrons les rushes.

### En Communication

- Nous poserons des affiches et distribuerons des flyers sur le campus.
- Mais pour attirer un autre public nous distribuerons des tracts là où mangent les salariés des entreprises implantées sur le campus.

Savoie Technolac compte près de 230 entreprises innovantes. Nous allons nous focaliser sur les entreprises à proximité du campus, celles qui sont géographiquement les plus près du lieu des conférences. Nous avons notamment pensé à l'INES pour qui l'aspect scientifique de ces conférences pourrait intéresser.

En effet les employés n'ont pas forcément envie de prendre leur voiture, se garer, pour se rendre à une conférence qui durera quinze minutes. Nous voulons vraiment que les salariés se disent : " En effet c'est à côté, ça a l'air intéressant je vais me rendre à cette conférence". La proximité est un atout qui peut jouer pour attirer cette cible.

Les conférences se déroulent le midi. Les employés des entreprises ont sans doute du temps sur ce créneau là pour se restaurer et donc également pour venir assister aux mini-conférences de Richard Taillet. Pour trouver ces personnes nous allons nous rendre sur le temps de midi dans les lieux fréquentés par les salariés pour se restaurer:

- Happy Factory: deux concepts à une même adresse qui sont:  
Une "cantine chic" avec une cuisine raffinée, fraîche, servie en bocaux (sur place, à emporter ou à se faire livrer)

Et le business corner "La Factory", une élégante salle dédiée aux repas d'affaires ou aux personnes qui souhaitent déjeuner de façon classique, à l'assiette.

Happy factory est toute proche de l'IUT et donc pas très loin de la Bibliothèque Universitaire non plus.

- Les salariés peuvent venir aussi à la Cafétéria de l'Hélice acheter un sandwich.
- Et également à l'INSEEC Café.
- Nous transmettrons nos moyens de communication (affiches, bannières, teasers) au client pour qu'il s'occupe des publications.

## En Graphisme

Nous réaliserons 3 affiches simples avec les informations demandées: logo, date, titre...

- Nous pourrions créer des bannières Facebook en lien avec les conférences, qui rappellent les affiches placées dans le campus.

## Budget Prévisionnel

L'impression de 15 affiches en A3 couleur coûte 5,4€.

Il y a trois conférences donc 3 fois 5,4€, soit 16,20€ de budget.

## Risques et Solutions

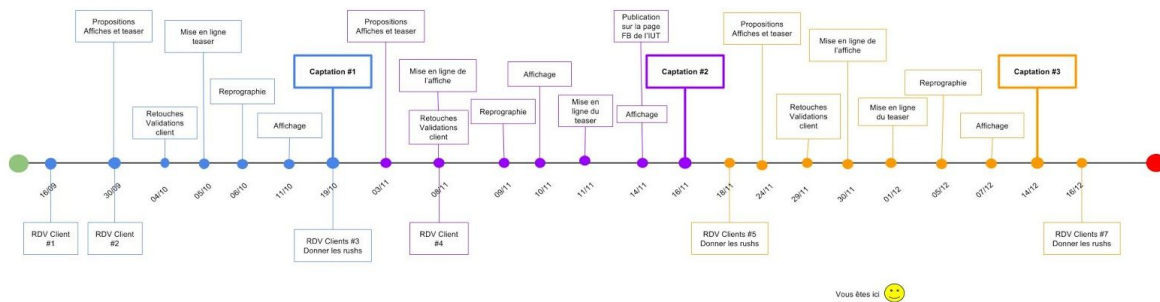
| Risques  | Solutions  |
|--|--|
| <b>Matériel</b>  |  |
| Défaillance du matériel Audiovisuel.   | Vérification du matériel avant les conférences et matériel de rechange au cas où.  |
| Grain sur l'image  | Vérification des réglages effectués sur les 3 caméras avant les captations de sorte à avoir 3 images ayant des réglages similaires.  |
| Son saturé   | Tests et retour oreillette.  |
| <b>Communication</b>   |  |
| Pas de salariés de Technolac à la première conférence.   | Réitérer des actions de communication dans les lieux où se trouve la cible à atteindre. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Flyers, Mails</li> <li>- En parler simplement avec eux lors de leur pause de 12h pour leur faire découvrir ces conférences</li> <li>- Se rendre là où ils se trouvent sur le campus pour en parler directement avec eux.</li> </ul> |
| <b>Humains</b>   |  |
| Une des personnes en charge de la captation n'est pas disponible le jour d'une conférence (maladie, etc...)                            | Remplacement par une autre personne de l'agence même si ce n'est pas son domaine.<br>Expliquer à l'avance au reste de l'agence quoi faire lors d'une captation.  |
| <b>Captations</b>  |  |
| La 3e conférence est celle qui a le plus d'enjeux pour le client. Il souhaite inviter un auteur d'un livre et que cette captation soit | Analyser et débriefer les 2 premières conférences. Voir les points faibles et les  |



absolument réussie.  
Risque donc: décevoir le client sur cette dernière captation.

points forts que nous avons pu avoir et travailler dessus de sorte que tout soit en place pour la dernière conférence.

## Retroplanning



### Signature de l'agence

Date précédée de la mention "lu et approuvé"

### Signature du client

Date précédée de la mention "lu et approuvé"