

Note d'intention

Le Quart d'Heure Insolite

L'environnement de l'événement

Nous sommes Kalypso, une agence d'étudiants en deuxième année du DUT MMI et nous sommes en charge cette année du projet Quart d'Heure Insolite.

Notre client est Richard Taillet, un enseignant chercheur en astrophysique. Son projet est Le Quart d'Heure Insolite. C'est un événement qui existe depuis 4 ans et qui se déroule une fois par mois (de octobre à décembre) à la bibliothèque étudiante. Il s'agit de conférence de format court: 15 min, et permet de vulgariser des savoirs scientifiques et ensuite d'interagir avec le public sur le sujet évoqué.

Nos objectifs

- Créer les visuels (affiches, flyers et teasers) pour les 3 conférences.
- Veiller au bon déroulement des captations filmiques et sonores des événements.
- Attirer un nouveau type de public: les salariés des entreprises de Technolac.
- Informer les étudiants du campus, habitués ou non, à l'existence de ces conférences (date, sujet, lieu, heure)

Les moyens et solutions

Nous sommes une équipe de 12 étudiants dont: 4 en spécialité Audiovisuel, 2 en Communication, 3 en Graphisme et 3 en Programmation. Nous avons ainsi les moyens nécessaires d'assurer la communication visuelle et la captation des conférences.

L'IUT nous met à disposition du matériel audiovisuel (micros, caméras, trépieds), et certains d'entre nous disposent également de leur propre matériel.

- Pour créer les visuels nous allons mettre en application nos compétences acquises en première année du DUT ainsi que nos savoirs personnels. Ainsi nous pourrons proposer différentes affiches pour que le client choisisse laquelle il préférera.
- Pour ce qui est des captations, nous allons veiller à la préparation du matériel à l'avance, ainsi qu'aux réglages de l'image et du son les jours des conférences. Puis nous filmerons selon la demande du client, avec 3 caméras: deux fixes et une stabilisée. Ensuite, nous lui donnerons les rushes puisqu'il souhaite réaliser lui-même le montage de ses conférences.
- Pour attirer un nouveau public, les salariés, nous allons nous déplacer dans les lieux où ils se trouvent aux pauses de midi: Happy Factory par exemple. Ainsi que d'autres cafétérias. Nous leur donnerons des flyers et les informerons que ces conférences existent et leur sont ouvertes.
- Pour les étudiants, nous disposerons des affiches sur le campus, et nous utiliserons la page Facebook du Quart d'Heure Insolite (1079 j'aime) pour communiquer autour des conférences.

Les risques

Risques	Solutions
Matériel	
Défaillance du matériel Audiovisuel.	Vérification du matériel avant les conférences et matériel de rechange au cas où.
Grain à 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.
Communication	
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"> - Flyers - Mails - En parler simplement avec eux lors de leur pause de 12h pour leur faire découvrir ces conférences
Humains	
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. Expliquer à l'avance au reste de l'agence quoi faire lors d'une captation.
Captations	
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 absolument réussie. Risque donc: décevoir le client sur cette dernière captation.	Analyser et débriefer les 2 premières conférences. Voir les points faibles et les points forts que nous avons pu avoir et travailler dessus de sorte que tout soit en place pour la dernière conférence.