
Plan de communication

Projet WELOW 2023-2024

Version	Action	Date	Auteur·rice·s
V1	écriture	04/11/2023	Danaé, Martin B.
V2	reformulations	06/11/2023	Lucie, Sébastien, Émile

Table des matières

1- Contexte du projet	3
2- Objectifs de communication	3
3- Analyse des groupes cible	4
a. Corps étudiant	4
b. Corps enseignant des études supérieures	4
c. Public professionnel	4
d. Enseignement secondaire	4
4- Outils et utilisation	5
a. Instagram	5
b. LinkedIn	5
c. Site internet	5
d. Adresse mail	5
e. Forum LowTRE	5
5- Charte graphique	6
a. Logo	6
b. Charte graphique Instagram	7
c. Autres réseaux	10
6- Évènements physiques	11
a. Forum low-tech	11
b. Interventions extérieures	11
7- Organigramme	12
8- Planning	13
9- Conclusion	13

1- Contexte du projet

La low-tech est un concept méconnu et souvent connoté. Il est victime de plusieurs idées reçues, notamment dans le milieu de l'ingénierie. Il est courant d'entendre :

- La low-tech s'apparente plus à du bricolage qu'à de l'ingénierie
- Les solutions proposées sont hors-sol, elles ne seront jamais adoptées
- Travailler dans le domaine de la low-tech entraîne une marginalisation
- La low-tech invite à rejeter complètement la high-tech

Le groupe de l'année dernière a su se servir du projet WELOW pour faire évoluer ces idées reçues, et nous souhaitons continuer dans cette voie. À partir de la visibilité importante développée sur les réseaux sociaux, nous envisageons cette année de continuer à diffuser la low-tech au sein même de Centrale Nantes, mais aussi et surtout à l'extérieur.

2- Objectifs de communication

La communication doit avoir un double objectif selon les groupes auxquels elle s'adresse. Le premier est de montrer l'importance de l'ingénierie dans la démarche low-tech. Nous souhaitons justifier l'intérêt d'avoir une telle option à Centrale Nantes, afin de s'assurer qu'elle perdure. Pourquoi pas, par la même occasion, servir d'exemple aux écoles qui voudraient mettre en place une formation similaire. Pour atteindre cet objectif, nous prévoyons de livrer des documents techniques et structurés. Ainsi, nous démontrerons la plus-value apportée par les ingénieurs et ingénieures dans le mouvement low-tech, mais aussi la nécessité de parler de cette philosophie dans la formation. Cet axe de communication sera porté par le projet WELOW.

Le second objectif est de diffuser des connaissances sur la low-tech au plus grand nombre. En effet une des clefs de la philosophie low-tech est l'accessibilité, qui se traduit entre autre par la capacité de toutes et tous à comprendre les systèmes techniques. Nous chercherons alors à produire un contenu plus abordable et attractif, qui permettra à n'importe qui de saisir les enjeux et la technique des sujets abordés. Pour ce faire, nous nous servirons de canaux de diffusion répandus et accessibles .

Au cours de l'année, la communication sera amenée à faire la promotion de certaines structures dans le cadre de partenariats. Afin de s'assurer que cette communication se fasse dans le cadre des valeurs partagées par les différents membres du groupe et que ça ne nuise pas à l'image de l'option, nous avons mis en place des critères que doivent respecter nos partenaires. Ils sont regroupés dans une charte d'un bon partenariat.

3- Analyse des groupes cible

a. Corps étudiant

L'option "Ingénierie des low-tech" a vocation à former ses douze membres à l'approche low-tech. L'objectif de la communication sera de diffuser celle-ci au-delà de ce cercle restreint. Le public étudiant visé est d'abord celui de l'ingénierie, qui pourrait être amené à suivre une formation autour des low-tech, mais aussi plus largement celui des études post-bac de tout type.

Nous prêterons alors une attention particulière à montrer la réflexion logique intrinsèque à la low-tech, la dimension technique de la démarche et les riches interactions sociales qu'elle permet. Cela devra être mis en perspective par rapport aux enjeux économiques, écologiques, sociaux et politiques actuels.

Ces réflexions seront plus ou moins poussées selon les médias de communication utilisés. Dans tous les cas, nous insisterons sur l'aspect accessible et inclusif de la low-tech.

b. Corps enseignant des études supérieures

La formation qui nous est proposée est très novatrice au sein de l'enseignement supérieur, que ce soit par son cadre, sa forme ou son contenu. De cette manière, nous souhaitons être une source d'inspiration pour le milieu de l'enseignement en justifiant la présence de cette spécialité dans le cadre d'une école d'ingénierie.

Pour ce faire, nous veillerons à développer les aspects pédagogiques et opérationnels. De plus, nos livrables devront témoigner de la rigueur technique de notre travail. Enfin, nous devons présenter notre travail de manière cohérente afin que notre projet soit compréhensible au travers de notre communication.

c. Public professionnel

Dans le cadre du projet WELOW, nous témoignerons de la pertinence de la démarche low-tech et inviterons les personnes du milieu professionnel à adopter une démarche similaire.

Notre rôle est de leur montrer ce que les entreprises ont à gagner par une démarche low-tech et, de faire valoir les compétences développées au sein de notre formation.

d. Enseignement secondaire

La low-tech invite à changer les imaginaires, qui sont moins ancrés chez les plus jeunes. Pour cela, nous passerons du temps à communiquer auprès des collèges et lycées. C'est également l'occasion de faire réfléchir le personnel encadrant à comment intégrer de nouvelles problématiques dans leur travail.

Nous utiliserons alors un maximum d'outils de vulgarisation pour permettre à ce public de découvrir et de s'approprier ces concepts.

Tous les groupes qui sortent des catégories précédemment indiquées, comme les enfants, n'entrent pas directement en compte dans notre plan de communication car nous estimons ne pas avoir de levier d'action et communication pour les toucher.

4- Outils et utilisation

a. Instagram

Afin de pouvoir s'adresser à un public plus large que celui du domaine de l'enseignement supérieur, nous tenons à jour une page Instagram (@low_tech_ecn). L'objectif y est donc de fournir de l'information condensée, sous la forme de *stories*, de *reels* et de publications de photo. Nous veillerons à utiliser le texte de manière raisonnable, nous favoriserons au maximum les informations graphiques et nous n'hésiterons pas à vulgariser le contenu pour le rendre plus accessible.

Les *stories*, au format éphémère, seront utilisées pour parler d'évènements ponctuels, tels que des interventions, visites, rencontres... Sauf lors des périodes de faible activité, nous essaierons de réaliser une story par semaine au minimum.

Les *reels* ont pour but de partager des expériences qui s'étalent plus dans le temps, comme par exemple des forums, voyages ou ateliers. Ce format sera globalement utilisé mensuellement.

Afin de diffuser des informations sur l'avancement du projet ou d'expliquer des concepts que nous souhaitons partager, nous publierons des photos sur notre fil d'actualité. L'esthétique et l'efficacité de ces publications sont primordiales. Nous utiliserons ce mode de communication une à deux fois par mois.

Dans l'objectif de centraliser les différents réseaux sociaux et outils de communication que nous utiliserons, nous fournirons également un lien vers une page internet Linktree. Cet outil permet de répertorier les liens vers notre page LinkedIn et notre site internet ainsi que notre adresse mail.

b. LinkedIn

Pour garder du lien avec les milieux professionnels et étudiants, le groupe sera actif sur LinkedIn. Nous y partageons l'actualité autour de notre projet en utilisant des photos et images graphiques accompagnées d'une description textuelle généreuse. L'idée est d'y détailler l'information pour les personnes plus curieuses et/ou intéressées. De plus, nous nous laissons la liberté de réagir à l'actualité, de manière plus générale, à travers le prisme de la low-tech.

Pour susciter l'intérêt de notre communauté, nous publierons régulièrement, à hauteur de deux à trois fois par mois.

c. Site internet

Le site internet jouera le rôle de vitrine de notre travail. Il s'adressera aux personnes du milieu de l'enseignement supérieur qui s'intéresseront à notre projet (que ce soit depuis le corps étudiant ou enseignant) et à l'ensemble des personnes qui voudront en savoir plus à ce propos.

Il sera mis à jour à une fréquence bimensuelle afin de traduire les avancées majeures du projet.

d. Adresse mail

L'adresse mail de l'option permettra, au nom du groupe, de transmettre des informations à l'extérieur. Les listes de diffusion seront alors pertinentes pour communiquer sur nos avancées et sur nos évènements.

Une personne aura pour rôle de consulter régulièrement la boîte mail afin de tenir le groupe informé des informations venant de l'extérieur.

e. Forum LowTRE

Le but de ce forum est de mettre en lien les acteurs et actrices de la low-tech, et notamment celles et ceux du domaine de l'enseignement. Ainsi, il nous paraît pertinent d'y partager nos livrables finaux. Cela permettra de donner des perspectives d'intégration de la low-tech au sein de l'éducation supérieure, en particulier dans une école d'ingénierie.

5- Charte graphique

a. Logo

Le logo utilisé sera le même que celui de l'année dernière, car nous voulons montrer la continuité qui existe dans le projet :



Figure 1: Logo du projet

Ses dimensions sont liées, la proportion hauteur sur largeur doit donc être respectée.

Dans les cas où ce logo surchargerait les visuels, il est possible d'utiliser le logo simplifié :

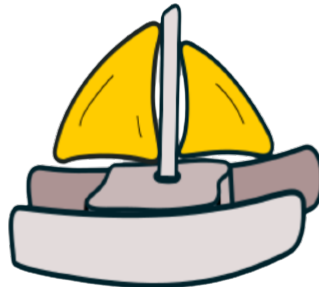


Figure 2: Logo simplifié du projet

b. Charte graphique Instagram

- Post

Pour Instagram, chaque page de garde de post devra être sous la forme :



Figure 3: Page de garde du premier post Instagram de l'année

Nous souhaitons garder pour les post futurs l'idée d'avoir une photo en fond, le titre du post écrit en police Titillium Web, et le logo du projet doit être présent. On visera par contre à enlever le cadre qui est présent ici dans les futurs visuels. Par exemple :



Figure 4: Exemple de page de garde sans cadre

La taille et la couleur des différents éléments sont laissées au choix de la personne créatrice de contenu. Charge à elle ou lui de tenir compte de la lisibilité du visuel, ainsi que de l'harmonie des couleurs, avec le logo et la photo de fond.

Tous les visuels créés sont disponibles aux différentes personnes actives dans la communication sur Canva, ainsi il sera facile de retrouver les visuels créés et de s'en inspirer.

- Stories

Pour les stories, nous chercherons à respecter la forme :



Figure 5: Template stories instagram

Le fond doit être une photo au format paysage, sans filtre. La police utilisée est la 5ème proposée par Instagram. Si le jaune n'est pas assez visible, il faut le mettre en valeur grâce à l'outil dessin. Par exemple on peut avoir :



Figure 6: Une story postée lors de la semaine à Concarneau

Ces stories sont faites sur iPhone, le rendu semble plus qualitatif et, dans un but d'harmonie et de cohérence, nous chercherons à continuer ainsi.

Quand les stories auront une thématique commune et/ou une ressource utile, qui nous semblera pertinente de laisser à disposition de notre communauté, nous les ajouterons en story à la une.

- Reels

Les reels n'auront pas de format figé. Le soin sera porté à la faible quantité de texte et à la fluidité de la vidéo.

c. Autres réseaux

Pour les autres réseaux, en particulier LinkedIn, nous utiliserons en majorité des photos non modifiées. Occasionnellement, nous utiliserons des visuels qui auront été créés pour Instagram ou un autre événement de la communication comme le forum low-tech.

6- Évènements physiques

a. Forum low-tech

La deuxième édition du forum low-tech aura lieu le mardi 20 février 2024 à l'École Centrale de Nantes. Cet évènement regroupera de nombreuses personnes du domaine de la low-tech ainsi que des membres des corps enseignant, étudiant et professionnel autour de stands, tables rondes, ateliers et conférences.

Une opération de communication sera alors menée en amont, avec l'aide du personnel de l'école dédié à cela, afin d'assurer la réussite de l'évènement. Le jour de l'évènement, nous aurons l'opportunité de créer du lien entre celles et ceux qui participent et de présenter le travail que nous aurons jusqu'alors réalisé. Pour le public moins familier avec la low-tech, ce sera l'occasion de découvrir le concept et de comprendre la façon avec laquelle cela se concrétise.

b. Interventions extérieures

Au cours de l'année, l'option sera sollicitée par de nombreuses structures, comme des lycées, des associations, des forums ou encore des cinémas, afin de faire des interventions autour de la low-tech. Il nous tient à cœur de participer à ces différents évènements, à la fois pour monter en compétences sur ce qui touche à la vulgarisation de la philosophie low-tech, mais aussi car diffuser la low-tech est une des raisons d'être de notre groupe.

La plupart de ces évènements seront probablement proposés par des structures, ou par Jean-Marc Benguigui. Nous pouvons toutefois imaginer que des membres de l'option contactent directement une structure pour y organiser une intervention, selon leur intérêt et motivation.

Il nous paraît important de préciser que la participation aux évènements ne se fera que sur la base du volontariat des membres de l'option. Cela nous permettra d'éviter une potentielle surcharge de travail, ainsi que d'assurer la qualité des interventions qui seront faites.

7- Organigramme

Pour l'organisation au sein du groupe de communication, nous avons décidé de fonctionner sous formes de bulles. Il y existe plusieurs rôles. Certains de ces rôles sont fixes, c'est à dire qu'une personne est désignée pour remplir ce rôle et elle n'est pas destinée à être changée. Les autres rôles sont mobiles : chaque personne pourra le prendre selon les occasions, même si elle n'est habituellement pas dans la communication. Par exemple, les personnes rédigeant des post LinkedIn pourront être des membres de l'option qui viennent avec une idée de sujet, et rédigent le post. Celui-ci serait ensuite vérifié puis posté par le référent ou la référente. Cette organisation en bulles plutôt qu'en pyramide nous permet entre autre de répartir le poids des différentes responsabilités entre les membres. C'est aussi un moyen de ne pas créer de rapports hiérarchiques artificiels, qui pourraient mener à des tensions indésirables au sein du groupe. Afin de visualiser cette organisation, nous avons l'organigramme suivant.

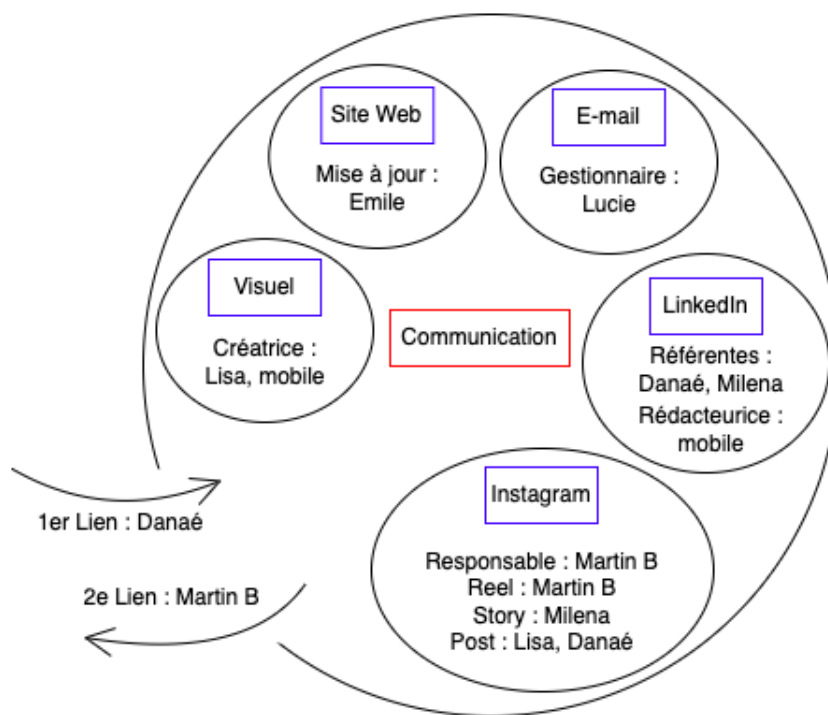


Figure 7: Organigramme communication

8- Planning

Dans cette partie, nous souhaitons donner un aperçu des différents évènements qui jalonnent notre année. Chacun sera une occasion de communiquer sur notre avancement et nos activités.

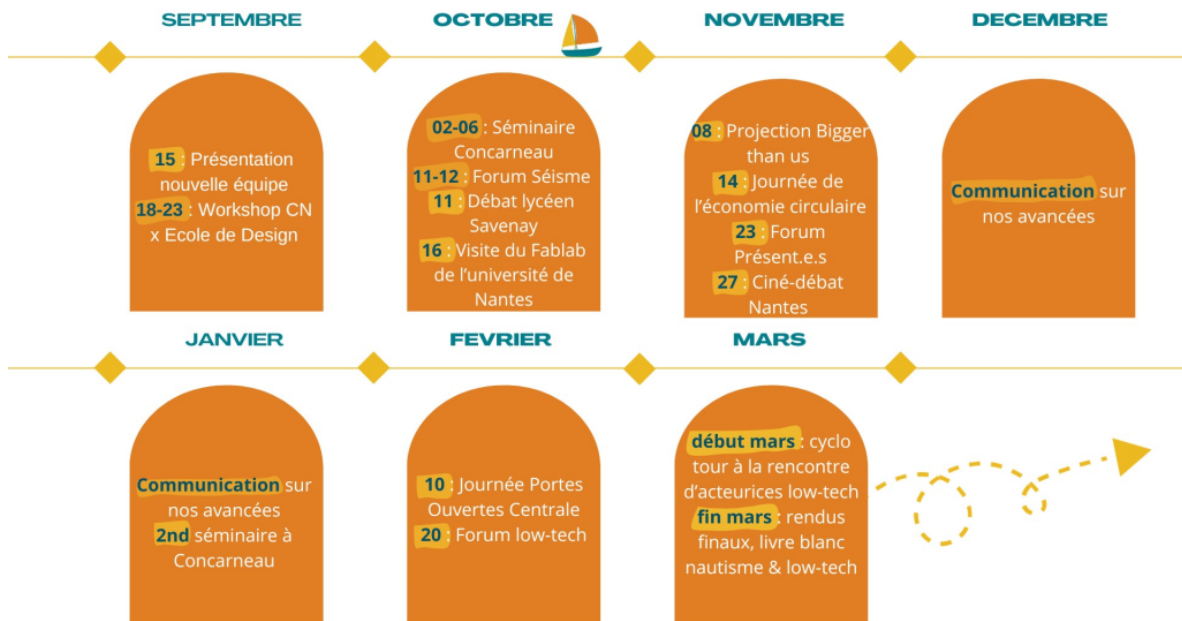


Figure 8: Planning de communication

9- Conclusion

Dans ce document, nous pouvons trouver la justification des différentes actions de communication que nous allons mener au cours de cette année. C'est aussi ici que sont recensées les différentes règles et codes dont nous avons convenus afin de s'assurer de l'harmonie de notre contenu.