

STAGE DU 09 JANVIER AU 17 FÉVRIER 2023

Rapport de Stage

Licence 3 Sciences de l'Information et de la Communication



Jade SUIRE

Tuteur de Stage : BEN FREDJ Catherine

Tuteur académique : HOCHET Nathalie

Établissement de la formation :

Université Bordeaux Montaigne - Institut des Sciences de l'Information et de la Communication

Organisation d'accueil : Union Bordeaux Métropole



REMERCIEMENTS



Je tiens à remercier grandement et chaleureusement Catherine BEN FREDJ, ma tutrice de stage, pour m'avoir recrutée au sein d'Union Bordeaux Métropole pour six semaines. Merci d'avoir partagé autant de conseils formateurs et professionnalisants. Cette expérience fut aussi riche en apprentissages qu'en techniques grâce à la disponibilité et la bienveillance constante de Cathy envers moi. Cette opportunité professionnelle n'aurait jamais été possible sans Cathy et je lui en serai toujours reconnaissante.

Merci également à l'équipe de travail dans laquelle j'ai évolué. Merci à Philippe UDIAS de m'avoir orientée et conseillée lors de mes journées en présentiel. Merci aussi à Denis Gauthier ainsi qu'à Dominique BOYER pour avoir ensoleillé mes journées au bureau.

Merci à l'équipe pédagogique de la faculté de nous avoir offert une telle opportunité. Un remerciement particulier à Nathalie HOCHET, référente de stage, d'être restée autant disponible et rassurante lors de mes recherches de stage.

Pour finir, merci à ma famille d'avoir été autant impliquée dans mes recherches de stage, d'avoir propagé ma candidature auprès de son réseau et d'avoir pris le temps de relire l'ensemble de ce rapport afin que le rendu final soit d'une plus grande qualité. Un grand merci à ma mère, grâce à qui j'ai obtenu le contact de Catherine et sans qui je n'aurais pu saisir une telle opportunité.



SOMMAIRE

INTRODUCTION	p. 4
I - L'ASSOCIATION	p. 5
A) Fiche d'identité d'UBM	p. 5
B) Ressources matérielles et techniques d'UBM	p. 5
C) Parties prenantes d'UBM	p. 6
1 - Les adhérents	p. 6
2 - Les sections	p. 6
3 - Les partenaires	p. 6
4 - Le Bureau	p. 6
5 - La Direction	p. 6
D) La communication d'UBM	p. 6
1 - La communication existante	p. 8
II - LE STAGE	p. 10
A) Lancement du stage	p. 10
1 - La préparation	p. 10
2 - L'intégration	p. 10
3 - Le cadre de travail	p. 11
B) Les missions	p. 12
1 - La communication interne	p. 12
2 - Les campagnes de communication	p. 14
3 - L'unité sur les supports digitaux	p. 16
4 - La création de logo et de pictogramme	p. 19
5 - Missions quotidiennes	p. 19
C) La clôture	p. 20
1 - La dernière journée au bureau	p. 20
2 - Les travaux de clôture	p. 20
3 - La réunion de clôture	p. 21
III - L'ANALYSE	p. 22
Introduction	p. 22
A) La création de relations communautaires par la structure associative	p. 22
B) Les caractéristiques de la communication de proximité d'une association	p. 23
1 - Proximité spatiale	p. 23
2 - Proximité temporelle	p. 24
3 - Communication multicanale	p. 24
4 - "Adhérent-centrisme"	p. 24
Conclusion	p. 25
Sources	p. 26

CONCLUSION

Relations créées

Compétences générales développées et difficultés rencontrées

Perspectives professionnelles et universitaires

p. 27

p. 27

p. 27

p. 28

ANNEXES

p. 29

INTRODUCTION

En tant qu'étudiante, pourrais-je saisir meilleure opportunité qu'un stage en communication pour acquérir de l'expérience professionnalisante, développer mon réseau et découvrir les codes nécessaires à mon avenir dans le domaine ?

C'est dans le cadre de ma formation en *Licence 3 de Sciences de l'Information et de la Communication* que j'ai eu la chance d'intégrer l'**Association Union Bordeaux Métropole** pour six semaines de stage riches en apprentissages.

La recherche de stage a débuté lors de mon intégration en Licence 3, en septembre. De par mes anciennes expériences, parfois longues, éreintantes et souvent infructueuses, j'ai choisi d'axer ma demande auprès de mes contacts personnels et professionnels. Étant dans le domaine de la communication depuis trois ans, j'ai pu constituer un réseau d'entreprises en demande grâce à mes anciens stages à l'IUT et grâce à mes compétences sollicitées dans mon cercle proche. Plusieurs entreprises sont disposées à m'accueillir et à bénéficier de mes capacités communicationnelles.

L'entreprise vitivinicole *EARL Ladépêche*, située près de Libourne, est intéressée par mon aide pour développer un nouveau projet de recyclage de déchets verts dans le cadre de leur production engagée et pour communiquer à ce sujet. Cette opportunité était en écho avec le sujet que j'avais étudié pour mon Mémoire l'an passé en seconde année de DUT. Le thème était le suivant : *La valorisation de la communication externe des entreprises vitivinicoles bordelaises grâce à leur discours environnemental*. Puisque cette opportunité se présente à moi, même en dehors d'un stage, j'ai décidé de garder cette possibilité si je ne trouvais pas de seconde option et de revenir vers eux en dehors du cadre universitaire.

J'ai donc poursuivi mes recherches. Le gérant de l'entreprise *Carrefour Contact Noaillan*, dans laquelle j'avais effectué mon stage en première année de DUT m'avait laissé entendre qu'il me reprendrait avec plaisir pour une nouvelle contribution. Par volonté de découvrir d'autres organisations et d'autres codes professionnels, j'ai décidé de ne pas effectuer de nouvelle demande auprès de cette structure.

J'ai donc axé mes recherches sur des entreprises vitivinicoles, comme je l'ai évoqué en amont, pour rester dans la continuité de mes précédentes recherches. J'ai envoyé des candidatures à une dizaine de caves et Châteaux dont certains rencontrés lors de la rédaction de mon mémoire. Aucune réponse positive n'a émané de ces candidatures. En voici la liste : *Château Bourdieu, Château Richelieu, Coopérative Alliance Bourg, Château Corlianges, Châteaux Solidaires, Cave de Tutiac, Vignobles Gabriel*.

Grâce à une camarade de classe, j'ai également obtenu le contact d'une entreprise de formations : *Insup Bordeaux*. Cette entreprise m'a également envoyé une réponse négative.

Comment suis-je rentrée en contact avec la Directrice d'UBM (Union Bordeaux Métropole) ?

Durant ces recherches, mon réseau personnel, encouragé à propager ma candidature, m'a permis de me mettre en contact directement avec Catherine BEN FREDJ. Ainsi, Catherine, qui ne prenait pas de stagiaire, suite à de mauvaises expériences, a exceptionnellement accepté de m'intégrer à son équipe durant six semaines pour une collaboration, suite à l'envoi de mon CV et de ma lettre de motivation.

J'ai donc directement saisi l'opportunité de découvrir la communication associative au sein d'une organisation publique telle que la Mairie de Bordeaux. Catherine, en plus d'être directrice, s'occupe quotidiennement de la communication de l'association. C'est grâce à elle que j'ai pu apprendre de nouvelles techniques et connaissances à travers de nombreuses missions que nous évoquerons dans ce rapport.

A) Fiche d'identité d'UBM

NOM	Union Bordeaux Métropole (UBM)
STATUT JURIDIQUE	Association Loi 1901 - Association Sports et Loisirs de la Mairie de Bordeaux
OBJET	Pratique et organisation d'activités sportives, éducatives, culturelles, de loisirs, de bien-être ou gastronomiques.
BUT	Démocratiser l'accès aux offres (<i>bien-être, sport, culture et loisirs</i>). Créer du lien et fédérer autour de l'Association. Proposer un large panel d'activités et de partenariats à ses adhérents.
HISTORIQUE	L'association a été fondée le 20 juillet 1981 avec un avis de constitution paru au Journal Officiel du 11 août 1981. Par la suite, le 17 novembre 2015, l'Association est renommée Union Bordeaux Métropole - UBM.
IMPLANTATION GÉOGRAPHIQUE	Locaux : 39-41 Cours Maréchal Juin, 33 000 Bordeaux L'Association se veut active sur Bordeaux et sa métropole. Plusieurs activités sont proposées dans les villes métropolitaines de Bordeaux : Pôle Technique Métropolitain, Pôle Technique Sud (33 600 Pessac), Pôle Technique Rive Droite (33310 Lormont), Pôle Technique Ouest (33 185 Le Haillan).
CONTACTS	ubm@mairie-bordeaux.fr 05 57 20 70 56

B) Ressources matérielles et techniques d'UBM

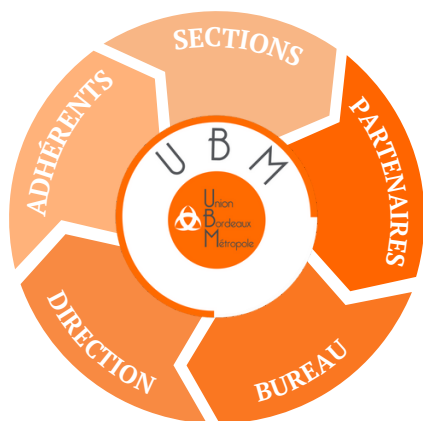
L'association dispose de locaux au cœur des bâtiments de la Mairie de Bordeaux, situés à Mériadeck, afin d'effectuer les missions des collaborateurs et les activités de certaines sections.

Les locaux sont donc composés : d'une salle de réunion, d'un bureau pour la Directrice, d'un bureau Open Space (*pour les autres membres de la Direction et du Bureau*), d'une salle pour les entraînements collectifs et d'une salle pour des rencontres individuelles ou en petit comité. UBM étant l'Association de la Mairie de Bordeaux, elle dispose également de divers emplacements disponibles tels que des salles de conférences ou encore des lieux visibles et attractifs pour l'ensemble des événements organisés.

De plus, des ordinateurs portables et fixes sont attribués à chacun des membres de la Direction et du Bureau, ainsi qu'à moi-même, en tant que stagiaire. Tout le nécessaire à l'administratif est disponible, tel qu'une imprimante, des fournitures ou encore une machine à café et un frigo !

Aussi, la Suite Adobe et le Canva Pro de l'Association m'ont été fournis par la Directrice lors de mon arrivée.

C) Parties prenantes d'UBM



1 LES ADHÉRENTS

Ils étaient au nombre de 1 800 en 2022.

- **Le cœur de cible** : Les agents de la ville de Bordeaux, de sa métropole et les agents du CCAS.
- **La cible primaire** : Les agents actifs et retraités.
- **La cible secondaire** : Les ayant-droits des agents.
- L'Association UBM accepte également les adhérents externes avec une cotisation plus élevée à 24€ au lieu de 12€ pour les internes. Cependant, aucune communication n'est diffusée auprès de cette cible.

2 LES SECTIONS

L'Association est composée de 37 sections. C'est grâce à elles que UBM peut proposer autant d'activités de bien-être, sportives, culturelles ou de loisirs. Cf **Annexe 1 : Les sections d'UBM**

L'association compte 12 sections bien-être, 16 sections sportives et 9 sections culturelles et de loisirs.

3 LES PARTENAIRES

L'Association est en partenariat avec 11 structures. Cf **Annexe 2 : Les partenaires d'UBM**

UBM développe des partenariats pour proposer des offres compétitives à ses adhérents. Parfois les partenariats sont en écho avec des sections de l'Association. Le partenariat avec l'UGC est une continuité de la section Cinéma. Le partenariat avec Primoloisirs est un écho à la section Voyages,...

4 LE BUREAU

Le Bureau est composé de 5 personnes. Cf **Annexe 3 : Organigramme hiérarchique d'UBM**

Le comité directeur peut aussi parfois être réuni, au même titre que le Bureau.

5 LA DIRECTION

La Direction d'UBM est composée de deux salariés. Catherine BEN FREDJ est directrice et s'occupe de la communication. Lorsque j'ai intégré UBM pour mon stage, je faisais partie de la Direction d'UBM au poste de stagiaire chargé de communication. Philippe UDIAS, lui, est chargé de la comptabilité et de la gestion des adhérents.

Il paraît évident qu'il manque un poste de chargé de communication. Nous le verrons, la charge de travail liée à la présence sur l'ensemble des supports de communication de l'Association nécessite un réel emploi à plein temps comme j'ai pu le constater.

D) La communication d'UBM

L'Association UBM est présente sur de nombreux canaux de communication permettant de créer un lien et de fédérer les adhérents autour de l'activité de l'Association et de ses sections.

L'identité graphique d'UBM est clairement reconnaissable avec son logo rond et ses couleurs oranges et grises. Cependant, avant mon arrivée, aucune charte graphique précise n'était disponible. Ne pas avoir de références graphiques lors de la création de design peut parfois impacter la cohérence de la communication existante mise en place.



Une analyse SWOT d'Union Bordeaux Métropole permet de faire le point sur les améliorations potentielles et les points forts de l'Association en interne. Cette technique permet également de se situer sur un environnement extérieur et non influençable par l'Association, éléments qu'il faut pouvoir anticiper.

STRENGTHS	WEAKNESSES
• La cible et la champ d'action géographique sont clairement identifiés. La communication s'avère plus efficace lorsque les récepteurs du message se réfèrent tous au même environnement de travail (<i>la Mairie de Bordeaux, la Métropole et le CCAS</i>) et donc au même groupe d'appartenance. • Le siège de l'Association est au cœur de la ville de Bordeaux et donc au cœur des adhérents, des sections et des actualités liées à son activité. • Chacun des salariés et bénévoles de l'Association fait partie intégrante de la cible qu'UBM souhaite atteindre. Ils sont effectivement agents de la Mairie de Bordeaux ou retraités anciennement agents. • L'Association propose de nombreux partenariats et un panel d'activités variées à ses adhérents grâce aux sections. La volonté de créer de nouvelles collaborations est réellement présente dans le développement d'UBM. • UBM existe depuis maintenant 42 ans et a réellement fait sa place en tant qu'Association de la Mairie de Bordeaux. Elle a de nombreux adhérents fidèles et arrive donc à fédérer autour de ses projets et objectifs. • Le site est ergonomique, l'Association assure une présence sur de nombreux canaux de communication et instaure donc un discours léger et de proximité avec sa communauté. Cette communication omniprésente permet une constante visibilité auprès des principaux intéressés. • L'équipe instaure une ambiance sympathique et un environnement sain pour le travail collaboratif entre toutes les parties prenantes de l'Association (<i>adhérents, bureau, salariés, sections, partenaires</i>). • La communication ascendante est particulièrement ouverte puisque la Directrice de l'Association travaille dans un bureau constamment ouvert et reste très souvent disponible. Aussi le Président est souvent présent dans les locaux pour échanger sur les avancées collectives. • Le Télétravail mis en place deux jours par semaine permet d'effectuer des tâches différentes de celles réalisées au bureau et suscite souvent plus de créativité et de naissance de projet. • Les valeurs véhiculées par UBM sont porteuses de sens. L'association encourage au sport, à la détente, à la culture, au partage, au contact,... • Les permanences ouvertes deux fois par semaine sont un réel atout car elles permettent le contact et la communication directe et en face à face avec les adhérents. • L'Association participe à des conférences et met en place plusieurs événements pour se faire connaître et encourager aux nouvelles adhésions. De nombreux événements ont lieu tous les ans et sont des rendez-vous pour se retrouver entre adhérents.	• Faible actualisation des réseaux sociaux et du site Internet. • Manque de cohérence sur le réseau social Facebook car de nombreuses pages ont été créées par les sections. Sur Youtube, deux chaînes différentes existent également pour UBM. Avant le stage, il existait deux pages Instagram dont une totalement inactive mais participant à l'incohérence globale. Il existe aussi un manque de cohérence graphique dans les publications mises en ligne sur ces supports de communication digitaux. • Le site Internet pourrait être davantage responsive. • Il manque potentiellement un poste de chargé de communication vu l'ampleur des missions communicationnelles à prendre en compte pour la visibilité et pour faire vivre UBM (<i>communication interne, externe, événementielle, développement de nouvelles sections et partenariats,...</i>). • Nombreuses offres et partenaires à garder dans un même axe. Veiller à ne pas favoriser ou mettre en avant une section plutôt qu'une autre. Tenter de garder le contact avec l'ensemble vaste des parties prenantes d'UBM. • Le dossier commun de communication interne, référençant tous les documents et fichiers numériques de l'association et connecté entre tous les PC de l'équipe, n'est pas bien organisé. Il m'était parfois difficile de trouver certains documents et pour l'équipe aussi.
OPPORTUNITIES	THREATS
• Les domaines du bien-être, du sport, de la culture et des loisirs ont connu une baisse d'activité lors de la crise sanitaire. Maintenant, les groupes sociaux saisissent toutes les occasions pour sortir au cinéma ou partir en voyage. • Le confinement a permis à de nombreuses personnes de reprendre du temps pour faire du sport et s'occuper de leur propre bien-être. Ces tendances sont restées inscrites même à la fin de cette crise sanitaire. • Association portant des valeurs d'unité, de lien, de fédération : valeurs faisant écho à ce que cherche la population d'après Covid. • Possibilité d'une nouvelle section de Naturopathie. • Possibilité d'une nouvelle section de cours d'anglais. • Nouvelle volonté de prendre des stagiaires pour réaliser la communication de l'Association. • Il n'y a pas de réelle concurrence car UBM est la seule association de la Mairie de Bordeaux.	• Certains partenaires, tels que l'UGC ou l'APOP ne permettent pas de nouvelle proposition d'offre ou d'avantage pour les adhérents d'UBM. • Certaines associations bordelaises sportives et de culture proposent des activités supplémentaires que celles proposées par UBM (<i>cours de musique, concerts, spectacles, Tai Chi, Boxe, Capoeira, Judo, Karaté, Vovinam Viet Vo Dao, Jujitsu, pratique de la danse</i>).

1 LA COMMUNICATION EXISTANTE

PERMANENCES : Les permanences, tenues deux fois par semaine, permettent un contact direct avec les adhérents. La majorité des nouvelles adhésions annuelles s'effectuent lors des permanences.

- Immeuble Laure Gatet (9ème étage)

Mercredi : 13h00 - 16h30 / Jeudi : 9h00 - 11h30

- Cité Municipale (box 49)

Jeudi : 12h00 - 14h00

SUPPORTS IMPRIMÉS

- **Kakémonos** : Utiles lors des événements et réutilisables. Créés pour le Forum de rentrée 2021, ils sont depuis présents sur tous les événements.
- **Affiches** : Les affiches sont utilisées dans les locaux de la Mairie de Bordeaux à Mériadeck principalement. Elles permettent d'assurer la visibilité d'informations diffusées sur les réseaux sociaux ou par mailing. Elles permettent également d'informer sur le fonctionnement de l'Association en étant exposées directement dans les bureaux, à proximité des salles de cours et des lieux où se tiennent les permanences.



- **Livret d'accueil** : C'est un support de communication qui est diffusé durant la campagne de nouvelles adhésions. Il répertorie l'ensemble des sections proposées par l'Association et l'ensemble des partenariats dont les adhérents peuvent profiter. Enfin, il explique la marche à suivre pour devenir membre et un bulletin à renvoyer à l'Association pour devenir officiellement adhérent pour l'année.

- **Flyers** : Le flyer est également diffusé lors de la campagne de nouvelles adhésions. Il met en valeur les partenariats avec l'UGC et Primoloisirs. Il rappelle également les contacts et les manières de suivre l'Association sur les réseaux.

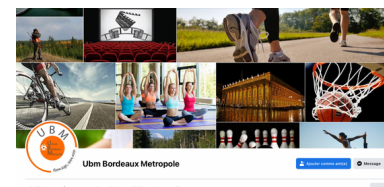
- **Carte annuelle d'adhésion** : Elle indique le nom et le prénom et certifie l'adhésion pour l'année en cours. Elle est délivrée après réception du bulletin d'adhésion rempli et après règlement.



SUPPORTS DIGITAUX

- **Facebook** : Il existe de nombreux comptes d'UBM sur Facebook.

@Ubm Bordeaux Métropole, @Union Bordeaux Métropole, @UBM Football, @UBM BIEN ETRE, @UBM Run & Co, @UBM Handball, @UBM LIRE, @Méditation UBM, @Ubm Moto Loisir, @Ubm Bordeaux Métropole Foot, @Ubm Bowling

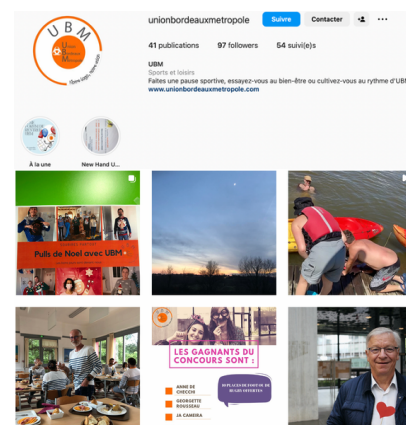


Ces nombreuses pages ne permettent pas une réelle cohérence et éloignent d'un sentiment d'unité au sein de l'Association. Les formats de publications utilisés sont des posts de photos ou de vidéos, des annonces d'événements et de nombreuses identifications d'adhérents ou des sections.

La page Facebook : 373 followers, taux d'engagement : 1,8%, dernière publication le 2 février 2022

- **Instagram** : Il existait deux comptes Instagram d'UBM dont un complètement inactif et le compte principal @unionbordeauxmetropole. Les publications étaient des retours de la section voyage, des retours d'événements tels que le Forum ou des annonces de jeux concours. Il existait deux storys à la Une de retours sur événements.

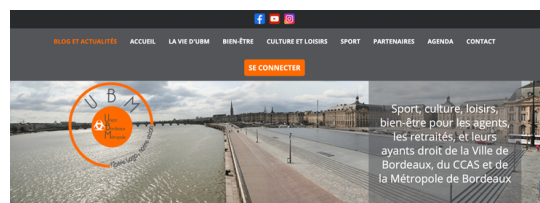
Le compte Instagram : 98 followers, taux d'engagement : 7%, dernière publication le 2 février 2022



- **Youtube** : Il existe deux chaînes Youtube, une pour UBM général @UBM - Union Bordeaux Métropole et @UBM BIEN-ETRE qui fut principalement active durant le confinement pour continuer à offrir les cours à distance. Sur le compte principal, de nombreuses vidéos sont disponibles, également des vidéos de cours d'activités de bien-être.

La chaîne Youtube principale : 23 abonnés, les vidéos comptent entre 4 et 649 vues.

- **Tatou** : La plateforme Tatou est un site de communication interne propre à la Mairie de Bordeaux et l'ensemble des agents de la Métropole et du CCAS. Tatou permet donc à UBM d'avoir une communication directe avec son cœur de cible grâce au sous-site que l'Association possède sur la plateforme. Elle est répertoriée dans l'onglet "Ma vie d'agent" - "Vie associative". Cette plateforme permet de déposer des documents en ligne ainsi que des News pour informer sur l'arrivée d'un événement ou d'un concours par exemple. **Les News sont vues entre 15 et 89 fois.**
- **Rapidmail** : Rapidmail est une plateforme d'envoi de mailings à une liste de destinataires. Cette liste compte actuellement plus de **3 000 personnes**. L'inscription s'effectue via le site et lors de la promotion de l'inscription à chaque sortie de Newsletters mensuelles. Il est donc possible de s'inscrire si l'on n'est pas adhérent. Les mailings sont envoyés pour annoncer des événements, des actualités de partenaires, des bons plans Primoloisirs ou comme évoqué, pour les Newsletters récapitulant toutes les actualités du mois à venir ou les clôtures de projets du mois passé.
- **Site** : www.unionbordeauxmetropole.com L'ergonomie du site est axée comme suit : *Blog et actualités - Accueil (Les valeurs et les offres générales de l'Association)- La vie d'UBM (organigramme et documents nécessaires à l'adhésion pour l'année en cours)- Bien-être (présentation des sections) - Culture et Loisirs (présentation des sections)- Sport (présentation des sections) - Partenaires - Agenda (calendrier des événements et dates importantes pour les sections) - Contact*



La page Blog et Actualités permet de créer un lien avec la communauté également sur ce support, qui n'est pas simplement un site vitrine de l'offre. Une chronique cinéma y est publiée tous les mois et est le rendez-vous de beaucoup d'adhérents. La Newsletter est diffusée sur ce support. Les annonces d'événements ou de vacances sont également signalées sur cette page.

ÉVÉNEMENTIEL

- **12 janvier 2023 - Conférence** : pour la campagne de nouvelles adhésions et déguster une galette des rois pour se souhaiter la bonne année.
- **6 avril 2023 - Les Voisins Laure Gatet** : Déjeuner qui permet de réunir les adhérents de l'Immeuble Laure Gatet. Mise en valeur d'un projet déjà mis en place par l'association, celui d'une armoire où il est possible de déposer et de récupérer des livres, des jeux de société,...
- **25 mai 2023 - Assemblée Générale** : Réunion pour voter certains aspects nécessaires au bon fonctionnement de l'Association. Les points qui y sont évoqués sont les suivants pour l'année N-1 : le rapport financier, le rapport du commissaire aux comptes, rapport moral (*point sur la communication existante d'UBM*), perspectives et projets, élections des membres du Bureau.
- **7 septembre 2023 - Séminaire**
- **21 septembre 2023 - Forum de rentrée** : présentation des sections et partenaires avec des stands situés au centre d'un Hall. Tous les visiteurs sont conviés à rencontrer les personnes qui se sont déplacées pour présenter l'Association. De nombreux goodies sont développés pour cette occasion (*des tote bag, des stylos,...*).
- **Bureaux et comités directeurs** : Les bureaux et comités directeurs se réunissent environ tous les deux mois pour améliorer le fonctionnement de l'Association.

Cf Annexe 4 : Calendrier UBM 2023

A) Lancement du stage

1 LA PRÉPARATION

Mon intégration au sein d'UBM a débuté avant ma première journée officielle qui était prévue pour le 9 janvier 2023.

En contact avec ma tutrice de stage, Catherine BEN FREDJ, j'ai reçu la demande de préparer un plan de communication pour l'Association, environ une semaine avant le début du stage. Ayant prévu d'effectuer un travail préparatoire, je souhaitais commencer par une analyse de la communication existante pour proposer des réajustements avant de planifier toutes nouvelles actions de communication. Mon but était de débiter ce stage sur de réelles bonnes bases validées par tous. Choisir d'analyser plutôt que de planifier fut une idée comprise et acceptée par Cathy. Cette analyse de communication de 23 pages a été envoyée le jeudi 5 janvier, soit trois jours après la demande de ce travail. Ce dossier, en plus de m'avoir beaucoup avancé pour mon rapport de stage, m'a permis de prouver ma volonté de découvrir la structure, ses codes, son identité, ses valeurs ainsi que ma volonté de me surpasser pour ce stage. J'ai aussi pu démontrer ma créativité et mon esprit novateur grâce à la proposition d'idées, de réajustements et de préconisations dont certaines ont été retenues et seront développées à la suite de ce rapport. J'ai également pu rappeler ma motivation et ma disponibilité pour d'autres missions émanantes durant le stage. **Cf Annexe 5 Analyse de communication d'UBM.**

Le vendredi 6 janvier, j'ai rejoint Catherine BEN FREDJ chez elle pour nous rencontrer avant le début du stage (*puisque ma candidature s'est effectuée à distance*). Ma tutrice a ainsi pu me fournir le matériel nécessaire pour mon travail : un ordinateur de fonction et son matériel d'utilisation, des goodies (*tote bag, tasse à café, stylos, carnet*), le badge pour rentrer dans le bâtiment, la clé des bureaux, les codes de connexion à chacune des plateformes utilisées par UBM, les chartes de bon fonctionnement ainsi qu'un guide tutoriel pour l'utilisation de la plateforme Tatou. C'est donc accompagnée par Catherine que j'ai pris en main rapidement chacun des supports pour pouvoir les utiliser simplement les prochains jours (*Rapidmail, Tatou, Assoconnect*). Nous avons créé mon adresse mail professionnelle. J'ai ensuite été briefée sur l'organisation de l'équipe en interne avec l'utilisation de Trello (*outil de gestion de projet en ligne*) pour l'organisation et de Teams (*réunions et vidéoconférences*) lors du Télétravail.

Nous avons ensuite discuté du dossier envoyé, j'ai dû argumenter certaines de mes propositions. Des ajustements ont été nécessaires dans la compréhension de la cible, élément des plus important avant que je débute tout projet communicationnel.

Le lancement des premières missions a clôturé ce premier rendez-vous nécessitant de l'écoute et une compréhension réactive à toutes ces nouvelles informations. La prise de note était également nécessaire ainsi que le fait de poser de nombreuses questions pour être sûre d'avoir réellement tout compris avant mes premières contributions.

2 L'INTÉGRATION

Mon premier jour de stage en distanciel, le lundi 9 janvier 2023, a débuté avec une réunion Teams accompagnée des membres de la Direction, Catherine BEN FREDJ et Philippe UDIAS. Durant cette journée, j'ai débuté un projet graphique Mon Beau Sapin, dont je parlerai par la suite. J'ai également pris en main les plateformes et logiciels en ligne.

Mon premier jour sur place, le mardi, fut intense et mouvementé en adaptabilité et rencontres. J'ai fait la connaissance de Philippe UDIAS, responsable de la comptabilité et de la gestion des adhérents. Il m'a fait visiter les locaux d'UBM pour que je prenne mes marques rapidement. Durant cette première journée, j'ai posé de nombreuses questions pour prouver mon implication et en apprendre plus sur le quotidien de Philippe au travail. Aussi, mon badge pour rentrer dans le bâtiment ne fonctionnait pas, ce qui était réellement handicapant quand je prenais mes pauses.

Étant arrivé durant la fin de la campagne de nouvelles adhésions pour l'année 2023 d'UBM, j'ai participé, accompagnée de Philippe, à une intervention de communication interne organisée par la Mairie de Bordeaux. Il s'agissait d'une rencontre (*sous forme de speed dating*) et d'une présentation de l'organisation publique pour accueillir les personnes ayant intégré des postes dernièrement. Cette situation m'a légèrement mise en stress mais fut une réelle entrée en matière ! J'ai pu assister au discours promotionnel d'UBM effectué par Philippe.

L'intégration intensive a donc duré trois à quatre jours mais je ne me suis sentie réellement à l'aise avec les codes, les relations créées et la façon de communiquer au sein de l'Association qu'à la fin des deux premières semaines. Les jours qui ont suivi, j'ai été formée par Philippe à l'utilisation d'Assoconnect et de Tatou. Je me suis adaptée au rythme de travail de l'équipe concernant les horaires de repas ou la fréquence des pauses par exemple.

Finalement, la partie la plus complexe pour moi lors de mon intégration fut la prise en main d'autant de logiciels inconnus sur lesquels je devais communiquer donc m'adapter au discours de chacun des supports.

J'ai continué à découvrir l'Association tout au long de ces six semaines de stage en interrogeant l'équipe sur certains aspects pour m'imprégner davantage de la culture d'entreprise. J'ai veillé à être professionnelle, ponctuelle et polie tout au long du stage et pas seulement lors des premiers jours d'intégration.

3 LE CADRE DE TRAVAIL

- Hiérarchie

Les décisions sont souvent prises en commun entre le Président et la Directrice de l'Association. La communication d'UBM est entièrement gérée par ma tutrice de stage. La hiérarchie est marquée en présentiel car Catherine BEN FREDJ possède son bureau personnel tandis que l'équipe travaille en Open Space. Cependant, Cathy laisse toujours la porte ouverte pour pouvoir échanger facilement, la communication ascendante est donc particulièrement simple et efficace. Même en distanciel, elle est toujours disponible par Teams pour toute question ou demande de validation d'un projet. Elle seule pouvait me donner des missions (*sauf certains cas pour lesquels je restais disponible : pour quelques aides à des impressions ou pour des compétences informatiques lors de cours tenus par certaines sections*).

Concernant la réalisation de mes missions, souvent Catherine me soumettait une tâche à réaliser que j'ajoutais à ma liste Trello. Je jugeais l'importance et les priorités seule, sauf parfois lors de quelques rappels de la part de ma tutrice. Je travaillais en totale autonomie lors du lancement dans mes productions, je soumettais ma ou mes propositions à Catherine pour qu'elle me fasse des remarques et que je procède aux modifications. Ce processus se répétait jusqu'à validation et publication de la production.

- Rythme de travail

Denis GAUTHIER et Dominique BOYER, deux bénévoles, agents retraités et membres du Bureau de l'Association, étaient présents environ trois demi-journées par semaine. Philippe UDIAS, membre de la Direction, était présent les mêmes jours que moi, le mardi, mercredi et jeudi. Souvent, les jeudis étaient les journées les plus animées où nous mangions tous ensemble.

Le reste du temps, les lundis et vendredis, nous télé-travaillions. Cet aménagement d'emploi du temps me plaisait beaucoup. Avec le télétravail il est possible d'effectuer des tâches demandant beaucoup d'attention, contrairement au bureau où il y a toujours de l'animation entre les cours donnés, les permanences et le bureau en Open Space. Le télétravail me permettait de libérer davantage ma créativité et la proposition de nouveaux projets. La difficulté que j'ai rencontrée en distanciel fut le fait que nous sommes habitués à aller toujours plus vite sur nos outils numériques, parfois même en oubliant l'entretien des liens humains et informels et donc au détriment du travail collaboratif.

B) Les missions

Mes productions seront ici décrites par rapport au support de publication ou par rapport à la campagne de communication mise en place et non en fonction de l'ordre chronologique de réalisation. **Cf Annexe 28 - Tableau de bord.**

1 LA COMMUNICATION INTERNE

Je décrirai ici les missions réalisées dans le but d'améliorer la communication ou le fonctionnement de l'équipe en interne d'UBM.

- **Organigramme : Cf Annexe 3 - Organigramme hiérarchique d'UBM.** L'organigramme inséré dans le dossier d'analyse préparatoire du stage et que j'avais trouvé sur le site Internet n'était ni d'actualité, ni dans les couleurs de l'Association. Catherine m'a demandé de le reprendre graphiquement et de le publier sur le site. Après plusieurs modifications (*des ajouts de noms oubliés ou des mises à jour des sections clôturées, du format horizontal à vertical*) il a été publié sur le site. Les informations m'ont été fournies par Catherine pour cette production. Le format et l'esthétisme étaient libres. Publier l'organigramme sur le site permettait de créer un sentiment de réelle unité, de rappeler l'ordre hiérarchique en interne comme en externe. Les adhérents ou partenaires peuvent ainsi distinguer facilement l'interlocuteur auquel se référer. Ce travail m'a aussi permis de comprendre le fonctionnement interne de l'Association et a facilité mon intégration dans l'équipe en connaissant les noms et les fonctions de chacun des membres.
- **Chartes graphique et éditoriale : Cf Annexe 6 - Chartes graphique et éditoriale d'UBM.** C'est une mission que nous avons évoquée avec Cathy en début de stage mais que je n'ai réalisée que la dernière semaine. Je n'ai pas mis la priorité sur cette production car Catherine connaît les codes graphiques de son Association et, personnellement, j'ai dû m'y adapter dès mon arrivée en stage. Réaliser ce document permet aux prochains stagiaires en communication de s'imprégner immédiatement des codes graphiques (*couleurs, typographies, logos, pictogrammes*) et des codes langagiers (*cible à atteindre, discours, valeurs, mots clés*) propres à chacun des supports et formats utilisés. Un tel document crée une unité supplémentaire dans l'identité de l'Association si les indications sont respectées par la suite. De plus, cela permet de rester dans un même axe stratégique et de communiquer efficacement auprès de la cible grâce à un discours cohérent. Aussi, pour chacun des logos et des pictogrammes, le chemin d'accès pour les retrouver dans la base de données internes est indiqué. Cela permet une efficacité supplémentaire dans la réalisation de designs.
- **Fiche de poste - Stagiaire de communication : Cf Annexe 7 : Fiche de poste.** La fiche de poste est une production effectuée à la demande de Cathy. Suite à notre collaboration, ma tutrice a repris goût à avoir un stagiaire près d'elle pour la soulager sur les nombreuses missions liées à la communication. Elle est donc maintenant en recherche d'un autre stagiaire et avait besoin d'une fiche de poste à transmettre en cas de candidature. Cette fiche de poste permettra à chacune des parties (*stagiaire et tutrice*) de s'axer sur une même base, élément qui m'a manqué en début de stage pour comprendre les attentes et objectifs que je devais remplir. Réaliser cette fiche m'a permis de faire un point sur les missions liées au poste que j'occupais et permet beaucoup de remises en questions ainsi qu'une valorisation de son propre travail dans le but de le rendre attractif. Ce document, je l'espère, facilitera les prochains recrutements de Cathy et facilitera l'intégration et la prise de marques des prochains stagiaires.
- **Document PDF de location de voiture : Cf Annexe 8 : PDF Location de voiture.** Cathy m'a fourni un document PDF que les membres de l'Association remplissent pour bénéficier d'une voiture lors d'un déplacement dans le cadre d'un projet ou d'un événement professionnel. Ce document n'était pas clair dans les consignes des éléments à indiquer. J'ai donc repris les formulations, accompagnée de Cathy, pour tenter de comprendre les attentes. Ensuite, en autonomie, j'ai repris le PDF sur Canva avec les nouvelles consignes en rendant l'esthétique du document plus aérée. La consigne était la suivante : créer un PDF qu'il est possible de modifier et d'envoyer au format numérique pour qu'il soit rempli à distance et renvoyé. J'ai donc découvert cette fonctionnalité grâce à des tutoriels : celle de créer un PDF modifiable, notamment grâce au site PDFescape sur lequel j'ai pu réaliser cette mission. Ce document facilite clairement la communication interne de l'Association et a été utilisé par l'équipe durant mon stage.

- **Rapport d'activité pour l'Assemblée Générale : Cf Annexe 9 : Rapport d'activité AG.** Le rapport d'activité est un diaporama diffusé durant l'Assemblée Générale annuelle. Il guide la réunion et structure l'ensemble des points à aborder durant cette séance. La consigne de Catherine était de moderniser ce diaporama du Rapport d'activité d'UBM pour l'Assemblée faisant un point sur l'année 2022. Catherine m'a encouragée à porter un réel intérêt au rapport moral de ce dossier, partie rendant compte des activités communicationnelles externes pour faire un point auprès des parties prenantes de l'Association, dont le Bureau et la Direction. Le style que j'ai choisi est sobre et élégant et est en cohérence avec la charte graphique et éditoriale de l'Association. J'ai donc repris l'ensemble de la mise en page du rapport qui fait maintenant 70 pages (*à l'origine 112 pages*), cependant, les informations correctes de l'année 2022 ne m'ont pas été transmises. Je n'ai donc pas appris beaucoup de nouvelles informations sur l'Association actuelle et ai davantage travaillé mes compétences graphiques pour cette production. L'Association dispose du Canva que j'ai créé pour ajouter, par la suite, les informations correctes au rapport d'activité avant l'Assemblée Générale du 25 mai 2023. J'ai beaucoup appris sur l'utilité des Assemblées Générales ordinaires obligatoires aux associations en découvrant les aspects qui y sont abordés.
- **Plans de communication prévisionnel - événementiel - social média : Cf Annexe 10 : Plans de communication.** Ces trois documents servent à l'organisation interne et ont sollicité beaucoup de mes compétences liées à la gestion de projet. Ce sont tous des plannings annuels pour l'année 2023 sous forme de tableaux excels.

1) Le plan de communication événementiel : il répertorie l'ensemble des actions et tâches logistiques découlant de l'organisation des cinq événements annuels organisés par UBM en 2023 (*Conférence nouvelles adhésions, Les Voisins Laure Gatet, Assemblée Générale, Séminaire, Forum de rentrée*) et celles découlant de l'organisation des Bureaux et Comités Directeurs.

2) Le plan de communication social média : il répertorie l'ensemble des publications destinées à Facebook, Instagram, Youtube, Tatou, Rapidmail et sur le Site pour l'année 2023. Il propose des idées de publications en fonction des tendances des saisons mais aussi en fonction des événements et projets et de leurs dates.

3) Le plan de communication prévisionnel : ce planning associe les deux plannings évoqués au-dessus. Le but ici est de faciliter l'organisation en rassemblant les tâches liées aux publications et à l'événementiel.

Sous forme de calendrier, les plannings sont simples à suivre et il est intéressant de s'y référer à la semaine ou tous les jours. Pour ma part, je me suis servie de ces documents durant la fin de mon stage pour m'assurer de ma bonne organisation. J'ai eu beaucoup de difficultés à produire ces plannings. Catherine m'a d'abord demandé un plan de communication annuel. C'est un exercice que je n'avais encore jamais réalisé pour de réels cas. J'ai eu beaucoup de mal à organiser des événements sans en avoir connaissance. Je n'ai pas reçu les informations nécessaires dès le début et le travail fut donc plus laborieux. J'ai effectué des recherches (*site, réseaux sociaux, document communs, anciens calendriers, anciens événements - recherche sur l'organisation d'AG,...*) pour planifier l'année 2023. J'ai donc dû imaginer en totale autonomie les tâches qui pouvaient être nécessaires pour une Association que je ne connaissais pas depuis assez longtemps. J'ai passé beaucoup de temps sur ces documents, il y a eu de nombreuses modifications, du début à la fin du stage. Je pense que si j'avais été davantage accompagnée au début de cette mission, j'aurais pu fournir un travail efficace beaucoup plus rapidement. Cela aurait été plus pratique que quelqu'un prenne une petite heure pour me faire la liste des événements et les dates déjà fixées pour que je puisse ensuite travailler sur de bonnes bases au lieu de devoir valider à plusieurs reprises mes avancées avant d'arriver à un travail convenable.

- **Calendrier 2023 : Cf Annexe 4 : Calendrier UBM 2023.** Ce calendrier est une mission que Cathy m'a confiée, toujours dans le but d'améliorer la communication et l'organisation en interne. C'est un calendrier beaucoup plus général que les plans de communication évoqués en amont. Celui-ci répertorie les périodes de vacances de la zone A, les jours fériés, les dates des événements et des réunions du Bureau et du Comité Directeur. Après de nombreuses modifications émanant de Catherine, j'ai imprimé ce document que j'ai distribué aux membres du Bureau et de la Direction. C'est un travail complémentaire aux plans de communication pour la Directrice qui peut ainsi avoir une vue d'ensemble sur les actions de communication à mener sur l'année.

2 LES CAMPAGNES DE COMMUNICATION

Je décrirai ici les missions réalisées dans le cadre de campagnes de communication axées sur la promotion d'un projet ou d'un événement.

- **Mon Beau Sapin : Cf Annexe 11 : Mon Beau Sapin.** Il s'agit d'une de mes premières missions de stage. Lors des fêtes de fin d'année, UBM avait organisé un concours auprès de ses adhérents. Ceux qui souhaitaient recevoir deux places de cinéma gratuites à l'UGC n'avaient qu'à envoyer leur sapin de Noël en photo à UBM. Ma mission était de créer un support de communication à dériver sur différents canaux utilisés par l'Association. Durant cette mission, j'ai réellement découvert et commencé à m'imprégner de la charte graphique d'UBM. Plusieurs propositions ont été soumises à Catherine avant d'obtenir l'affiche finale. La complexité était d'agencer, de manière dynamique et esthétique, environ 26 photos de sapin avec des couleurs et des tons différents à chaque cliché reçu. L'affiche fut imprimée et exposée dans les locaux d'UBM. Une annonce sur Tatou fut publiée également. Il m'a donc fallu créer une bannière à cette News ainsi qu'un contenu texte. Un mailing sur Rapidmail nous a également permis de diffuser largement la clôture de ce concours en annonçant les "vainqueurs" une semaine après mon arrivée. Aussi, j'ai envoyé un mail aux participants pour leur rappeler leur gain et les remercier de leur investissement. J'ai d'ailleurs eu des difficultés à m'adapter au ton à adopter dans ce mail. J'avais un discours laconique similaire à celui utilisé dans les dossiers que nous rédigeons dans le cadre de compte rendus universitaires. J'ai repensé mon discours avec l'aide de Cathy pour accentuer les volontés de contact et de proximité avec les adhérents. Cette première mission fut utile dans la découverte de Tatou et de Rapidmail. J'ai eu du mal à obtenir certaines informations, notamment les prénoms des participants et les sapins correspondant à chacun. C'est finalement Philippe qui m'a aiguillée le premier jour en présentiel.
- **Campagne de nouvelles adhésions :** Comme évoqué en amont, je suis arrivée durant la campagne de nouvelles adhésions 2023. Effectivement, tous les ans, chaque adhérent doit s'inscrire de nouveau en fournissant sa cotisation pour la nouvelle année. Cette campagne avait donc commencé avec la réalisation des bulletins d'adhésion, du livret d'accueil, des flyers et des cartes d'adhésion 2023. Lors de mon premier jour en présentiel, nous avons donc participé à une conférence de communication interne organisée par la Mairie pour accueillir les nouveaux salariés afin de promouvoir UBM auprès d'eux. L'Association a également organisé une conférence *On vous raconte la vie à UBM* pour réunir les sections et les nouveaux adhérents. Le Président y a présenté ses vœux et une galette fut partagée. J'ai eu l'opportunité d'observer une organisation événementielle durant mon stage. J'ai pu participer à la réalisation de certaines missions pour contribuer au bon déroulement de la conférence. J'ai publié une annonce sur Tatou pour rappeler l'événement via la plateforme de communication interne, puisque l'événement avait lieu dans une salle de conférence de la Mairie de Bordeaux. La veille, avec l'aide de Philippe, nous avons collé des QR code menant au site Internet d'UBM sur quatre kakémonos utiles à l'événement. J'ai également été entraînée par Philippe à la prise de nouvelles adhésions en cas d'affluence lors du jour J. Le matin de la conférence, je suis allée chercher des galettes des rois au Auchan de Mériadeck car ma tutrice avait peur d'en manquer. J'ai mis en ligne le bulletin d'adhésion et le livret d'accueil 2023 sur le site Internet et Tatou pour assurer une cohérence de discours. Cette mission était primordiale avant la conférence pour que les informations nécessaires soient disponibles au grand public. J'ai ensuite aidé Cathy à préparer la salle de conférence (*kakémonos, chaises et tables, café et galettes*).
La conférence *On vous raconte la vie à UBM* a eu lieu de 12h30 à 14h00. Les participants discutaient entre eux. Ne connaissant pas assez bien l'association, je suis parfois restée à l'écart. J'ai eu l'occasion de rencontrer le Président de l'Association et certains membres. Il n'y a pas eu beaucoup de nouvelles adhésions, je n'ai donc pas pu m'essayer à cet exercice. Nous avons ensuite rangé la salle de conférence.



- **Newsletter de février : Cf annexe 12 : Newsletter de février.** La Newsletter est un support de communication mensuel qui permet d'informer les inscrits sur les informations passées ou sur celles bientôt mises en place pour le mois à venir. Cette production nécessite la création d'un design pour chacune des actualités et c'est un travail qui prend beaucoup de temps et qui nécessite beaucoup d'organisation. Cathy m'a proposé des sujets à évoquer et j'ai ainsi pu établir une liste non exhaustive. Il a également fallu que j'envoie un mail aux membres du Comité Directeur afin que chacune des sections voient leurs actualités communiquées dans cette Newsletter. J'ai obtenu quelques réponses et ai pu compléter ma liste. J'ai donc créé des textes et la quasi-totalité des visuels qui sont présents dans la Newsletter de février. À la fin de ce mailing, une communication encourage les lecteurs à suivre UBM sur son site Internet et sur ses réseaux sociaux. Après plusieurs modifications émanant de Cathy, la Newsletter est parue le jeudi 2 février. Nous l'avons communiquée à la fois sur le site Internet et sur Tatou (*en tant que Documents et que News*). Cette News fut publiée de nouveau sur Tatou une semaine après dans le but d'améliorer son référencement sur la plateforme et donc sa visibilité.
- **Pause UBM : Cf Annexe 13 : Pause UBM.** La campagne Pause UBM est une campagne de communication dédiée à uniformiser le compte Instagram et valoriser l'identité de l'Association et ses offres. L'idée était de publier, sur plusieurs vagues de publications, des stories présentant l'Association, ses sections et ses partenaires. C'est une proposition de mission qui émane de ma part et que Catherine a validé avec enthousiasme. J'ai donc créé 28 stories à diffuser en cinq fois sur le compte Instagram. Une maquette du rendu final des stories à la Une sur le compte a été proposée à ma tutrice avant toute publication.

La promotion de Pause UBM s'est effectuée d'abord grâce à des affiches que j'ai réalisées et disposées dans les locaux d'UBM. J'ai également publié une actualité sur le site Internet et sur la page Tatou d'UBM. Aussi, j'ai diffusé une publication sur Facebook pour inciter à visionner les stories et inviter à rejoindre le compte Instagram de l'Association. Enfin, un mailing fut envoyé à chaque session de diffusion de stories. Le rythme de publication était le suivant : durant deux semaines et demi, une session de stories était publiée tous les mardis et tous les jeudis. Cette campagne de communication permettait de faire vivre les réseaux d'UBM, de créer une unité et une cohérence dans son discours et de rendre disponible les informations de base de l'Association sur les réseaux sociaux pour comprendre rapidement qui elle est, à qui elle s'adresse et ce qu'elle propose. Le compte Instagram était ainsi plus harmonieux et davantage informatif.

Finalement, ces stories à la Une ont également été reprises sur Facebook en fin de stage. Aussi, sur Tatou, j'ai pu créer des sous-pages sur le même modèle que la Pause UBM pour y proposer les informations sur les sections uniquement, à la demande de Cathy.

Des stories pour annoncer l'arrivée de nouvelles sections ont également été préparées pour que l'Association puisse s'en servir après mon départ et faire vivre les stories à la Une afin qu'elles soient toujours d'actualité et que la promotion de toutes les sections soit assurée.

Cette campagne de communication était particulièrement prenante et nécessitait beaucoup d'organisation afin de publier deux fois par semaine. Je réalisais les stories puis, avec Cathy, nous faisions une relecture et des modifications avant la publication. La première session de publication, celle sur UBM général, comportait des erreurs que nous n'avions pas vu à la relecture. J'ai dû rapidement supprimer ces diffusions pour faire des modifications efficaces et reposter dans l'urgence. Nous avons donc fait davantage attention lors des prochains posts. Cela m'a rappelé l'importance de prendre le temps de se poser pour relire calmement son travail avant de le publier ou de l'envoyer à quiconque.

- **Questionnaires adhérents : Cf Annexe 14 : Questionnaire adhérents.** Lors de mon arrivée en stage, Catherine développait, avec l'aide d'une équipe externe à UBM, un questionnaire à destination des adhérents afin de proposer des sections par mail en fonction des réponses. Les questions tournaient autour des disponibilités, de la zone géographique, des préférences de pratiques d'activités,... À plusieurs reprises, au début de mon stage, j'ai effectué des tests sur ce questionnaire pour faire des retours à Cathy afin de l'améliorer. J'ai d'ailleurs signalé que le mail de retour de questionnaire arrivé dans la boîte des mails indésirables, élément que nous avons pu signaler dans notre communication externe. Lorsque le questionnaire fut prêt grâce à Cathy et son équipe, j'ai pu communiquer sur ce projet qui a fait son apparition dans la Newsletter de février. J'ai également réalisé une affiche avec un QR code pour accéder au questionnaire facilement. Cette affiche fut diffusée dans les locaux d'UBM et Cathy l'a également exposée dans divers lieux stratégiques des locaux de la Mairie de Bordeaux. Aussi, j'ai publié une annonce sur le site Internet et sur Tatou pour assurer la visibilité sur les supports de communication principaux. À la demande de Cathy, l'identité graphique de la promotion du questionnaire était très proche de celle de la campagne Pause UBM. Après réflexion, je pense qu'il aurait été plus stratégique de différencier ces projets auprès de la communauté pour plus de cohérence.

J'ai également rédigé un mail adressé au comité directeur pour les encourager à communiquer sur le questionnaire. J'ai participé à une réunion Teams d'environ 30 minutes avec Catherine et la personne ayant créé le questionnaire afin qu'elle nous explique comment lire les statistiques sur un Dashboard connecté aux réponses.

Enfin, à la demande de Catherine, j'ai écrit un article pour le magazine Tribu pour promouvoir le questionnaire. **Cf Annexe 15 : Article TRIBU.** TRIBU est un magazine bimestriel de communication interne aux agents de la Mairie de Bordeaux, de sa Métropole et du CCAS. La difficulté de l'exercice était d'écrire un article de 900 signes maximum. J'ai donc fait une première proposition qui a beaucoup plu à Cathy mais qui nécessitait quelques modifications que nous avons effectuées par réunion vidéo Teams. J'ai ensuite envoyé un mail à la responsable de la rédaction pour lui transférer l'article et le QR code à insérer dans le magazine. Cet exercice de rédaction fut enrichissant car je devais m'adapter aux codes de ce support qui demandaient un style d'écriture bref, attrayant et dynamique, au même titre qu'un discours journalistique.

- **Annonce de vacances : Cf Annexe 16 : Annonce de vacances.** Pour le départ en vacances de Philippe durant mon stage, il fallait annoncer aux adhérents que deux permanences ne seraient pas assurées. J'ai donc développé un visuel qui apparaît dans la Newsletter de février. J'ai également créé une affiche que j'ai imprimée et exposée sur le volet roulant du lieu où se tiennent les permanences. Enfin, j'ai publié une actualité sur le site Internet, ce qui nécessite, comme pour toute actualité sur le site, sur Tatou ou sur Rapidmail, la création d'une bannière et d'un contenu de texte.
- **Forum de rentrée 2023 : Cf Annexe 17 : Forum de rentrée.** À la fin de mon stage, il me restait une mission qui me tenait à cœur, celle de créer une identité graphique pour l'événement du Forum de rentrée 2023 qui a lieu le 21 septembre 2023. Le brief était de garder l'esprit écolier et le thème des nappes à carreaux. J'ai donc proposé un dossier avec l'accessibilité aux productions pour qu'elles soient utilisées ou modifiées après mon départ : j'ai créé un logo pour identifier clairement l'événement. J'ai également proposé une affiche, une publication Instagram et Facebook et des bannières pour des actualités sur le Site et Rapidmail, bannière dérivée aux formats de Tatou. J'ai enfin fait une proposition de divers goodies puisque c'est une action de communication mise en place tous les ans pour cet événement. Je pense que si j'avais eu plus de temps, j'aurais pu proposer un travail plus abouti mais cette mission n'était pas urgente et était donc la dernière mission qu'il me restait à effectuer à la fin de mon stage.

3 L'UNITÉ SUR LES SUPPORTS DIGITAUX

Je décrirai ici les missions réalisées dans le but d'uniformiser le discours tenu en externe sur les supports digitaux d'UBM tels que Facebook, Instagram, Tatou, Rapidmail ou le site Internet.

MES ACTIONS SUR FACEBOOK

- J'ai proposé un modèle de publication pour que le compte Facebook d'UBM général partage les dernières actualités postées par les comptes des sections. Effectivement, comme nous l'avons observé, UBM possède de nombreux comptes sur Facebook et ma volonté était de créer une plus grande unité entre tous ces réseaux. Il était donc nécessaire que le compte officiel d'UBM diffuse les publications de ses sections. J'ai pu mettre en place ce modèle de publication pour partager une actualité de la section Run and Co qui avait participé à une course nommée la Cestadaise. **Cf Annexe 18 : Publications Facebook.**
- Dans la continuité d'une stratégie d'unité, nous avons choisi, avec Catherine, un compte Facebook sur lequel axé notre communication et notre discours. Après comparaison de divers facteurs tels que le nombre de followers, nous avons choisi le compte *@Ubm Bordeaux Metropole*. Sur le compte que nous ne souhaitions plus alimenter, j'ai publié une annonce encourageant à rejoindre la page Facebook retenue pour notre communication. Il est important pour l'Association d'avoir un discours clair et cohérent et non un discours dispersé sur divers comptes, égarant le message et la cible. **Cf Annexe 18 : Publications Facebook.**
- Comme évoqué précédemment, j'ai également publié les stories à la Une de la campagne Pause UBM sur Facebook.
- J'ai mis à jour la description de l'Association sur ce support avec un lien vers le compte Instagram et vers le site Internet. J'ai complété la fonction "À propos" du compte pour décrire l'objet d'UBM. J'ai également supprimé de nombreuses anciennes photos qui existaient en double, voire en triple, pour créer encore une fois une meilleure cohérence et unité sur ce support.

MES ACTIONS SUR INSTAGRAM

- J'ai d'abord supprimé un compte Instagram que UBM avait en plus de celui actif et sur lequel aucune publication n'apparaissait. Celui-ci participait simplement à l'incohérence sur ce support. Catherine m'avait évidemment donné son accord.
- J'ai donc mené la campagne Pause UBM principalement sur ce réseau social pour créer des stories à la Une.
- À l'occasion de la journée internationale du sport féminin qui avait lieu le 24 janvier, j'ai proposé à Cathy de créer une publication pour encourager les adhérentes à s'inscrire dans les sections sportives proposées par l'Association. Cette idée fut acceptée et j'ai ainsi pu créer cette actualité. Elle met en valeur à la fois la cause de la défense de l'égalité des sexes mais aussi les sections sportives de l'Association. Profiter d'une journée mondiale ou internationale permet à une organisation de porter un discours engagé en écho avec des valeurs qu'elle véhicule. **Cf Annexe 19 : Publication Sport Féminin Instagram.** J'ai communiqué sur cette action grâce à un mailing "UBM célèbre le sport féminin" sur Rapidmail avec un lien cliquable pour accéder à la publication.
- J'ai également proposé un modèle pour partager les publications des sections possédant un compte Instagram en stories sur le compte d'UBM général. Cette proposition fut acceptée et Cathy a posté une story partageant une publication du compte @UBM Handball avec mon aide.
- Ensemble, nous avons également partagé une publication à l'occasion de la Saint-Valentin. Le but était que j'explique à Cathy certaines fonctionnalités d'Instagram avant mon départ. Je lui ai montré comment créer une publication sur Canva et la publier sur le compte Instagram. Je lui ai également expliqué comment accéder aux statistiques de son compte, de ses stories et de ses publications.

CRÉATION DE BANNIÈRES POUR LE SITE, RAPIDMAIL ET TATOU

- C'est une idée qui émane du dossier d'analyse de communication envoyé en amont du stage. L'idée était de développer douze bannières pour les newsletters de 2023 afin de créer une cohérence graphique dans ces publications mensuelles de l'Association. Après plusieurs modifications et réflexions sur le design, celui-ci fut utilisé lorsque j'ai publié la Newsletter de janvier sur le site Internet à mon arrivée dans l'Association. Cette bannière fut créée pour le format demandé sur le site Internet, qui est le même que le format de Rapidmail (1 200 x 628 px), elle fut ensuite dérivée pour le format Tatou (3 628 x 1 663 px).
- Une bannière fut également créée pour les actualités fréquentes diffusées sur Rapidmail afin que le lecteur différencie une Newsletter d'une actualité. Cela permet d'avoir un discours cohérent et en écho avec l'identité graphique d'UBM.
- Enfin, j'ai également créé une bannière pour les chroniques cinéma de Kat diffusées sur le site Internet mensuellement. Elles sont relayées sur les Newsletters, également mensuelles. J'ai donc dérivé cette bannière en format A4, élément utilisé notamment pour la Newsletter de février que j'ai réalisée.

Cf Annexe 20 : Bannières.

D) MES ACTIONS SUR TATOU

- J'ai eu l'occasion à plusieurs reprises de diffuser des News sur Tatou pour mettre en valeur un projet (*tel que Mon Beau Sapin, Pause UBM, le questionnaire adhérents ou la Newsletter de février*) ou un événement (*tel que la conférence de la campagne des nouvelles adhésions*).
- J'ai mis à jour les documents disponibles sur ce support tels que le bulletin d'adhésion 2023 ou le livret d'accueil toujours dans le cadre de la campagne de nouvelles adhésions.

- J'ai également ajouté les Newsletters de janvier et de février 2023 en documents Tatou pour assurer leur visibilité, en plus de la News effectuée pour celle de février. Cette plateforme de communication interne est un support qui permet un discours direct avec la cible et les adhérents d'UBM.
- J'ai créé des sous-pages sur le thème de la Pause UBM pour présenter les sections de l'Association à la demande de Catherine.
- Je n'ai jamais eu les droits de publications sur Tatou. Au début du stage, nous n'avions pas compris tout de suite que je n'avais pas les droits et j'ai dû contacter des personnes en interne gérant le réseau numérique de la Mairie de Bordeaux (le CAN). Nous avons compris plus tard que je devrais me connecter à l'environnement de travail informatique de Catherine pour accéder à ce support, ce qui pouvait rendre ma tâche parfois complexe.
- À la fin de mon stage, j'ai effacé les anciennes News de l'Association sur Tatou. Toutes les annonces qui n'étaient plus d'actualité ont donc été supprimées à la demande de Cathy ainsi que toutes les News qui indiquaient des dates ou des annonces d'événements.

E) MES ACTIONS SUR RAPIDMAIL

- Voici les titres de la totalité des mailings que j'ai réalisés durant mon stage. Pour chacun, je créais des visuels, des textes, des liens cliquables et mettais en valeur le thème ou l'événement évoqué : Jeu Sapins de Noël 2023, Ce sont les soldes chez notre partenaire Primoloisirs, Ski en mars location matériel offerte, UBM célèbre le sport féminin, la neige est arrivée il ne manque plus que vous, des tarifs préférentiels pour vos vacances d'avril à octobre, Newsletter février 2023, Une Pause UBM ?, Une Pause Bien-être ?, Une Pause Sportive ?. La remarque la plus fréquente de Cathy : mes titres n'étaient pas assez accrocheurs par rapport au support sur lequel nous diffusions.
- Sur Rapidmail, il existe la possibilité de créer des modèles réutilisables si les mailings gardent un même format. J'ai donc enregistré la Newsletter de février comme modèle. J'ai également ajouté un modèle pour les actualités afin que Catherine puisse s'en servir après mon départ.
- Pour s'abonner à la liste de destinataires des mailings d'UBM, il faut s'inscrire via un lien cliquable sur le site Internet de l'Association. Il faut ensuite ajouter des informations telles que son adresse mail. Puis, une page s'affiche annonçant qu'il faut confirmer son inscription par mail. Cependant, ce mail ne s'envoie jamais et le destinataire reste bloqué dans les personnes non confirmées ! Une de mes missions a été de régler ce problème. Mission qui m'a été confiée en début de stage alors que je prenais encore en main la plateforme en ligne. J'ai d'abord réussi à passer manuellement une inscription de non confirmée à active. J'ai expliqué cette marche à suivre à l'équipe pour que l'on soit plusieurs à ajouter les inscriptions, qui ne sont pas excessivement régulières. Je n'ai pas eu le temps de trouver d'autres solutions puisque je me suis concentrée sur de nombreuses autres missions. J'ai donc, à la fin de mon stage, proposé à Cathy de modifier l'indication "Merci de confirmer votre inscription par mail" par "Merci pour votre inscription" sur le site Internet. L'équipe doit actuellement modifier la liste de destinataires manuellement.

F) MES ACTIONS SUR LE SITE INTERNET

www.unionbordeauxmetropole.com, propulsé par Assoconnect.

- **Page Actualité : Cf Annexe 21 : Évolution page d'Accueil.** J'ai publié de nombreuses actualités, au même titre que Tatou, dans le cadre de la large diffusion de supports de communication. Voici les articles que j'ai publiés et mis en page : *Newsletter janvier 2023*, *La chronique de Kat*, *Newsletter février 2023*, *De quoi avez-vous besoin ? UBM vous aide en 2 minutes !*, *Permanences non assurées...*, *Une petite Pause ? Rendez-vous sur le compte Instagram de l'UBM !* Les bannières créées assurent un esthétisme cohérent aux codes graphiques d'UBM.
- **Page La Vie d'UBM :** J'ai diffusé l'organigramme que j'ai créé pour l'Association.

- Pour les pages des sections ou des partenaires, j'ai effectué des petites modifications sur : la page Massage (*reformulation d'une phrase*), la page Cinéma (*reformulation d'une phrase*), la page d'accueil (*ajout d'un logo que j'ai créé*), la page Sophrologie (*ajout d'un logo que j'ai créé*), la page Run and Co (*ajout du programme 2023 envoyé par la section*), la page Art thérapie (*mise en brouillon car plus d'actualité*), la page Jardin Partagé (*mise en brouillon car plus d'actualité*), la page APOP (*déplacée de brouillon à la mise en ligne sur le site car de nouveau d'actualité*), la page Badminton (*mise à jour des horaires des cours*), la page Apivia (*mise en ligne des tarifs 2023*) et la page Cinéma (*dupliquée dans les partenaires et pas seulement dans la section cinéma pour améliorer le référencement du partenariat avec l'UGC*).

- J'ai également effectué de plus grosses mises à jour du site Internet d'UBM.

1) J'ai totalement créé la page Tennis avec des informations envoyées par la section sur un document Word. Après validation de la maquette par Cathy, j'ai mis en ligne les modifications validées par la section en face à face avec la trésorière de la section.

2) J'ai également créé la page sur le partenariat avec Axel Vega de Mériadeck avec un texte de référence.

3) J'ai également développé un design pour le programme de la section archéologie pour le premier semestre 2023 que j'ai ensuite mis en ligne. **Cf Annexe 22 : Programme archéologie.**

- **Page Agenda** : Les dates des rendez-vous à ne pas manquer diffusées dans la Newsletter de février ont été ajoutées au calendrier en ligne sur le site Internet. Les liens pour s'inscrire aux activités y sont directement disponibles.

4 CRÉATION DE LOGO ET DE PICTOGRAMME

- **Section Munz Floor** : À la demande de Catherine, j'ai créé le logo rond de la nouvelle section Munz Floor en me servant du modèle Indesign déjà enregistré et ayant servi à la création des logos des autres sections. J'ai transmis ce logo à Philippe UDIAS qui en avait besoin pour l'envoyer à la section.
- **Section Sophrologie** : Pour créer davantage d'unité, principalement sur le site Internet, j'ai proposé un nouveau pictogramme pour la section. L'ancien n'était pas en accord avec la charte graphique, le orange n'était pas dans les bons tons.

Cf Annexe 23 : Logo et pictogramme.

5 MISSIONS QUOTIDIENNES

Je décrirai ici les tâches que je réalisais souvent, voire quotidiennement.

- Réponses aux mails professionnels.
- Mise à jour régulière de l'avancée de mes tâches sur le Trello partagé de la Direction d'UBM. Cela facilite l'organisation de groupe et individuelle.
- Disponibilité à la prise de contacts : envoi d'un mail à une école pour solliciter les candidatures de stagiaires après mon départ à la demande de Catherine.
- Aide informatique par volonté de faciliter le travail de l'équipe : disponibilité pour les impressions de certains membres de l'équipe de travail, connexion au Zoom d'une responsable de section qui effectuait ses cours tous les mercredis.
- Des réunions avec Catherine et parfois Philippe avaient lieu chaque matin pour faire un point sur les avancées et les questionnements en collaboration. Je préparais souvent en fin de journée la réunion du lendemain en élaborant un dossier avec les documents que j'aurais à montrer ou partager à l'écran (*lors des réunions Teams*) pour retranscrire mon travail.

C) La clôture

1 LA DERNIÈRE JOURNÉE AU BUREAU

Mon dernier jour au bureau était le mardi 14 février car je finissais ma semaine en télétravail. Le matin, avec Cathy, nous avons pris un moment pour faire le point sur les objectifs réalisés durant le stage. Nous en avons également profité pour poster ensemble la publication de la Saint-Valentin sur Instagram. Les documents d'évaluation de stage ont été remplis durant cette réunion. Nous sommes ensuite allées faire des courses pour le repas du midi, où nous voulions nous réunir pour mon dernier repas au sein de l'Association.

Le midi, nous avons donc mangé tous ensemble avec Cathy, sa fille, Philippe, Denis, Dominique, l'expert comptable (*de passage à l'Association*) et moi-même. Nous avons, grâce au financement de l'Association, dégusté des sushis dans une ambiance conviviale. Ce moment était pour moi une réelle reconnaissance mutuelle qui me fit chaud au cœur.

Mon au-revoir à l'équipe fut un moment qui me fit ressentir une légère émotion. Cependant, je ne m'étais pas détendue car je savais qu'il me restait de nombreuses tâches à clôturer avant vendredi. Je n'ai donc pas perçu l'émotion que l'on ressent lorsqu'un projet de vie est achevé.

2 LES TRAVAUX DE CLÔTURE

Afin que mon travail perdure et pour faciliter la communication après mon départ, j'ai proposé plusieurs documents à Catherine lors de mes derniers jours. Aussi, la totalité de mes productions ont été insérées dans un dossier nommé "Jade Suire" dans le dossier de base de données connecté d'UBM.

- **Tutoriel Réseaux Sociaux : Cf Annexe 24 : Tutoriel Réseaux Sociaux.** Ce tutoriel que j'ai proposé à Cathy lui permet d'utiliser simplement les supports digitaux tels que Rapidmail, Tatou, Facebook et Instagram. J'y explique, par exemple, comment publier un design créé sur Canva et dans quel format pour chacun des supports ou comment poster une story avec la plupart des fonctionnalités qui y sont disponibles. Cela permet à Cathy de faire vivre les réseaux sociaux simplement après mon départ.
- **Idées de publications : Cf Annexe 25 : Idées de publications.** Ce document est une continuité du Tutoriel pour les réseaux sociaux mais aussi une continuité du plan de communication social média. Il propose des idées globales de publications sur Instagram ou Facebook en rapport avec la stratégie de communication d'UBM. Chacune des idées est détaillée avec les objectifs qui sont liés à chacune des publications. Aussi, deux designs pour Instagram ont été créés et sont disponibles pour que Cathy les modifie ou les publie après mon départ.
- **Dossier de compte rendu de mes productions : Cf Annexe 26 : Dossier de mes productions.** Ce dossier fut rendu en fin de stage pour que Catherine ait une vue d'ensemble sur mon travail et pour qu'elle puisse le réutiliser efficacement. Chacune des mes productions y est référencée ainsi que la manière dont nous avons communiqué. Pour chacun des visuels créés durant mes six semaines de stage, j'ai indiqué la façon dont les retrouver dans le Canva de l'Association ainsi que dans le dossier de base de données commun et connecté d'UBM. J'ai imprimé ce dossier pour que Cathy l'ait à disposition à son bureau.

3 LA RÉUNION DE CLÔTURE

Pour achever ce stage et pour que je puisse rendre mon matériel de fonction après mes journées en télétravail, j'ai rejoint Cathy chez elle, comme lors de notre rencontre, pour *"boucler la boucle"*. C'est à cette occasion, le mardi 21 février, que j'ai pu réellement remercier Cathy pour tout ce qu'elle avait fait pour moi, pour m'avoir acceptée en stage et pour m'avoir tant appris durant six semaines.

Durant cette réunion, je lui ai montré les dernières productions réalisées durant mon travail en distanciel et je lui ai montré une liste Trello des quelques missions non urgentes que je n'avais pas eu le temps de clôturer (*par exemple, reprendre le logo de l'atelier Soi M'aime*).

Nous en avons également profité pour publier la dernière session de stories à la Une sur les Partenaires d'UBM.

Nous avons également pris un instant pour créer une story Facebook et Instagram afin d'annoncer un événement caritatif. **Cf Annexe 27 : Story événement caritatif.**

Aussi, nous avons eu l'occasion de nous réunir avec un futur responsable de la section Naturopathie qui fait partie de mon réseau proche afin de développer cette nouvelle collaboration. Un projet se clôture pour laisser la place à un nouveau !

À la découverte de la communication de proximité dans le monde associatif

Étude de cas et de terrain d'une Association de la Mairie de Bordeaux : Union Bordeaux Métropole

INTRODUCTION

La population post-Covid a besoin de renouer avec l'humain et exige une telle tendance dans le discours de toutes les structures actuelles. Nous nous intéresserons donc, dans cette analyse de stage, à la communication de proximité et particulièrement à celle liée au discours associatif.

Notre étude de cas s'appuiera sur une recherche de terrain à Union Bordeaux Métropole, association sportive, de bien-être, de culture et de loisirs de la Mairie de Bordeaux.

La communication de proximité est une stratégie complexe qui ne supprime pas réellement la distance avec son interlocuteur mais qui est un usage métaphorique et une rhétorique du proche et du terrain. Cette technique de communication engendre la création de liens directs avec la cible *“de manière hyperciblée et idéalement à proximité”* de la structure concernée.

A) La création de relations communautaires par la structure associative

Une association est une organisation à but non lucratif et dépendante de nombreuses parties prenantes. Son rôle, au-delà de l'objet qu'elle s'est fixé, est de placer l'humain au cœur de ses préoccupations. S'investir dans une association devrait procurer *“un bien-être considérable. Et ce, peu importe le statut de l'intervenant (donateur, adhérent, membre du bureau, bénévole, volontaire, etc.)”*. La construction de ce bonheur passe notamment par l'élargissement de son réseau, le sentiment d'utilité collective ou encore par le développement de compétences sociales ou relatives à une activité.

Cette notion de relation humaine s'observe immédiatement dans la communication de l'Association UBM, sur le support principal, le site Internet. Voici le texte énonçant les valeurs d'UBM : *“UBM place les agents et les adhérents au centre de son existence. Notre but est de démocratiser l'accès à nos offres en termes de bien-être, culture et loisir, et sport. Nous voulons créer du lien et fédérer autour de notre association”*.

L'importance pour une association est de créer une relation et un lien d'une nature durable et de qualité avec ses parties prenantes, qui deviennent alors une réelle communauté. C'est le cas d'Union Bordeaux Métropole, anciennement ASLMB, qui est une association implantée dans la Mairie de Bordeaux depuis maintenant 42 ans. La pérennité de son réseau est donc garantie avec des adhérents assurément fidèles.

Mais pourquoi parler de communauté, de fidélité ou encore de proximité ?

Une association utilise le terme “*adhésion*”, qui est un mot chargé de sens. D’après le Dictionnaire Le Robert, un adhérent est quelqu’un qui “*tient fortement à autre chose*”, c’est également quelqu’un qui “*se déclare d’accord avec, partisan de*”. Mot fort qui permet donc de parler de communauté dont les membres partagent des intérêts communs.

- Comme évoqué, s’investir dans une association développe le réseau et sensibilise au collectif. Les membres partagent donc tous des amis et connaissances communs, le réseau est interconnecté. On parle ici de proximité : UBM par exemple, mobilise également des membres salariés qui sont, par logique, agents de la Mairie de Bordeaux. L’ensemble des membres se réfère donc au même groupe d’appartenance, les liens sont d’autant plus renforcés.
- La proximité concrète passe par le partage d’un lieu commun. La thématique de la localité est donc primordiale notamment dans le développement de partenariats. Notre étude de cas propose de réels arguments concernant cette thématique. D’abord, Union Bordeaux Métropole définit clairement sa cible par la dénomination du champ d’action géographique dans son intitulé : “*Bordeaux Métropole*”. Cette association accorde également beaucoup d’importance à la citoyenneté en étant liée à la Mairie de Bordeaux. Elle développe d’ailleurs de nombreux partenariats locaux, notamment celui avec les salles de cinéma UGC bordelaises, avec les piscines de la ville de Bordeaux et d’autres structures participant à l’activité de la ville. Pour finir sur cette notion, cette association réunit les agents de structures communales qui partagent le même environnement de travail et donc un lieu commun palpable, constant et quotidien.

Finalement, adhérer à une association signifie également partager de mêmes valeurs et de mêmes activités avec les autres membres. Par exemple, à UBM, les adhérents participent ensemble à des cours collectifs des sections. Aussi, les valeurs portées par UBM et inscrites dans leur toute nouvelle charte éditoriale parlent d’elles même en termes de lien avec la communauté : “*Partage, Proximité, Citoyenneté, Vivre ensemble, L’être humain, le corps et l’esprit*”. Aussi, le logo d’UBM porte l’inscription “*Notre logo, notre union*”. Le mot Union, véritablement important pour l’Association, insuffle davantage l’esprit communautaire et le “*bien vivre ensemble*”.

B) Les caractéristiques de la communication de proximité d’une Association

Nous avons pu observer l’importance du renforcement communautaire par l’Association au profit de sa proximité avec ses parties prenantes. Cela en favorisant les rencontres, les lieux communs et le partage de valeurs et d’intérêts collectifs.

1 PROXIMITÉ SPATIALE

Comme nous l’avons évoqué, la proximité spatiale passe par des lieux communs mais la stratégie de communication d’une association doit s’axer principalement sur le développement et la mise en place de situations interactionnelles. Voici des exemples de cadres interactionnels mis en place à UBM :

- Les permanences, tenues deux demi-journées par semaine, permettent des lieux d’échanges avec les adhérents. Elles favorisent le rapport à l’humain et une réelle considération de l’avis des membres. La communication est donc directe, en face à face et naturelle. Les personnes qui se rendent aux permanences vont discuter avec l’équipe présente dans le bureau, comme la Directrice par exemple, et vont ainsi associer des personnes physiques à la personne morale qu’est l’Association.
- L’animation de l’Association par la communication événementielle permet également de créer un cadre interactionnel propice à la proximité avec ses adhérents. Le Forum de rentrée, par exemple, est une zone de rencontre annuelle pour UBM, zone contribuant aux conversations instantanées et à l’élargissement du réseau de chacun. L’engagement et l’investissement des adhérents dans ces actions d’animation événementielle permettent de mesurer la mobilisation globale de la communauté et de réajuster sa communication de proximité en fonction des observations faites.

2 PROXIMITÉ TEMPORELLE

La communication de proximité, comme évoqué en introduction, n'est en réalité que la volonté de combler la distance avec sa cible. Le but de cette communication est donc l'amélioration perpétuelle de la qualité de la relation entretenue avec les parties prenantes. La proximité temporelle rattrape maintenant la problématique de la distance géographique avec l'ère du numérique dans laquelle tout le monde vit plus rapidement. Dans sa communication, UBM a une réactivité immédiate grâce à l'investissement des deux membres de la Direction. Des promotions envoyées à UBM général par leurs partenaires sont toujours envoyées par mailing aux adhérents dans la journée. Pour citer un autre exemple, des actualités et informations sur la vie au sein de l'Association sont souvent partagées sur les supports digitaux (*principalement sur Tatou et sur le site Internet d'UBM*).

La proximité temporelle correspond donc à un immédiat communicatif qui dépasse les limites de la proximité spatiale. Le télétravail mis en place favorise davantage ce cadre de sur-disponibilité de la Direction à cause du manque de limite entre la sphère privée et professionnelle. Il est possible de répondre aux mails très tôt le matin ou encore pendant la pause déjeuner.

3 COMMUNICATION MULTICANALE

L'immédiat communicatif nécessaire à un discours de proximité s'accompagne également d'une omniprésence sur les canaux de communication et d'une communication multicanale. À l'aide de messages clairs, directs, informatifs et transparents sur l'Association, les prises de contact doivent s'effectuer sur de nombreux supports visibles par les adhérents au quotidien, sans qu'il ne se sentent en situation de sur-information. Union Bordeaux Métropole dispose notamment :

- d'un site Internet,
- d'une plateforme de mailing (*Rapidmail*),
- d'une plateforme de communication interne aux agents de la Mairie de Bordeaux, de sa Métropole et du CCAS (*Tatou*),
- de l'affichage au sein des locaux de la Mairie de Bordeaux,
- d'un compte Instagram,
- d'un compte Facebook,
- d'une chaîne Youtube,
- d'un article bimestriel dans le magazine Tribu.

La limite à cette communication multicanale d'UBM est le manque de temps que Catherine BEN FREDJ peut consacrer à la communication car son poste est prioritairement celui de Directrice de l'Association et non celui de Chargée de communication.

4 "ADHÉRENT-CENTRISME"

Mes recherches sur la communication et le discours de proximité m'ont menée à la notion de "*client-centrisme*". Pour les associations, il est possible de proposer le terme d' "*adhérent-centrisme*".

On rejoint ici l'importance pour l'humain évoqué dans notre partie A) de cette analyse car ici, l'adhérent prend une place réellement importante. À UBM, ils étaient au nombre de 1 800 en 2022. Il faut être capable de rester disponible pour répondre à chacun des questionnements. Philippe UDIAS, responsable adhérents, a donc pour rôle de rester libre pour répondre au téléphone durant sa journée de travail. Il doit aussi être capable d'arrêter la tâche qu'il est en train d'effectuer lorsqu'un adhérent se présente lors d'une permanence. Il est également possible que certains viennent hors périodes de permanence et que Philippe les accueille tout de même. Aussi, la Direction est quotidiennement active sur la boîte mail d'UBM général pour répondre à toutes les demandes.

De plus, Catherine et Philippe connaissent tous les deux plus ou moins personnellement chacun des membres de l'Association, ce qui renforce ce sentiment de considération de l'adhérent en tant que personne.

CONCLUSION

La communication de proximité n'est finalement qu'une véritable considération de l'humain et de ses relations. Elle est également synonyme d'une volonté de conserver un contact constant en informant sa communauté sur la vie associative grâce à une majorité de supports de communication possibles.

La communication de proximité paraît donc indispensable pour une association, structure qui place l'humain et ses adhérents au centre de ses préoccupations. Le but d'un discours proximal, tout comme d'une association, est de créer du lien, de fédérer, de fidéliser et de faire adhérer à des valeurs et objectifs.

Le discours communautaire et de proximité est favorisé par le cadre qu'instaure le monde associatif : un réseau de membres interconnectés, un principe de localité ainsi que des valeurs de partage et de vivre ensemble.

Enfin, la communication étudiée doit inclure dans sa stratégie des actions instaurant une proximité spatio-temporelle avec ses adhérents. Les associations doivent également tenir une communication immédiate, omniprésente et multicanale afin de maintenir un lien avec leurs parties prenantes.

Pour conclure cette analyse, j'aimerais aborder des éléments constructifs pour potentiellement se questionner sur des réajustements pour la communication de proximité d'Union Bordeaux Métropole qui reste néanmoins particulièrement efficace.

D'abord, l'envoi de mailing sur des plateformes en ligne telles que Rapidmail sont à l'antipode des mails personnalisés. Les mails nominatifs sont conseillés pour une communication de proximité. Je pense tout de même que l'envoi de mailing est un support pertinent puisqu'il permet une communication de masse, seulement le risque est d'envoyer un trop grand nombre de mailing pouvant désintéresser les inscrits. Cela peut instaurer un sentiment de banalité et de sur-information au lieu de susciter l'envie de lire l'annonce en la transformant en "événement attendu".

Aussi, avant mon arrivée en stage, les réseaux sociaux, tels que Facebook et Instagram, n'étaient absolument pas alimentés de manière régulière. Les réseaux sont cependant les supports de communication de proximité par excellence. Nous parlions de cadre interactionnel pour développer la proximité spatiale mais les réseaux sociaux sont des cadres interactionnels totalement digitaux. Pour combler ce manque de communication de proximité sur les réseaux sociaux, j'ai élaboré des préconisations pour de prochaines publications dans le but de créer de l'engagement et un lien avec la communauté d'UBM.

En voici des exemples :

- Dans le but de proposer à la communauté des actualités liées à la vie d'UBM : informations sur l'ouverture d'une nouvelle section, sur la parution du programme d'une section, sur l'annonce d'un événement ou sur l'annulation de permanences.
- Dans le but de créer de l'engagement : création de jeux concours.
- Dans le but de faire participer sa communauté au développement de l'Association : création de contenus participatifs tels que des stories sondages *"Quel partenariat souhaiteriez-vous voir chez UBM ?"*, *"Seriez-vous présent au Forum de rentrée ?"*.

SOURCES

- **10 raisons de rejoindre une association en 2020 !** (s. d.). HelloAsso. Consulté le 3 mars 2023, à l'adresse <https://www.helloasso.com/blog/10-raisons-de-rejoindre-une-association-en-2020/>
- Accueil. (s. d.). **Union Bordeaux Métropole**. Consulté le 2 mars 2023, à l'adresse <https://www.unionbordeauxmetropole.com/page/1031671-ubm>
- **Comment améliorer votre communication de proximité ?** (s. d.). Médiapost. Consulté le 2 mars 2023, à l'adresse <https://www.mediapost.fr/ressources/questions-reponses/optimiser-ma-communication/comment-ameliorer-votre-communication-de-proximite>
- **Communication de Proximité**. (s. d.). Urbanact. Consulté le 3 mars 2023, à l'adresse <https://www.urbanact.com/fr/concept/communication-de-proximite>
- Garnier, L. (2021, 5 octobre). **La proximité, discours et pratiques : une analyse comparée de trois villes européennes**. Hal.Univ-Reunion. Consulté le 3 mars 2023, à l'adresse <https://hal.univ-reunion.fr/AO-ARCHITECTURE/halshs-03365159v1>
- Gauthier, J. (2018, 2 juillet). **Les limites du client-centrisme**. Qontinuum Agency. Consulté le 3 mars 2023, à l'adresse <https://www.qontinuum-agency.com/post/2017/09/30/les-limites-du-client-centrisme>
- Houllier-Guibert, C.-E. (2009). **Evolution de la communication territoriale : les limites de l'idéologie de la proximité**. Les Enjeux de l'information et de La Communication, 2009, 45-61. <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2009-1-page-45.htm>
- Lefebvre, R. (2006). **L'action publique de proximité relève-t-elle du client-centrisme ?** Persee. Consulté le 2 mars 2023, à l'adresse https://www.persee.fr/doc/pomap_0758-1726_2006_num_24_4_2343
- Moreno, A. (2014, juillet). **Le discours rapporté dans l'interaction : proximité et variabilité**. Researchgate. Consulté le 3 mars 2023, à l'adresse https://www.researchgate.net/publication/274585907_Le_discours_rapporte_dans_l%27interaction_proximite_et_variability

CONCLUSION

Relations créées

Grâce à ce stage, j'ai eu l'occasion d'agrandir mon réseau professionnel et de rencontrer des personnes prêtes à m'épauler et à m'aiguiller durant chacune de mes missions.

Mes anciens stages avaient déjà testé ma capacité à intégrer une équipe de travail au sein d'une structure inconnue, mais ce stage m'a rappelé mon aptitude à comprendre et à m'adapter à l'environnement dans lequel j'évolue.

C'est d'abord grâce à l'accueil que l'équipe m'a réservé que je me suis sentie autant à l'aise.

C'est aussi grâce à Cathy, qui a su me responsabiliser de plus en plus dans mes missions et qui a su me proposer des exercices pour lesquels je ne me sentais pas forcément expérimentée, tout en me faisant confiance. J'ai également beaucoup appris grâce à l'expérience de Cathy, qui, tout au long du stage, m'a partagé ses connaissances, ses conseils liés au domaine ainsi que de nombreuses astuces afin que je perfectionne ma technique et la qualité de mon travail.

Compétences générales développées et difficultés rencontrées

Contrairement à ce que je pensais, j'ai rencontré beaucoup plus de difficultés sur le plan rédactionnel que sur l'aspect graphique de mes tâches.

Effectivement, lors de la rédaction des mailings, de la Newsletter de février ou encore lors de la rédaction de l'article pour le magazine Tribu, j'ai rencontré des difficultés afin de trouver le ton adéquat à la cible et au support concerné. Je pensais avoir des facilités rédactionnelles grâce aux nombreux rapports que mes formations m'ont entraînée à fournir rapidement. Cependant, ce type d'exercice ne nous entraîne absolument pas à créer de réels textes pouvant interpeller et faire écho aux attentes et besoins de notre cible. Élément qui me paraît pourtant primordial pour un communicant.

J'ai aussi, durant ce stage, découvert une réelle passion pour le graphisme ou encore pour le community management. Effectivement, à plusieurs reprises, j'ai pris l'initiative de proposer des supports à destination des réseaux sociaux. J'ai beaucoup aimé le fait de réfléchir durant plusieurs jours à un projet, et soudain, sans raison, trouver une idée formidable et être capable de la retranscrire en version numérique (*ou en concret pour le cas de l'affichage*).

Enfin, ce stage m'a permis d'améliorer mes aptitudes à organiser une équipe en interne grâce à la réalisation de nombreux plannings et calendriers détaillés. Depuis ma formation à l'IUT, je suis entraînée à répartir des tâches dans un groupe de travail pour parvenir à faire aboutir un projet. J'ai également confirmé cette envie lors de notre cours de gestion de projet cette année dans lequel je faisais partie du pôle gestion tout en portant le rôle de chef de projet. Seulement, ici, je ne connaissais pas du tout l'organisation interne appliquée à mon arrivée, ni les nombreuses actions menées à l'année dans l'Association. Ces missions m'ont poussé à me questionner et à aller vers les membres de la Direction pour demander de l'aide et davantage d'informations. J'ai finalement pu développer des calendriers réellement utiles pour le bon déroulement des missions et des projets événementiels notamment.

Ce stage m'a donc permis de faire un point sur mes compétences. Je me suis aperçue qu'il fallait donc que je travaille fortement ma capacité rédactionnelle sur des supports professionnels dans le but de fournir des textes attractifs, brefs et concis. Je vais également développer mes connaissances graphiques tout en m'exerçant grâce à la découverte pour cette nouvelle passion : celle de la création d'infographies, de publications social média ou d'affichages. Enfin, j'ai su confirmer mes capacités organisationnelles dont je me pensais déjà capable. Ma prise d'initiatives s'est également prouvée lors de ce stage grâce aux nombreuses propositions et préconisations effectuées auprès de Cathy qui a su apprécier cette qualité.

Aussi, grâce à mon analyse de stage, j'ai pu m'exercer de nouveau à des techniques de communication des organisations qui m'ont été enseignées à l'IUT (SWOT, Benchmark, analyse de contenu, sémiologie de l'image,...).

Perspectives professionnelles et universitaires

Cette expérience au sein de l'Association Union Bordeaux Métropole fut particulièrement professionnalisante et m'a confortée sur l'orientation scolaire que je poursuis depuis maintenant trois ans.

J'ai évidemment gardé contact avec Catherine qui recevra ce rapport de stage et je pense pouvoir dire que cette collaboration a satisfait l'ensemble des parties. Aujourd'hui, Catherine reprend des stagiaires alors qu'avant ma venue, ce n'était plus envisageable à cause de mauvaises expériences. Je pense que si je dois de nouveau chercher un stage à l'avenir, les portes d'UBM me seront sûrement ouvertes.

Ce stage m'a également permis de renouer avec la communication des organisations, domaine qui m'a été enseigné deux ans à l'IUT et qui me manquait particulièrement cette année. En effet, j'ai une réelle envie de me professionnaliser dorénavant et aurait voulu réaliser mon Master en alternance. La faculté ne permet pas un tel projet lors de la première année alors que les formations se veulent professionnalisantes. Je souhaite tout de même poursuivre mes études par soif de découverte et par volonté de développer davantage de compétences pour fournir un travail parfait.

ANNEXES

ANNEXE 1 : Les sections d'UBM	p. 30
ANNEXE 2 : Les partenaires d'UBM	p. 31
ANNEXE 3 : Organigramme hiérarchique d'UBM	p. 32
ANNEXE 4 : Calendrier UBM 2023	p. 33
ANNEXE 5 : Analyse de communication d'UBM (<i>extraits</i>)	p. 34
ANNEXE 6 : Chartes graphique et éditoriale d'UBM (<i>extraits</i>)	p. 35
ANNEXE 7 : Fiche de poste	p. 36
ANNEXE 8 : PDF Location de voiture	p. 37
ANNEXE 9 : Rapport d'activité AG (<i>extraits</i>)	p. 38
ANNEXE 10 : Plans de communication (<i>extraits</i>)	p. 39
ANNEXE 11 : Mon Beau Sapin	p. 40
ANNEXE 12 : Newsletter de février	p. 41
ANNEXE 13 : Pause UBM	p. 42
ANNEXE 14 : Questionnaire adhérents	p. 48
ANNEXE 15 : Article TRIBU	p. 49
ANNEXE 16 : Annonce de vacances	p. 49
ANNEXE 17 : Forum de rentrée	p. 50
ANNEXE 18 : Publications Facebook	p. 51
ANNEXE 19 : Publication Sport Féminin Instagram	p. 52
ANNEXE 20 : Bannières	p. 53
ANNEXE 21 : Évolution page d'Accueil	p. 54
ANNEXE 22 : Programme archéologie	p. 55
ANNEXE 23 : Logo et pictogramme	p. 55
ANNEXE 24 : Tutoriel Réseaux Sociaux (<i>extraits</i>)	p. 56
ANNEXE 25 : Idées de publication	p. 57
ANNEXE 26 : Dossier de mes publications (<i>extraits</i>)	p. 58
ANNEXE 27 : Story événement caritatif	p. 59
ANNEXE 28 : Tableau de bord	p. 60
ANNEXE 29 : Fiche d'évaluation de stage	p. 69
ANNEXE 30 : Attestation de stage	p. 70

12 SECTIONS BIEN-ÊTRE

- **Atelier Soi M'aime** : Peut être pratiqué par tous et dans le respect des possibilités de chacun. Détente par le souffle, pour le corps et l'esprit, dans le but de retrouver une harmonie intérieure.
- **Amma Assis** : Séance de 20 min. Techniques corporelles de pressions, percussions, vibrations, tapotements et brossages.
- **Kinésiologie** : Séance de 30 min à 1h30. Rééquilibrage des méridiens par pression sur des points d'acupressure ou des massages neuro- lymphatiques.
- **Massages** : Massages assis de 30 min ou sur table d'1h. Avec ou sans huile, habillé ou dos nu.
- **Méditation** : Méditation pleine conscience et séances à thème.
- **Pilates** : Développe le corps de façon harmonieuse, rectifie les mauvaises postures et restitue la vitalité physique.
- **Qi Gong** : Exercices énergétiques basés sur du mouvement continu, circulaire et fluide.
- **Munz Floor** : À la manière d'un massage tissulaire profond, vos propres mouvements de froissement et de défroissement relâchent les couches musculaires superficielles.
- **Réflexologie Plantaire** : Séance de 1h qui permet le travail des zones réflexes des pieds et des mains. Permet de stimuler votre capacité d'auto-guérison.
- **Sophrologie** : Permet d'acquérir une meilleure connaissance de soi et d'affronter les objectifs de sa vie avec sérénité.
- **Wa-Jutsu** : Forme de ju-jitsu, un art martial enseigné dans la tradition japonaise et sans compétition.
- **Yoga** : Divers types de Yoga vous sont proposés par UBM : Hatha Yoga, Yoga Iyengar, Vinyasa

16 SECTIONS SPORTS

- **Badminton** : Jeu libre, compétitions, tournois,...
- **Basket** : Basket loisir
- **Bowling** : Entraînements, compétitions, Soirées Bowling,...
- **Cyclisme** : Courses, entraînements, loisir,...
- **Football** : E-foot, arbitrage, Soccer,...
- **Golf** : Cours collectifs, compétitions, sorties loisirs et séjours à l'étranger.
- **Handball** : Entraînements, compétitions, matchs amicaux,...
- **Karting** : Challenge, endurance, courses individuelles
- **Montagne** : Sorties raquettes, sorties tout public, ascensions de sommets
- **Moto Loisir** : Balades à thème et actions humanitaires
- **Pelote Basque** : Entraînements, compétitions, découverte de la culture basque et moments conviviaux
- **Piscines** : Activités aquatiques pour tous, baignade libre,...
- **Rugby** : Compétitions, entraînements, matchs amicaux, évènements divers,...
- **Run and Co** : Entraînements, compétitions, évènements hors département, courses caritatives
- **Sports aventures** : Séjours à la neige, canoë, pêche en haute mer, rafting, VTT, randonnées,...
- **Tennis** : Formations, compétitions, loisir, animation

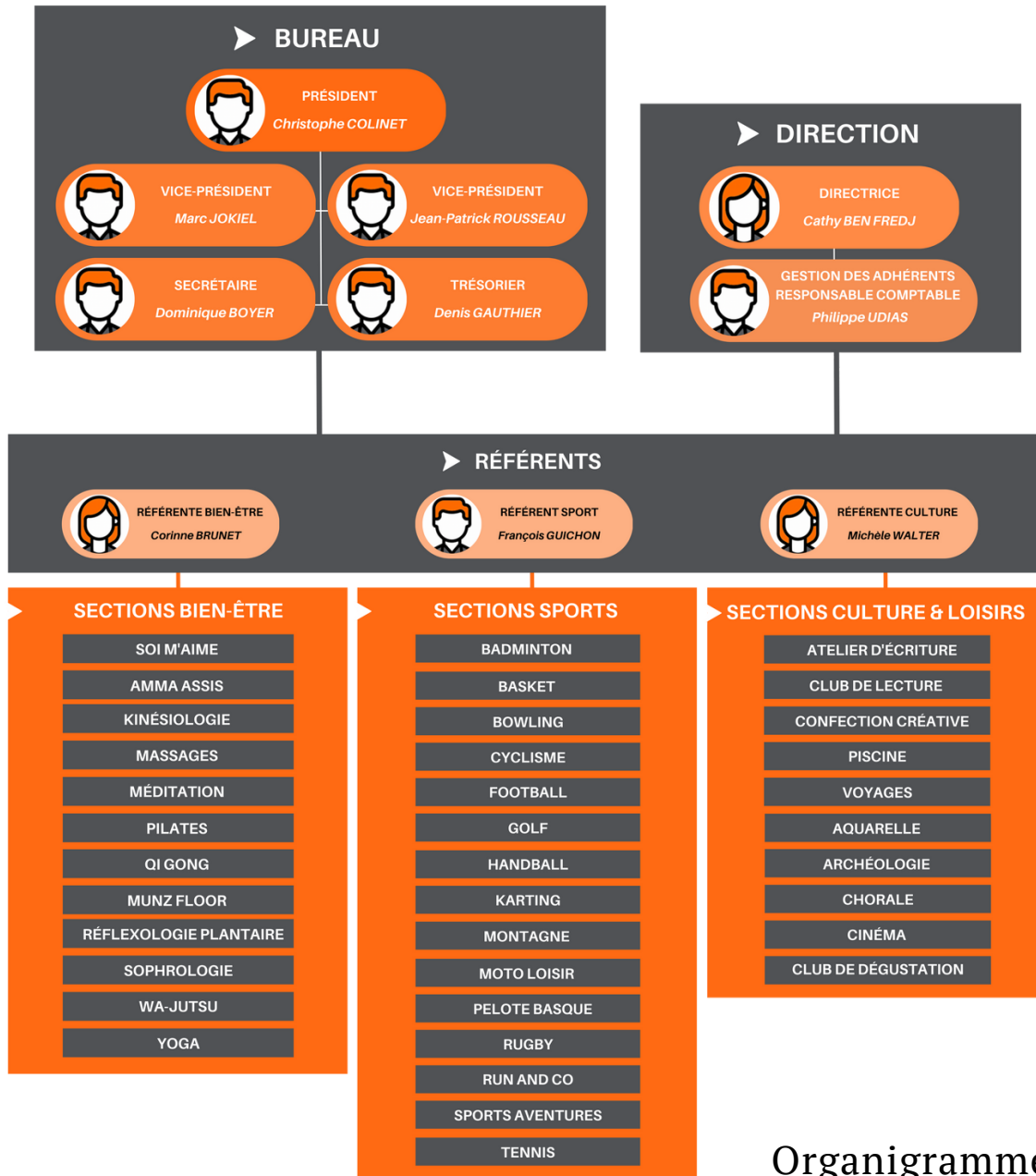
9 SECTIONS CULTURE ET LOISIRS

- **Aquarelle** : Cours collectifs et créations artistiques.
- **Archéologie** : Rencontres et conférences pour connaître les secrets de l'histoire de Bordeaux et de ses monuments.
- **Chorale** : Séances de chant pour débutants et initiés, sous la direction d'un(e) chef(fe) de coeur.
- **Cinéma** : Chroniques cinéma de Kat et partenariat avec l'UGC avec la place à 5,05 €.
- **Club de dégustation** : Soirées mensuelles pour partager et développer ses connaissances sensorielles et gustatives.
- **Atelier d'écriture** : Exprimer sa créativité, se faire plaisir, partager sa passion, développer son imaginaire,...
- **Club de lecture** : Partager une fois par mois son expérience de lecture autour d'une thématique propre à chaque séance en partenariat avec la Bibliothèque de Bordeaux Mériadeck.
- **Confection créative** : Ateliers coutures, utilisation de tissus existants, machines à coudre mises à disposition, conseils,...
- **Voyages** : Séjours à l'étranger, week-end en France et capitale européenne.

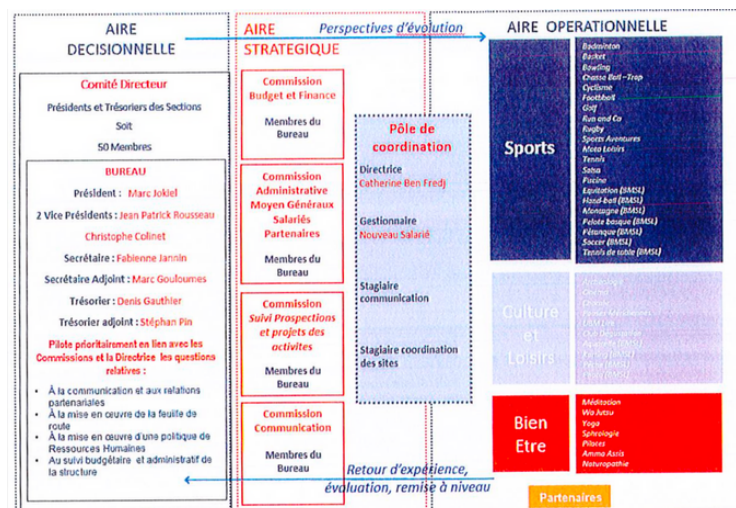
11 PARTENARIATS

- **Cinémas UGC de Bordeaux** : Carte UGC BLUE offerte, places à 5.05 € (au lieu de 11.10 €), autres offres promotionnelles
- **Axel Vega** : Prix avantageux pour la Patinoire et le Bowling de Mériadeck. Gratuit pour les enfants de moins de 5 ans.
- **FreeSalsa** : Cours pour tous, soirées organisées toute l'année dans 9 écoles de la Métropole.
- **Primoloisirs** : Billetterie voyages, offres à prix concurrentiel pour les adhérents.
- **Collège Ostéopathique de Bordeaux** : 3 collèges COB, soins optimaux à coût très réduit.
- **APOP Opéra** : Avantages tarifaires sur les spectacles programmés par l'Opéra, visite du Grand Théâtre, exposition d'été.
- **Aqualigne** : Fitness et Piscine avec plusieurs concepts de cours collectifs.
- **Apivia** : Avantages d'un contrat collectif de complémentaire santé.
- **ACSO Automobile Club** : Stages de récupération de points.
- **Auto Défense et Arts Martiaux (ADAM)** : Krav Maga, Judo, Ju-Jitsu brésilien, Grappling, Boxe pieds poings, MMA.
- **Piscines de Bordeaux** : Activités aquatiques pour tous et baignade libre dans les Piscines de la ville de Bordeaux.

ORGANIGRAMME DE L'ASSOCIATION



Organigramme avant mon arrivée





CALENDRIER 2023 UBM

VACANCES SCOLAIRES
ZONE A

Janvier		Février		Mars		Avril		Mai		Juin		Juillet		Août		Septembre		Octobre		Novembre		Décembre	
1 D		1 M		1 M		1 S		1 L	FÉRIÉ	1 J		1 S		1 M		1 V		1 D		1 M	FÉRIÉ	1 V	
2 L		2 J		2 J		2 D		2 M		2 V		2 D		2 M		2 S		2 L		2 J		2 S	
3 M		3 V		3 V		3 L		3 M		3 S		3 L		3 J		3 D		3 M		3 V		3 D	
4 M		4 S		4 S		4 M		4 J	BUREAU COMITÉ	4 D		4 M		4 V		4 L		4 M		4 S		4 L	
5 J		5 D		5 D		5 M		5 V		5 L		5 M		5 S		5 M		5 J		5 D		5 M	
6 V		6 L		6 L		6 J	Voisins LG	6 S		6 M		6 J		6 D		6 M		6 V		6 L		6 M	
7 S		7 M		7 M		7 V		7 D		7 M		7 V		7 L		7 J	SÉMINAIRE	7 S		7 M		7 J	
8 D		8 M		8 M	BUREAU +Ri rugby	8 S		8 L	FÉRIÉ	8 J		8 S		8 M		8 V		8 D		8 M		8 V	
9 L		9 J		9 J		9 D		9 M		9 V		9 D		9 M		9 S		9 L		9 J		9 S	
10 M		10 V		10 V		10 L	FÉRIÉ	10 M		10 S		10 L		10 J		10 D		10 M		10 V		10 D	
11 M		11 S		11 S		11 M		11 J		11 D		11 M		11 V		11 L		11 M		11 S		11 L	
12 J	GALETTE	12 D		12 D		12 M		12 V		12 L		12 M		12 S		12 M		12 J		12 D		12 M	
13 V		13 L		13 L		13 J		13 S		13 M		13 J		13 D		13 M		13 V		13 L		13 M	
14 S		14 M		14 M		14 V		14 D		14 M		14 V	FÉRIÉ	14 L		14 J		14 S		14 M		14 J	
15 D		15 M		15 M		15 S		15 L		15 J		15 S		15 M	FÉRIÉ	15 V		15 D		15 M		15 V	
16 L		16 J		16 J		16 D		16 M		16 V		16 D		16 M		16 S		16 L		16 J		16 S	
17 M		17 V		17 V		17 L		17 M		17 S		17 L		17 J		17 D		17 M		17 V		17 D	
18 M		18 S		18 S		18 M		18 J	FÉRIÉ	18 D		18 M		18 V		18 L		18 M		18 S		18 L	
19 J		19 D		19 D		19 M		19 V		19 L		19 M		19 S		19 M		19 J		19 D		19 M	
20 V		20 L		20 L		20 J		20 S		20 M		20 J		20 D		20 M		20 V		20 L		20 M	
21 S		21 M		21 M		21 V		21 D		21 M		21 V		21 L		21 J	FORUM	21 S		21 M		21 J	
22 D		22 M		22 M		22 S		22 L		22 J		22 S		22 M		22 V		22 D		22 M		22 V	
23 L		23 J		23 J	BUREAU COMITÉ	23 D		23 M		23 V		23 D		23 M		23 S		23 L		23 J	BUREAU COMITÉ	23 S	
24 M		24 V		24 V		24 L		24 M		24 S		24 L		24 J		24 D		24 M		24 V		24 D	
25 M		25 S		25 S		25 M		25 J	AG	25 D		25 M		25 V		25 L		25 M		25 S		25 L	
26 J		26 D		26 D		26 M		26 V		26 L		26 M		26 S		26 M		26 J		26 D		26 M	
27 V		27 L		27 L		27 J		27 S		27 M		27 J		27 D		27 M		27 V		27 L		27 M	
28 S		28 M		28 M		28 V		28 D		28 M		28 V		28 L		28 J		28 S		28 M		28 J	
29 D		29 M		29 S		29 S		29 L	FÉRIÉ	29 J		29 S		29 M		29 V		29 D		29 M		29 V	
30 L		30 J		30 D		30 D		30 M		30 V		30 D		30 M		30 S		30 L		30 J		30 S	
31 M		31 V						31 M						31 J	BUREAU COMITÉ							31 D	

PLAN DE COMMUNICATION

VERSION 1



Préparé pour
Union Bordeaux Métropole

Présenté à

Cathy Ben Fredj

Présenté par

Jade Suire

À la date du

Vendredi 06 janvier 2023

Dossier préparatoire de 23 pages analysant la communication d'UBM.

Ce dossier répertorie les points suivants :

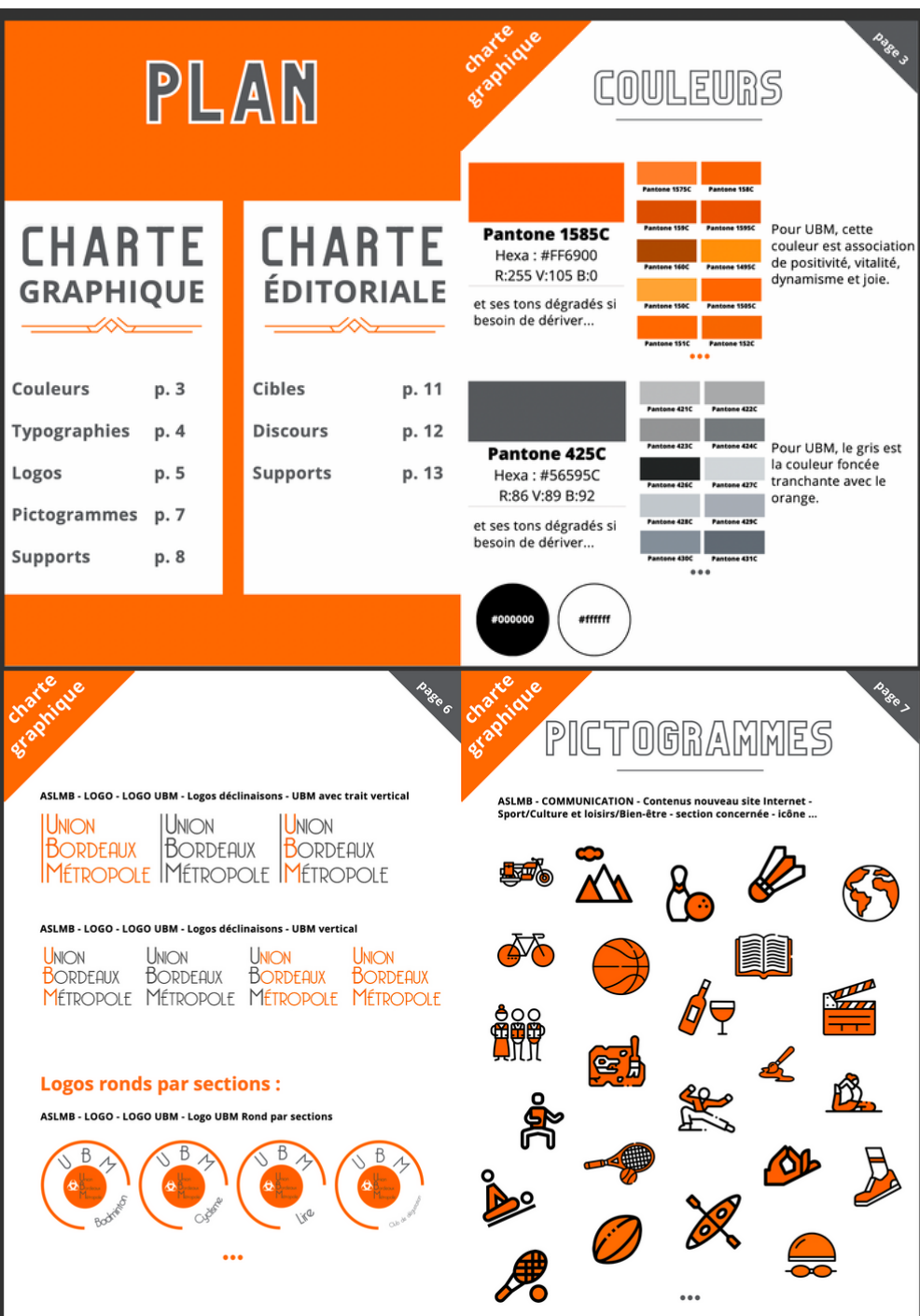
I - Mes recherches :

- **Fiche d'identité** de l'Association, étude de la cible, des sections et partenaires puis compréhension de la hiérarchie d'UBM.
- **Analyse comparative** : cette partie correspond à un Benchmark, comparant UBM à trois autres associations bordelaises sur les points suivants : l'esthétisme du logo, la cible de l'association concernée, la zone d'action géographique, les offres d'activités, quelques chiffres importants, le montant des cotisations, le développement de partenariats et l'analyse des divers supports de communication qui m'étaient accessibles (*site, réseaux sociaux*). Cette partie m'a permis de proposer de nouvelles idées d'activités, de situer UBM par rapport à la présence et à la visibilité d'autres associations sportives ou de culture et de proposer des réajustements sur les supports de communication d'UBM.
- **Analyse SWOT**
- **Analyse de la charte graphique et éditoriale** : Rédiger cette partie m'a permis de me familiariser avec les codes graphiques et de langage de l'Association.

II - Préconisations :

- Idées pour chaque page du site Internet, pour améliorer la cohérence des posts sur Facebook, pour la création de stories à la Une sur Instagram (*idée retenue*), pour améliorer la cohérence de la chaîne Youtube et la visibilité du compte Google Business.
- Maquette pour des modifications sur la page d'accueil du site.
- Maquettes de bannières pour la diffusion de Newsletters ou de chroniques cinéma de Kat (*idée retenue*).

III - Les missions potentielles : propositions de diverses actions que je pourrais réaliser durant le stage et rappel de ma disponibilité pour tout autre élément.





FICHE DE POSTE

Stagiaire chargé(e) de communication

UNION BORDEAUX MÉTROPOLE

Association Sport, culture, loisirs, bien-être pour les agents, les retraités, et leurs ayants droit de la Ville de Bordeaux, du CCAS et de la Métropole de Bordeaux

1 800 adhérents en 2022

Esplanade Charles de Gaulle,
33045 Bordeaux Cedex

ubm@mairie-bordeaux.fr

05 57 20 70 56



Site UBM



MISSIONS

MISSIONS PRINCIPALES

- Mettre en valeur l'Association, ses offres et ses partenaires auprès des adhérents
- Contribuer à améliorer l'image et la visibilité de l'association sur l'ensemble de ses supports de communication
- Créer une cohérence et une unité entre chaque supports et canaux de communication d'UBM
- Organiser et planifier la mise en oeuvre des actions de communication
- Respecter la charte graphique et éditoriale dans la création de contenus digitaux ou imprimés

MISSIONS DÉTAILLÉES

- Créer des newsletters mensuelles (*Rapidmail*)
- Créer des mailings et partager les actualités de l'Association et de ses partenaires auprès des adhérents (*Rapidmail*)
- Faire vivre les réseaux sociaux avec pour priorité Facebook et Instagram, puis Youtube
- Créer des actualités et publier des documents sur Tatou (*site de communication Interne de la Mairie de Bordeaux*)
- Mettre à jour le site Internet (*Assoconnect*), ses rubriques, son agenda et ses actualités
- Créer des affichages
- Développer des campagnes de communication autour d'un événement, projet ou d'une actualité importante pour l'Association
- Mettre à jour ou créer le plan de communication annuel d'UBM (*médiaplanning, événementiel, planning social média,...*)
- Participer aux projets événementiels, à leur mise en place et leur organisation
- Développer des jeux concours, des contenus participatifs et des projets de proximité avec les adhérents
- Développer les supports de communication internes (*organigramme, calendrier, planning,...*)
- Créer des logos, icônes et pictogrammes
- Rédiger des articles pour le magazine Tribu
- Développer de nouvelles sections ou de nouveaux partenariats

AMBIANCE

Les journées en présentiel sont le **MARDI, MERCREDI et JEUDI**. Les journées à distance sont le **LUNDI et le VENDREDI**.

Les bureaux sont ouverts et le travail de groupe prime pour la collaboration de toute l'équipe (*bénévoles, stagiaires, directrice, salariés,...*)

Cathy BEN FREDJ, la directrice, a une visibilité totale sur le travail effectué par le stagiaire. Tout les contenus doivent être validés avant la publication.

Les questionnements sont à discuter avec Cathy en face à face ou par Teams lors des journées à distance.

Des missions ponctuelles et urgentes peuvent intervenir durant le stage. Il faut être capable de réorganiser son travail et ses priorités.

Les adhérents sont souvent présents au bureau lors des permanences, la proximité, l'échange et l'accueil sont des règles primordiales.

Une machine à café est à disposition pour tenir le rythme durant le stage !



TUTRICE :

Cathy BEN FREDJ

Directrice d'UBM

c.benfredj@bordeaux-metropole.fr

06 37 83 37 20

CV et lettre de motivation à adresser par mail

SAVOIRS-FAIRE

- Compétences en graphisme (*Suite Adobe et Canva*)
- Compétences rédactionnelles
- Compétences de community management
- Travail en équipe (*en présentiel ou à distance*)
- Gestion de projets
- Connaissances et utilisation d'Excel et du Pack Office
- Capacité d'analyse et de développement d'une communication existante (*diagnostic de communication*)
- Connaissances informatiques et utilisations de logiciels divers (*Zoom, Teams,...*)
- Gestion du temps de travail
- Capacité à faire vivre son travail après le départ de stage
- Capacité de restitution et être capable de rendre compte de son travail

SAVOIRS-ÊTRE

- Dynamisme et réactivité
- Adaptabilité
- Sens de l'organisation
- Volonté, implication et rigueur
- Entière autonomie
- Prise d'initiatives et force de proposition
- Responsable
- Ponctualité et disponibilité
- Sens du contact et intégration
- Esprit créatif



Demande de mise à disposition d'un véhicule

Application de la convention annuelle 2022

VÉHICULE :

- Type :
- Immatriculation :
- N° interne :
- Date/Heure de départ : / /2023 à heure
- Date/Heure de retour : / /2023 à heure

Le responsable du service d'affectation atteste de la disponibilité du véhicule pour la période ci-dessus

- Service d'affectation :
- Nom du responsable :
- Date et signature du responsable du service d'affectation :

CONDUCTEUR ET TRAJET :

- Motifs de la demande :
- Nombre de participant :
- Destination :
- Trajet : de à

Conducteur 1

- Identité :
- N° permis de conduire :

Conducteur 2

- Identité :
- N° permis de conduire :

- Envoi au président d'UBM le : / /2023 à heure
- Signature du demandeur :

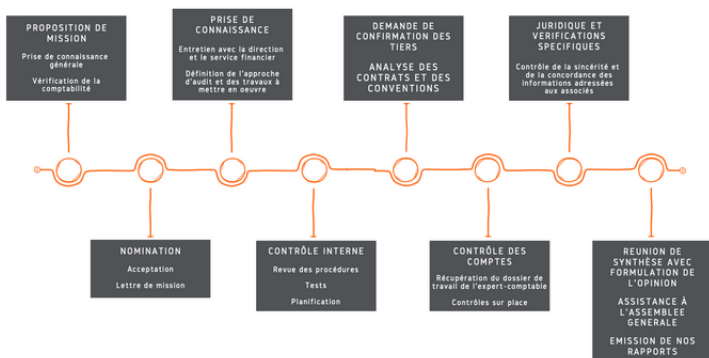
VALIDATION :

- Le président d'UBM valide la demande
Identité :
- Et l'envoi au gestionnaire de la convention
Date : / /2023
Signature :
- Visa du gestionnaire de la convention
Identité :
Signature :
- Retour au président d'UBM le : / /2023

Avec copie au responsable du matériel roulant de la Direction des Moyens Généraux



2 CHRONOLOGIE DE LA DÉMARCHE



2 QUELQUES CHIFFRES D'UBM EN 2022



ADHÉRENTS

1 800



BÉNÉVOLES

8



MEMBRES AU COMITÉ DIRECTEUR

9



ÉLUS DU BUREAU

6



PARTENAIRES

12

37 SECTIONS

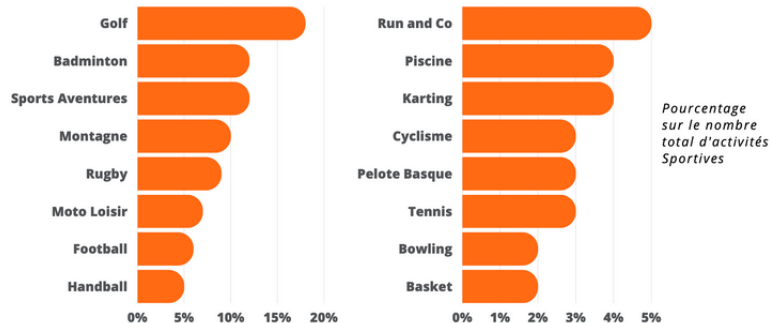
- 12 SECTIONS BIEN-ÊTRE
- 9 SECTIONS CULTURE & LOISIRS
- 16 SECTIONS SPORTS

4 LA COMMUNICATION EN 2022

LES SUPPORTS NUMÉRIQUES



NOMBRE D'ADHÉRENTS PAR ACTIVITÉ EN 2022



Rapport d'activité avant mon arrivée



ANNEXE 10 - Plans de communication (extraits)



PLAN DE COMMUNICATION SOCIAL MEDIA 2023

Par Jade SUIRE



PLAN DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE 2023

Par Jade SUIRE



PLAN DE COMMUNICATION PRÉVISIONNEL 2023

Par Jade SUIRE

JANVIER	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
SEMAINE 1	2 FB : post de bonne année/gagnant jeu concours Noël INSTA : post de bonne année/gagnant jeu concours Noël Tatou : bonne année/gagnant jeu concours Noël NEWSLETTER JANVIER (diffusion par mailing, site et Tatou)	3	4 ADHÉSIONS : Diffusion des affiches dans les locaux de la Mairie de Bordeaux, des Métropoles et des partenaires	5 Mailing annonce conférence	6
	9 INSTA : post conférence et galette FB : post conférence et galette Tatou : annonce conférence et galette Chronique ciné de Kat #1	10	11	12 RELANCE Mailing Conférence Galette de l'amitié (Hall de Bordeaux Métropole, 13H)	13
	16 INSTA : réel retour conférence et galette FB : réel retour conférence et galette YT : publication de la vidéo créée pour la conférence de la galette	17 SITE : publication de la vidéo créée pour la conférence de la galette	18	19	20 NEWSLETTER demander des infos au Comité/sections AG Débat : les sections ont fini leur comptabilité
	23 Chronique ciné de Kat #2	24 Mailing Journée internationale du sport féminin INSTA : Post - Journée internationale du sport féminin - encourager les femmes à profiter des cours de sports type rugby / moto...)	25	26	27 Rédaction NEWSLETTER FÉVRIER
SEMAINE 5	30	31			
FÉVRIER	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
SEMAINE 5			1 AG Réserver le lieu et penser au format	2	3
SEMAINE 6	6 NEWSLETTER FÉVRIER (diffusion par mailing, site et Tatou)	7 FB : partager les posts des sections INSTA : partager les posts des sections SITE : mise à jour et veiller à l'uniformité	8 FB : mise à jour des informations concernant l'asso (événements marquants, liens vers Instagram, Youtube...)	9 TRIBU : Rendre article	10
	13 Chronique ciné de Kat #3 INSTA : création des stories à la Une AG Expert comptable vérifie les comptes dans les locaux	14 INSTA : première vague de diffusion Story à la Une - Bien-être	15 FB : Suppression d'anciennes publications et photos	16 INSTA : deuxième vague de diffusion Story à la Une - Culture & Loisirs	17 NEWSLETTER demander des infos au Comité/sections
SEMAINE 7			Voisins : création des supports de communication		
SEMAINE 8	20	21 INSTA : troisième vague de diffusion Story à la Une - Sport	22	23 INSTA : quatrième vague de diffusion Story à la Une - Partenaires	24 Rédaction NEWSLETTER MARS
SEMAINE 9	27 Voisins : impression supports Chronique ciné de Kat #4	28 INSTA : dernière vague de diffusion Story à la Une - L'asso			
MARS	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
SEMAINE 9			1 B : réserver déjeuner	2 SÉMINAIRE : réserver le lieu et penser au format FB : Story sondages activités à développer en 2023 ? INSTA : Story sondage activités à développer en 2023 ?	3
	6 NEWSLETTER MARS (diffusion par mailing, site et Tatou)	7 Voisins : diffusion des supports de com	8 Bureau Rugby + Règlement intérieur	9 FB : partager les posts des sections INSTA : partager les posts des sections	10
	13 Tatou : Annonce Voisins LG SITE : Annonce Voisins LG Mailing Annonce Voisins LG Chronique ciné de Kat #5	14 FB : Annonce Voisins LG INSTA : Annonce Voisins LG	15	16 B&C : réserver déjeuner	17 NEWSLETTER demander des infos au Comité/sections
SEMAINE 12	20	21 Voisins : réservation petit-déjeuner	22	23 Bureau & Comité directeur	24 Rédaction NEWSLETTER AVRIL
SEMAINE 13	27 Chronique ciné de Kat #6	28 AG Courses et commande (boissons, nouritures)	29	30 AG Penser au matériel et à la com sur place	31

JEU SAPINS DE NOËL 2022

UBM REMERCIE L'ENSEMBLE DES PARTICIPANTS



Bibliothèque Mériadeck



Maison Éco-Citoyenne



Crèche George V



Céline T

Anne-Marie A



Aurélia P

Florence B

Catherine A

Cathy B



Corinne B

Corinne B

Dominique D

Carine B

Sylvie D



Corinne E

Caroline F

Mathilde H

Laëtitia H

Pierre H

Christel F



Hussen B

Sandrine L

Sophie M

Pauline M

Tiffany A

Vincent R

Marianne M



UNION
BORDEAUX
MÉTROPOLÉ

Bannière pour
l'actualité sur Tatou



ON A FÊTÉ NOËL AVEC VOUS!



NEWSLETTER FÉVRIER 2023



Une semaine achetée, une semaine offerte

Découvrez les offres Odalys vacances pour profiter de la montagne, de la mer ou de la campagne. Actuellement, offrez-vous 2 semaines de vacances pour le prix 1.

Une plaquette Odalys est jointe à la présente newsletter.



Un petit retour sur le mois de janvier...

Pour démarrer en beauté cette année 2023, UBM vous avait convié à la conférence On vous raconte la vie à UBM. Encore merci aux personnes présentes, avec qui nous avons partagé un moment convivial et une galette tous ensemble.

Il s'agissait d'une occasion pour renouveler son adhésion, pour échanger directement avec la plupart des sections et, bien évidemment, savourer un café et un gâteau avec nous !

Restez connecté car de prochains projets sont en cours de préparation à UBM !

RENDEZ-VOUS



Ne passez pas à côté !

Bien-être

Massage sur Table : 9 et 22 février 2023

[Cliquez ici pour vous inscrire](#)

Massage Assis : 7 et 23 février 2023

[Cliquez ici pour vous inscrire](#)

Réflexologie : 28 février 2023

[Cliquez ici pour vous inscrire](#)

Kinésiothérapie : 20 février 2023 (séance d'1h30)

[Cliquez ici pour vous inscrire](#)

Culture et loisirs

Archéologie : prochaine rencontre le 7 février 2023 de 12h30 à 13h30 dans l'amphithéâtre de la cité municipale



Prêt à vous découvrir en 2 minutes ?

UBM, association unique des agents de la ville, du CCAS et de Bordeaux Métropole, vous propose des activités sportives, de bien-être, culturelles et de loisirs. De quel avez-vous besoin en cette nouvelle année ?

Un questionnaire a été établi pour vous permettre de vous orienter vers les activités qui pourraient vous intéresser.

[Cliquez ici pour répondre au questionnaire](#)

Suite à vos réponses, un mail de retour vous sera adressé assorti de propositions. Merci de vérifier dans vos indésirables si vous n'obteniez pas de mail en retour dans votre boîte de réception.



La section Voyages vous informe...

Pour profiter des activités proposées par la section Voyages, voici la marche à suivre :

- La section Voyages est gratuite lorsque vous avez procédé à votre abonnement annuel à UBM général. Veillez donc à être à jour de votre adhésion 2023 !
- Si vous souhaitez adhérer à la section Voyages UBM, il vous suffit d'envoyer un mail à la section pour que vous soyez déclaré comme participant auprès de celle-ci.

Mail pour contacter la section Voyages : momo.3340@hotmail.fr



Prochaines permanences UBM non assurées

Les permanences du mercredi 08 février et du jeudi 09 février ne seront pas assurées. Vous pouvez nous écrire par mail, nous restons connectés !

Mails de contact UBM général :

- ubm@bordeaux-metropole.fr
- ubm@mairie-bordeaux.fr



Les adhésions 2023 continuent à UBM !

- Vous étiez adhérent(e) en 2022 ou au paravant : renouvelez votre adhésion, vous possédez déjà un compte auquel vous pouvez vous connecter.
- Vous n'avez jamais adhéré à UBM : vous ne possédez pas de compte et devez en créer un.

Renouvellement ou nouvelle adhésion c'est ici

RAPPEL : Pour participer aux sections et/ou aux offres de nos partenaires, il est indispensable d'être adhérent et à jour de sa cotisation à UBM.



Chronique ciné de Kat

[Cliquez ici pour accéder à la chronique !](#)



Atelier découverte méditation pleine conscience

Mardi 21 février 2023 de 12h15 à 13h00, rejoignez la section méditation pour un atelier animé par Laurence Pinsard.

L'atelier est gratuit et sans réservation, alors n'hésitez plus !



Une publication est parue sur Instagram ce mois-ci ! Nous vous invitons à nous suivre sur les réseaux...

DU NOUVEAU ARRIVE TRÈS VITE !



UBM 39/41 cours du Maréchal Juin - 05 57 20 70 56
ubm@bordeaux-metropole.fr ou ubm@mairie-bordeaux.fr
www.unionbordeauxmetropole.com

[Cliquez ici pour vous désinscrire.](#)



Participation de la section Run and Co à la Cestadaise

Une dizaine d'athlètes a représenté Run and Co UBM à la Cestadaise 2023 dimanche 29 janvier 2023. Deux trails étaient proposés aux participants : un trail de 11 km et un de 21 km.



Session 1 : UBM



Pause UBM ?



Prenez un court instant pour découvrir
le concept de notre Association !

UBM ?



LA CRÉATION D'UBM

17 novembre 2015



LES MISSIONS D'UBM

Proposer à nos adhérents une large offre d'activités sportives, de bien-être, culturelles et de loisirs.

Faire vivre, unir et animer la communauté des agents.

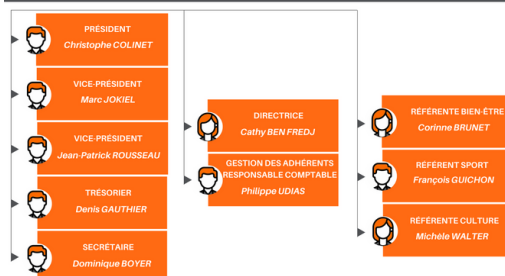


LA COMPOSITION D'UBM

BUREAU

DIRECTION

RÉFÉRENTS



Adhérents UBM ?



BORDEAUX
MÉTROPOLE



BORDEAUX
CENTRE COMMUNAL
D'ACTION SOCIALE

Agents de la
Ville, du CCAS et
de la Métropole

Ayants droit des
agents

Agents retraités

Sections UBM ?

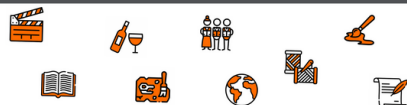
12 sections Bien-être



16 sections Sportives



9 sections Culture et Loisirs



Restez connecté

Des stories descriptives des sections
seront prochainement publiées !

Partenaires UBM ?



Restez connecté

Des stories descriptives des partenaires
seront prochainement publiées !

Réseaux UBM ?

UBM est présent sur plusieurs
réseaux !



unionbordeauxmetropole.com



Ubm Bordeaux Metropole



UBM - Union Bordeaux Métropole

Session 2 : Les sections Bien-être



Pause UBM ?



Prenez un court instant pour découvrir
les sections Bien-Être de notre
Association !

12 Sections Bien-être



SOI-M'AIME

ATELIER SOI-M'AIME

Peut être pratiqué par tous et dans le respect des possibilités de chacun. Détente par le souffle, pour le corps et l'esprit, dans le but de retrouver une harmonie intérieure.



AMMA ASSIS

AMMA ASSIS

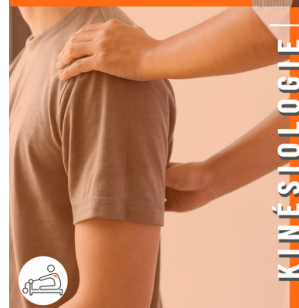
Séance de 20 min.
Techniques corporelles de pressions, percussions, vibrations, tapotements et brossages.



KINÉSIOLOGIE

KINÉSIOLOGIE

Séance de 30 min à 1h30. Rééquilibrage des méridiens par pression sur des points d'acupressure ou des massages neuro-lymphatiques



MASSAGES

Massages assis de 30 min ou sur table d'1h. Avec ou sans huile, habillé ou dos nu.

MASSAGES



QI GONG

Exercices énergétiques basés sur du mouvement continu, circulaire et fluide.



SOPHROLOGIE

Permet d'acquérir une meilleure connaissance de soi et d'affronter les objectifs de sa vie avec sérénité.

SOPHROLOGIE



MÉDITATION

MÉDITATION

Méditation pleine conscience et séances à thème.



MUNZ FLOOR

À la manière d'un massage tissulaire profond, vos propres mouvements de froissement et de défroissement relâchent les couches musculaires superficielles.

MUNZ FLOOR



WA-JUTSU

Forme de ju-jutsu, un art martial enseigné dans la tradition japonaise et sans compétition.

WA-JUTSU



RÉFLEXOLOGIE

RÉFLEXOLOGIE PLANTAIRE

Séance de 1h qui permet le travail des zones réflexes des pieds et des mains. Permet de stimuler votre capacité d'auto-guérison.



YOGA

Divers types de Yoga vous sont proposés par UBM : Hatha Yoga, Yoga Iyengar, Vinyasa

YOGA



Session 3 : Les sections Sports



Pause UBM ?



Prenez un court instant pour découvrir
les sections Sportives de notre
Association !

16 Sections Sports





BADMINTON

Jeu libre,
compétitions,
tournois,...



BASKET

Basket loisir



BOWLING

Entraînements,
compétitions,
Soirées Bowling,...



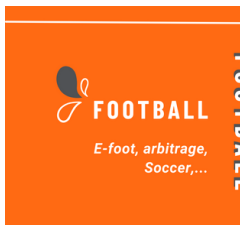
CYCLISME

Courses,
entraînements,
loisir,...



FOOTBALL

E-foot, arbitrage,
Soccer,...



FOOTBALL

E-foot, arbitrage,
Soccer,...



RUGBY

Compétitions,
entraînements, matchs
amicaux, événements
divers,...



GOLF

Cours collectifs,
compétitions, sorties
loisirs et séjours à
l'étranger



GOLF

Cours collectifs,
compétitions, sorties
loisirs et séjours à
l'étranger



RUN AND CO

Entraînements,
compétitions,
événements hors
département, courses
caritatives



HANDBALL

Entraînements,
compétitions, matchs
amicaux,...



HANDBALL

Entraînements,
compétitions, matchs
amicaux,...



SPORTS AVENTURES

Séjours à la neige,
canoë, pêche en haute
mer, rafting, VTT,
randonnées,...



KARTING

Challenge, endurance,
cours individuelles



KARTING

Challenge, endurance,
cours individuelles



TENNIS

Formations,
compétitions, loisir,
animation

Session 4 : Les sections Culture et Loisirs



Pause UBM ?



Prenez un court instant pour découvrir
les sections Culture & Loisirs de notre
Association !

9 Sections Culture & Loisirs



AQUARELLE

Cours collectifs et créations artistiques.

ARCHÉOLOGIE

Rencontres et conférences pour connaître les secrets de l'histoire de Bordeaux et de ses monuments.

CHORALE

Séances de chant pour débutants et initiés, sous la direction d'un(e) chef(fe) de chœur.

CINÉMA

Chroniques cinéma de Kat et partenariat avec l'UGC avec la place à 5,05€.

CLUB DE LECTURE

Partager une fois par mois son expérience de lecture autour d'une thématique propre à chaque séance en partenariat avec la bibliothèque de Bordeaux Mériadeck.

CLUB DE DÉGUSTATION

Soirées mensuelles pour partager et développer ses connaissances sensorielles et gustatives.

CONFECTION CRÉATIVE

Ateliers coutures, utilisation de tissus existants, machines à coudre mises à disposition, conseils,...

ATELIER D'ÉCRITURE

Exprimer sa créativité, se faire plaisir, partager sa passion, développer son imaginaire,...

VOYAGES

Séjours à l'étranger, week-end en France et capitale européenne,...

Session 5 : Les Partenaires



Pause UBM ?



Prenez un court instant pour découvrir les Partenaires de notre Association !

11 Partenaires d'UBM



CINÉMA

Carte UGC BLUE offerte, places à 5,05 € (au lieu de 11,10 €), autres offres promotionnelles

PATINOIRE BOWLING

Prix avantageux pour la Patinoire et le Bowling de Mériadeck. Gratuit pour les enfants de moins de 5 ans

COURS DE SALSA

Cours pour tous, soirées organisées toute l'année dans 9 écoles de la Métropole

BILLETTERIE VOYAGES

Billetterie voyages, offres à prix concurrentiel pour les adhérents

OSTHÉOPATHIE

3 collèges Ostéopathique de Bordeaux, soins optimaux à coût très réduit

OPÉRA

Avantages tarifaires sur les spectacles programmés par l'Opéra, visite du Grand Théâtre, exposition d'été

CLUB DE SPORT

Fitness et Piscine avec plusieurs concepts de cours collectifs

APIVIA

Avantages d'un contrat collectif de complémentaire santé

AUTOMOBILE CLUB

Stages de récupération de points

ARTS MARTIAUX

Krav maga, Judo, Jiu-jitsu brésilien, Grappling, Boxe pieds poings, MMA

PISCINES

Activités aquatiques pour tous et baignade libre dans les Piscines de la ville de Bordeaux

Propositions de stories pour annoncer l'arrivée de nouvelles sections



Actualité Tatou



Pause UBM

Une petite pause ? Rendez-vous sur le compte Instagram de l'UBM !

BEN FREDJ Catherine

07/02/2023

Actualité Site



Une petite pause ? Rendez-vous sur le compte Instagram de l'UBM !

Actualité

Envie de (re)découvrir votre association ? UBM vous propose, lors des prochaines semaines, de prendre une pause UBM...Rendez-vous dans nos stories Instagram pour en apprendre plus sur notre concept, nos offres ou encore nos partenaires ! Pour suivre le rythme UBM, scannez...

Stories à la Une en ligne



Affiche promotionnelle



Post Facebook



Affiche promotionnelle



Actualité Tatou



**De quoi avez-vous besoin ?
UBM vous aide en 2 minutes !**

Prenez un court instant pour découvrir
les sections qui vous correspondent...

BEN FREDJ Catherine

06/02/2023

Actualité Site



Union BORDEAUX METROPOLE 6 février 2023

De quoi avez-vous besoin ? UBM vous aide en 2 minutes !

Actualité

Prenez un cours instant pour découvrir les sections qui vous correspondent...UBM, association unique des agents de la ville, du CCAS et de Bordeaux Métropole, vous propose des activités sportives, de bien-être, culturelles et de loisirs. De quoi avez-vous besoin en 2023 ?...



Union Bordeaux Métropole

POUR LES AGENTS DE BORDEAUX MÉTROPOLE, DE LA VILLE ET DU CCAS

Activités sportives, culturelles, loisirs, bien-être... De quoi avez-vous besoin ?

UBM, votre association vous propose différentes offres. Un questionnaire est à votre disposition pour vous éclairer sur vos envies. Prenez un court instant (2 min) et découvrez vos propositions.

Sont pris en compte, vos goûts, vos disponibilités, votre situation géographique et tout autre facteur permettant des préconisations personnalisées et adaptées à vous.

Vous serez forcément séduit par une de nos activités : 12 de bien-être, 16 sportives et 9 culturelles et de loisirs.

Pour vous découvrir, rendez-vous sur la page Tatou/ma vie d'agent/ma vie associative/UBM ou scannez le QR code pour accéder au questionnaire !

ANNEXE 16 - Annonce de vacances

Affiche informative

VACANCES



Les permanences suivantes ne seront pas assurées :

- Mercredi 08 février 2023
- Jeudi 09 février 2023

CONTACTEZ NOUS PAR MAIL

 ubm@bordeaux-metropole.fr
ubm@mairie-bordeaux.fr

Annonce Site

VACANCES

PERMANENCES NON ASSURÉES



Union BORDEAUX METROPOLE

6 février 2023

Permanences non assurées...

[Permanences](#) | [Actualité](#)

Les permanences du mercredi 08 février et du jeudi 09 février ne seront pas assurées. Vous pouvez nous écrire par mail, nous restons connectés ! Mails de contact UBM général : ubm@bordeaux-metropole.fr frubm@mairie-bordeaux.fr

Affiche promotionnelle



Logo de l'événement



Publication Facebook et Instagram



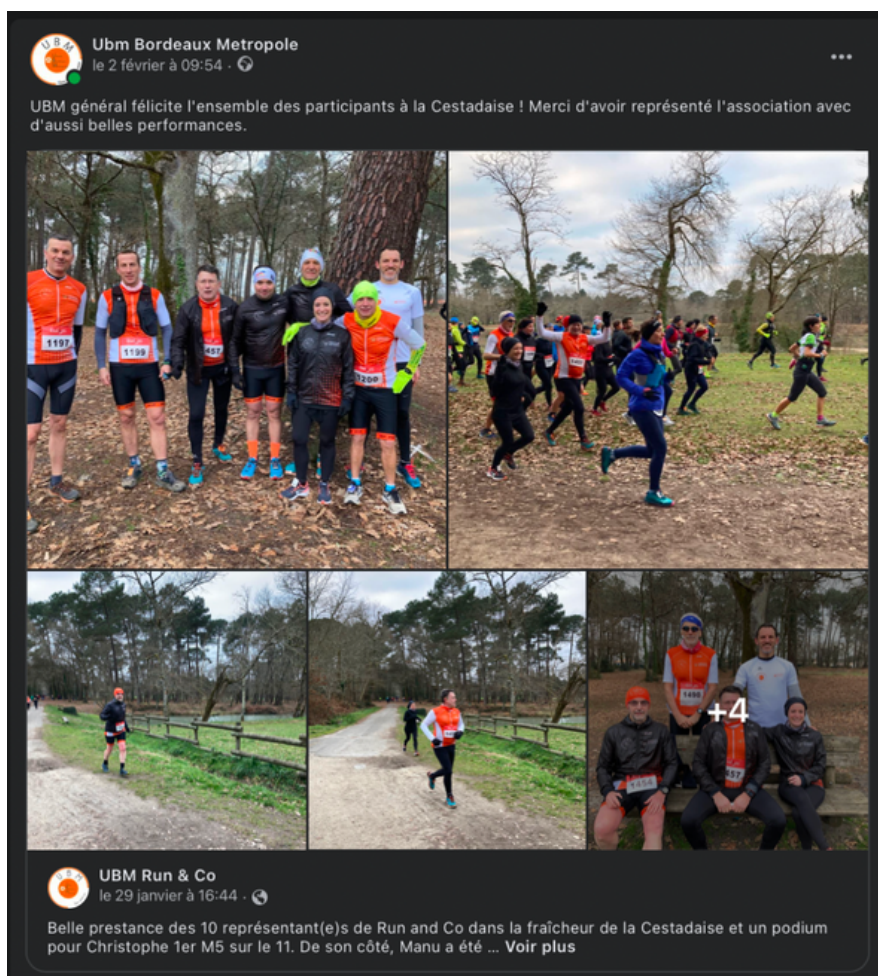
Bannières Site et Rapidmail

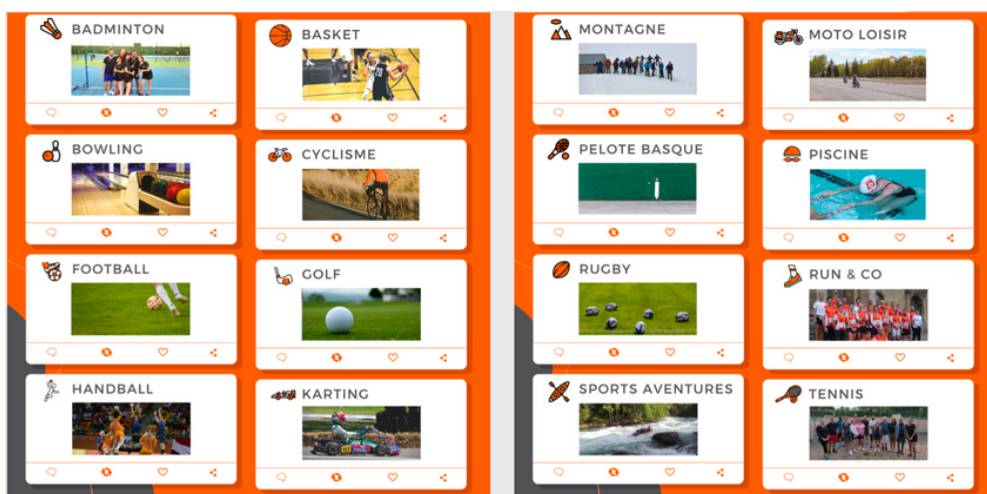
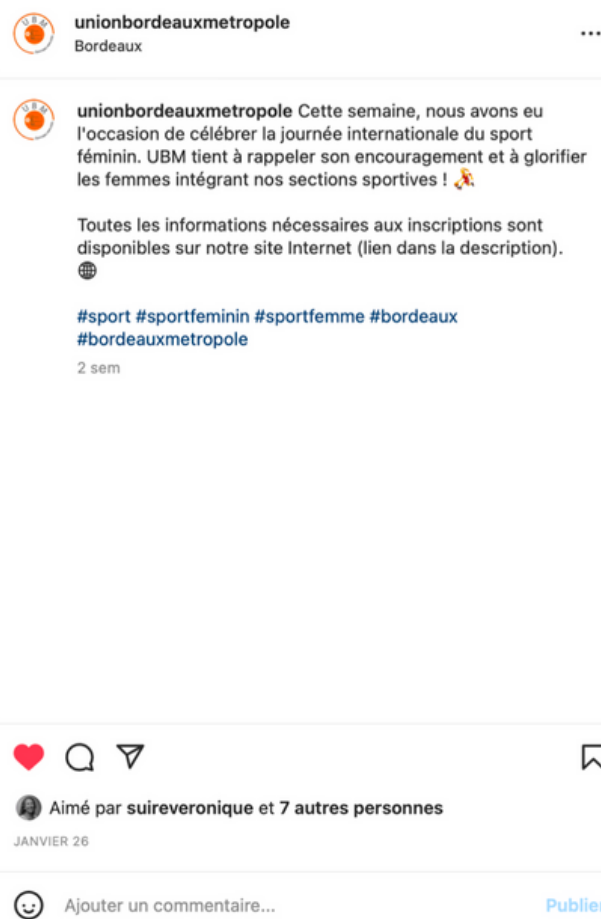


Proposition de goodies



ANNEXE 18 - Publications Facebook





ACTUBM



Notre logo, notre union

Restons connectés

CHRONIQUE
CINE DE KAT

UBM
10ème édition 2019-2020

AVANT



Newsletter décembre 2022

Union BORDEAUX METROPOLE 7 décembre 2022

Newsletter décembre 2022

NEWSLETTER

Pour ne rien manquer durant ce mois de décembre, découvrez notre newsletter.

Lire la suite...



Union BORDEAUX METROPOLE 29 novembre 2022

La chronique de Kat

culture | culture | cinema

"Plus que jamais": Une introspection norvégienne sur la vie, la mort, les derniers moments de liberté. Un voyage sans retour. Émouvant et lumineux, ON PEUT VOIR La conspiration du Caire". Religion. pouvoir. jeu de dunes. Prix du scénario du...

Lire la suite...



31 octobre 2022

La chronique de Kat

culture | cinema

« Simone, le voyage du siècle » : Elsa Zylberstein et Rebecca Marder incarnent avec justesse Simone Veil de sa jeunesse à la fin de sa vie. Un très beau film, poignant et intimiste. A VOIR « Une belle course » : Une comédie dramatique sur le...

Lire la suite...



3 octobre 2022

La chronique de Kat

culture | cinema

« Everything everywhere all at once » : Evelyn Wang explore les mondes parallèles pour sauver sa famille. Film long et ennuyeux, ça tourne en boucle, sans grand intérêt. MOYEN « Trois mille ans à l'attendre » : Un joli conte de diables...

Lire la suite...



9 septembre 2022

Catherine BEN FREDJ



2 septembre 2022

Catherine BEN FREDJ

APRÈS



Union BORDEAUX METROPOLE

1 mars 2023

La chronique de Kat de début mars

culture | cinema

« Sage homme » : Léopold s'engage, avec peu de certitude, dans les études de sage-femme. Sa rencontre avec Nathalie, jouée par l'excellente Karine Viard, va changer sa vie. Très beau film sur le métier de sage-femme. une comédie pleine de surprise ...

Lire la suite...



Union BORDEAUX METROPOLE

7 février 2023

Une petite pause ? Rendez-vous sur le compte Instagram de l'UBM !

Actualité

Envie de (re)découvrir votre association ? UBM vous propose, lors des prochaines semaines, de prendre une pause UBM... Rendez-vous dans nos stories Instagram pour en apprendre plus sur notre concert, nos offres ou encore nos...

Lire la suite...



Union BORDEAUX METROPOLE

6 février 2023

Permanences non assurées...

Permanences | Actualité

Les permanences du mercredi 08 février et du jeudi 09 février ne seront pas assurées. Vous pouvez nous écrire par mail, nous restons connectés ! Mails de contact UBM général : ubm@bordeaux-metropole.fr ubm@mairie-bordeaux.fr

Lire la suite...



Union BORDEAUX METROPOLE

6 février 2023

De quoi avez-vous besoin ? UBM vous aide en 2 minutes !

Actualité

Prenez un cours instant pour découvrir les sections qui vous correspondent...UBM, association unique des agents de la ville, du CCAS et de Bordeaux Métropole, vous propose des activités sportives, de bien-être, culturelles et de loisirs. De quoi avez-vous...

Lire la suite...



CONFÉRENCES ARCHÉOLOGIE 2023

SEMESTRE 1



N°24 **7 MARS**

Réforme et Contre-réforme

- La progressive montée de la "Réformation", troubles civils et répressions.
- La Saint-Barthélémy bordelaise, les 3-5 octobre 1572.
- 1589/1591 : le ralliement au roi légitime et converti.
- La pacification religieuse. Les couvents de la "Contre-réforme" fleurissent dans la ville. Les lieux de culte protestants.

N°25 **4 AVRIL**

N°26 **2 MAI**

Bordeaux révolté

- La Fronde, l'Ormée et autre révolte de la gabelle provoquent des répressions et le renforcement des positions militaires royales.
- Après les châteaux du Hâ et de la Trompette, le fort Louis.

N°27 **6 JUIN**

Le Bordeaux des intendants et des Lumières

- Les intendants,
- Les embellissements de la ville et les constructions,
- Le contournement de l'enceinte médiévale,
- Le périmètre des cours et la nouvelle expansion.



AVANT



APRÈS



TUTO SUPPORTS DIGITAUX



- RAPIDMAIL
- TATOU
- FACEBOOK
- INSTAGRAM



Par Jade SUIRE

PLAN

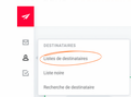
- **RAPIDMAIL**
AJOUTER DES DESTINATAIRES À LA LISTE DE BASE MANUELLEMENT
- **TATOU**
AJOUTER DES SOUS-SITES
- **FACEBOOK**
ACCÉDER À TOUTES TES PAGES
PUBLIER UNE PHOTO OU UNE VIDÉO
PUBLIER UNE STORY
- **INSTAGRAM**
PASSER DE TON COMPTE PRO AU PERSO
AJOUTER UNE PUBLICATION
AJOUTER UNE STORY
PARTAGER UNE PUBLICATION D'UN AUTRE COMPTE EN STORY
VOIR LES STATISTIQUES D'UNE STORY
VOIR LES STATISTIQUES D'UNE PUBLICATION



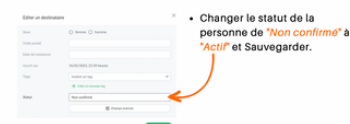
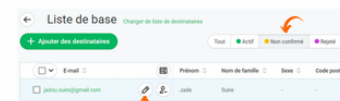
RAPIDMAIL

AJOUTER DES DESTINATAIRES À LA LISTE DE BASE MANUELLEMENT

- Aller dans "Destinataires" et "Listes de destinataires".



- Choisir "Liste de base", cliquer sur "Non confirmé" et "Editer" sur la personne concernée.



TATOU

AJOUTER DES SOUS-SITES

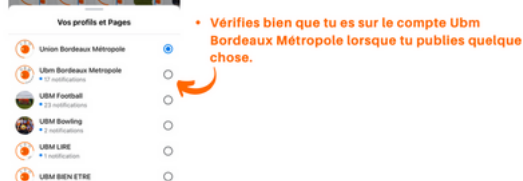
- PAGES 15 - 16 - 17 du dossier Guide contributeurs communauté Tatou

FACEBOOK

ACCÉDER À TOUTES TES PAGES

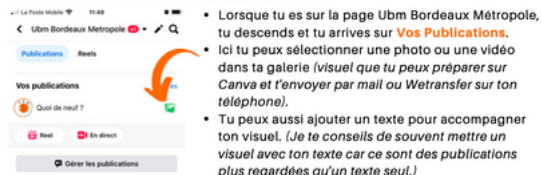


- Allez sur **Menu** en bas de ton écran
- Cliquer sur ton profil actif en haut et tu accèdes à toutes tes pages



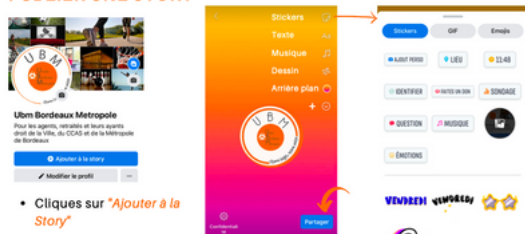
- Vérifies bien que tu es sur le compte Ubm Bordeaux Métropole lorsque tu publies quelque chose.

PUBLIER UNE PHOTO OU UNE VIDÉO



- Lorsque tu es sur la page Ubm Bordeaux Métropole, tu descends et tu arrives sur **Vos Publications**.
- Ici tu peux sélectionner une photo ou une vidéo dans ta galerie (visuel que tu peux préparer sur Canva et t'envoyer par mail ou Wetransfer sur ton téléphone).
- Tu peux aussi ajouter un texte pour accompagner ton visuel. (Je te conseille de souvent mettre un visuel avec ton texte car ce sont des publications plus regardées qu'un texte seul.)

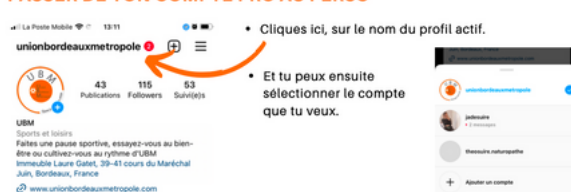
PUBLIER UNE STORY



- Cliques sur "Ajouter à la Story"

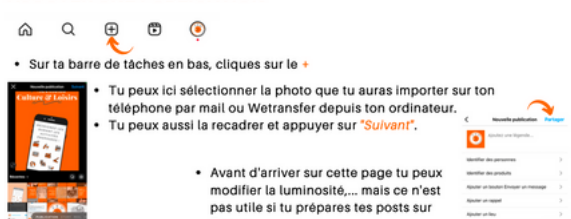
INSTAGRAM

PASSER DE TON COMPTE PRO AU PERSO



- Cliques ici, sur le nom du profil actif.
- Et tu peux ensuite sélectionner le compte que tu veux.

AJOUTER UNE PUBLICATION



- Sur ta barre de tâches en bas, cliques sur le +
- Tu peux ici sélectionner la photo que tu auras importé sur ton téléphone par mail ou Wetransfer depuis ton ordinateur.
- Tu peux aussi la recadrer et appuyer sur "Suivant".

- Avant d'arriver sur cette page tu peux modifier la luminosité... mais ce n'est pas utile si tu prépares tes posts sur Canva.
- Tu peux ensuite identifier des personnes (partenaires), indiquer un lieu (ce qui donne de la visibilité à une publication), tu peux ajouter ton texte (et tes #)
- Cliques ensuite sur "Partager".

ANNEXE 25 - Idées de publications

1 IDÉE

LES JOURNÉES MONDIALES & INTERNATIONALES

Pour inscrire UBM dans le concret et l'actualité.
Pour donner des informations inédites à la communauté.
Pour exprimer un engagement ou une valeur de l'association.

PUBLICATION

Calendrier marketing référençant toutes les journées mondiales et nationale :

<https://www.blogdumoderateur.com/calendrier-marketing-2023-liste-evenements-annuel/>



2 IDÉE

LES SONDAGES

Pour créer de l'engagement de la communauté.
Créer des contenus participatifs.
Connaître l'avis de ses membres.
Développer l'Association avec l'avis des membres.

STORY

- Quel partenariat souhaitez-vous voir chez UBM ?
- Serez-vous présent au Forum de rentrée ?



3 IDÉE

LES ACTUALITÉS

Pour informer la communauté.
Pour paraître actif sur les réseaux.
Pour garder une proximité avec ses membres.

PUBLICATION

STORY

Possibilité de partager sa publication en story pour s'assurer de sa visibilité.

- Nouvelle section
- Nouveau programme d'une section
- Annonce ou rappel d'un événement
- Annoncer le départ ou le retour des vacances
- Annonce de jeu concours

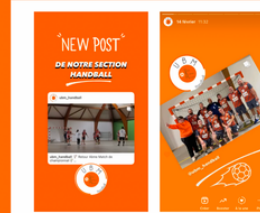
4 IDÉE

PARTAGES DES PUBLICATIONS DES SECTIONS

Pour créer une cohésion et une unité entre les sections.
Pour donner de la visibilité aux réseaux des sections.

STORY

- Partage d'événements organisés par les sections
- Partage d'actualités et de nouveautés des sections



5 IDÉE

INVITER À REJOINDRE LES AUTRES RÉSEAUX

Pour inciter à s'abonner sur tous les supports de communication d'UBM.
Pour donner de la visibilité à l'ensemble des supports de communication.

PUBLICATION

- Inviter à rejoindre la page Facebook sur Instagram
- Inviter à rejoindre la page Instagram sur Facebook

6 IDÉE

RETOUR SUR ÉVÈNEMENT

Pour concrétiser la fin d'un projet avec la communauté.
Donner envie de venir aux prochains événements.
Remercier le public présent le jour J.

PUBLICATION

STORY

RÉEL

- Retour sur une sortie organisée par la section Voyage (Athènes,...)
- Retour sur le Forum de rentrée,...

7 IDÉE

INCITER À S'ABONNER À LA NEWSLETTER

Améliorer la visibilité des mailings.

PUBLICATION

Proposer un lien (le QR code ne sert à rien car la publication sera majoritairement vu sur téléphone)

Publication disponible sur canva :
https://www.canva.com/design/DAFYrDr8TtA/TU4HkgQw7dJzhfjD2v23Yw/edit?utm_content=DAFYrDr8TtA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton



8 IDÉE

DES INFORMATIONS SUR UBM

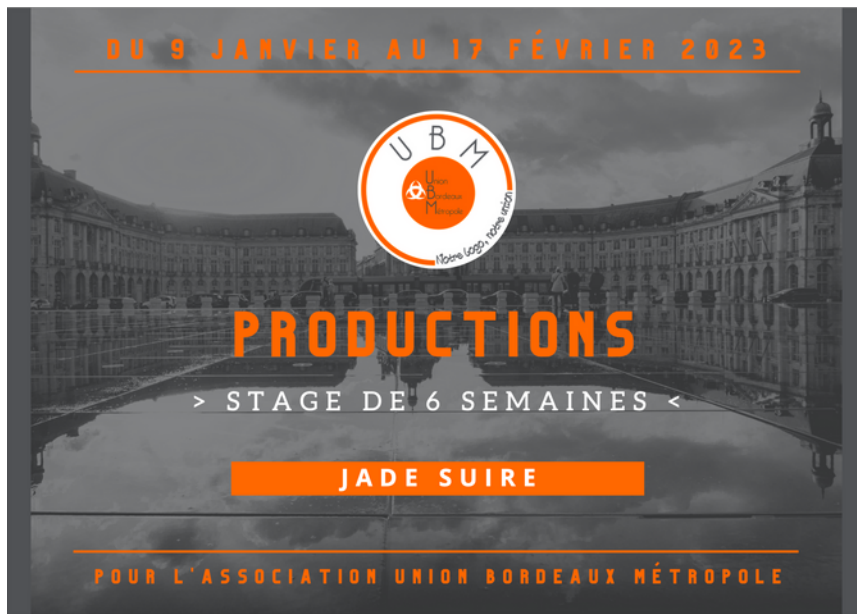
Créer du lien et de la proximité avec la communauté.
Développer et affirmer l'identité de l'association.

PUBLICATION

- Les valeurs d'UBM
- Le moodboard UBM (mettre les couleurs en valeur)
- Point sur l'activité de l'Association en 2023 (en fin d'année)

Publication du moodboard disponible sur canva :
https://www.canva.com/design/DAFYrDr8TtA/TU4HkgQw7dJzhfjD2v23Yw/edit?utm_content=DAFYrDr8TtA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton





PLAN DU DOSSIER		
CAMPAGNES DE COM	PRODUCTIONS UNIQUES	DOSSIERS
Mon Beau Sapin p.3 Sport Féminin p.4 Newsletter de février p.5 Vacances p.6 Questionnaire agents p.7 Pause UBM p.8	Bannières Newsletter p.10 Bannière Actualité p.11 Ne rien manquer p.11 Bannières chronique p.12 Location de véhicule p.13 Organigramme p.14 Programme archéologie p.15 Logo Munz Floor p.16 Logo Sophrologie p.16 Partage Facebook p.17 Partage Instagram p.17 Rapidmail p.18	Plan de com p.19 Plan de com annuel p.20 Plan de com events p.20 Plan de com réseaux p.20 Médiaplanning p.21 Calendrier 2023 p.22 Chartes p.23 Rapport d'activité p.24



LA FOIRE AUX PLAISIRS BORDEAUX

SOIRÉE CARITATIVE

20 € TOUS LES MANÈGES
VENDREDI 3 MARS 2023

[\[Link Icon\]](#)

*L'intégralité des recettes
est reversée à
Génération Avant-Garde !*

ANNEXE 28 - Tableau de bord

DATE	MISSIONS ET TÂCHES	COMMENTAIRES
Mardi 3 à Jeudi 5 janvier	Dossier d'analyse de communication (23 pages)	Connaissances sur l'Association (<i>visibilité, activités, cibles, chartes, supports de communication...</i>)
Vendredi 6 janvier	Lancement du stage et matériel de fonction récupéré	Nombreuses informations, rapidité, prise de notes, prise en main des logiciels, création d'un mail professionnel, découverte de Tatou, Trello, Rapidmail, Teams, Retour du dossier d'analyse de communication, lancement des premières missions
Lundi 9 janvier (distance)	Réunion de début de journée - Rencontre avec Philippe UDIAS en Teams	Nombreuses informations difficiles à saisir par manque de connaissance de l'organisation interne
	Début de création d'annonces pour Mon Beau Sapin	Nombreuses photos (26), les noms étaient mal indiqués, recherche dans les dossiers communs pour trouver ces informations nécessaires à la création graphique
	Test d'un questionnaire destiné aux adhérents	Faire remonter les anomalies du test par questionnaire numérique
Mardi 10 janvier	Découverte des locaux et visite guidée	Rencontre réelle avec Philippe UDIAS
	Intervention de communication interne pour accueillir les nouveaux arrivants dans la collectivité Bordeaux Métropole (<i>salle du conseil métropolitain</i>)	Rencontre avec les personnalités importantes et nouveaux salariés dans la collectivité (<i>speeddating</i>), sociabilité, investissement personnel, intégration, écoute, interprétation des informations manquantes.
	Avancées sur le rendu de Mon Beau Sapin	
	Avancées sur le plan de communication annuel prévisionnel	Beaucoup trop d'éléments de l'organisation interne me manquaient pour réaliser une liste des tâches datées dans un planning
	Prise en main d'Assoconnect et de Tatou	Formations rapides de Philippe UDIAS
Mercredi 11 janvier	Réunion point quotidien	Préparation conférence de demain - nouvelles missions - point sur les avancées de chacun
	Mise en ligne d'une annonce sur Tatou pour la conférence du lendemain	Impossible de publier quoi que ce soit avec ma session de connexion, problème d'autorisation de droits de publication émanant d'un autre département interne
	Aide à la connexion d'un zoom pour le cours de Pilates de Manou	
	Poursuite des supports pour la fin du jeu Mon Beau Sapin	Difficultés à rendre ergonomique une affiche avec 26 sapins qui ne sont pas dans les mêmes tons
	Préparation du mailing pour le concours Mon Beau Sapin	
	Avancées sur le plan de communication annuel	
	Préparation kakémonos pour la conférence de demain	Remplacer l'ancien QR code qui mène vers le site avec un nouvel autocollant à remplacer sur quatre kakémonos
	Exercice à la prise de nouvelles adhésions	Savoir comment prendre les nouvelles adhésions pour pouvoir aider lors de la conférence le lendemain, en cas d'affluence

Jeudi 12 janvier	Réunion point quotidien	Mise en place des prochaines missions pour la conférence à 12h30
	Achat de galettes des rois pour la conférence <i>(Auchan)</i>	Adaptabilité, gestion du stress
	Mise en ligne du bulletin d'adhésion et du guide UBM 2023 sur le site Tatou	Mission importante avant la conférence
	Installation salle de conférence	Difficulté à placer correctement les kakémonos pour la visibilité <i>(conseils de Catherine)</i> , découverte du monde événementiel
	Conférence on vous raconte la vie à UBM <i>(12H30-14H00)</i>	Sociabilité, investissement personnel, intégration Rencontre avec le Vice-Président et les personnes importantes pour l'Association
	Aide pour la prise de nouvelles adhésions après la conférence	Très peu de nouvelles adhésions, conseils donnés aux personnes ayant des questions <i>(redirection sur le site internet, distribution des guides 2023,...)</i>
	Rangement de la salle de conférence	
	Gestion d'un bug Tatou	Un document s'est publié sans que personne ne l'ai mis en ligne sur Tatou, gestion du stress
	Mise à jour de la page Apivia du site Internet	Première publication sur le site, prise en main, indiquer les nouveaux tarifs préférentiels pour la mutuelle 2023
	Mise à jour des horaires du Badminton sur le site Internet	À la demande de la section
Vendredi 13 janvier (distance)	Mon Beau Sapin dernières modifications	Esprit critique sur mon travail pour apporter des améliorations avant la publication auprès du grand public, planification du mailing à publier mardi automatiquement
	Tentative de publication de l'actualité Mon Beau Sapin sur Tatou	Problèmes de droits de publication sur Tatou
	Publication de la Newsletter de janvier sur le site Internet	Création de la bannière qui accompagne la Newsletter
	Avancées pour la page Tennis du site	
	Proposition d'un nouvel organigramme pour la mise à jour du site Internet	
Lundi 16 janvier (distance)	Nouvelle tentative de publication Mon Beau Sapin sur Tatou	Toujours impossible pour moi de publier une actualité sur Tatou
	Première proposition du plan de communication sur excel	
	Partage des nouvelles bannières pour les Newsletters de l'année 2023 dans ASLMB	
	Contact de l'École ESG pour Cathy	Il propose des stagiaires pour avril. Prise de contact par mail

Mardi 17 janvier	Réunion point quotidien	Retour et aide sur le plan de communication annuel, demande de nouvelles missions, point ensemble sur Rapidmail et les fonctionnalités à améliorer
	Appel du CAN	Difficultés à parler d'une plateforme que je ne connais pas pour régler mon problème de droits de publication sur Tatou.
	Mise en ligne de l'actualité Mon Beau Sapin sur Tatou	Avec la session de Catherine
	Améliorations des bannières pour les Newsletters de l'année 2023	Mise en commun dans le dossier pour que les bannières soient accessibles lors de mon départ
	Création d'une bannière pour les actualités diffusées en mailing	Mise en commun dans le dossier pour que la bannière soit accessible lors de mon départ
	Création d'un modèle de Newsletter et d'un modèle pour les Actualités sur Rapidmail	Création d'un modèle de mise en page pour les prochains mailings, utilisable après mon départ
Mercredi 18 janvier	Réunion point quotidien	Nouvelles missions, retours sur les modèles et bannières
	Actualité Rapidmail pour le partenaire Primoloisirs	Les liens n'étaient accessibles que pour les personnes ayant déjà un compte Primoloisirs, ils n'amènent pas à la page souhaitée. Ce que je ne savais absolument pas, c'est que mon ordinateur avait accès à ces sites car ils sont professionnels, je n'ai donc pas vu cette erreur
	Création d'une actualité Apivia pour annoncer des hausses de prix	Pas de liste de mails destinataires uniquement aux adhérents profitant de la mutuelle Apivia, le mailing n'a donc pas été envoyé
	Modification des modèles et bannières d'actualités et de Newsletters sur Rapidmail	Rendre les bannières des Newsletters plus colorées pour correspondre à celle des actualités que l'on aime bien (<i>plusieurs propositions et modifications (couleurs de polices, icône,...)</i>)
	Aide à la connexion d'un zoom pour le cours de Pilates de Manou	
	Essai d'impression des affiches Mon beau Sapin	L'imprimante ne fonctionne pas toujours pour le format A3. Mon badge ne fonctionnait pas pour les impressions. Appel du CAN qui n'avait pas de solution à part celle de refaire un badge, j'ai donc emprunté celui de l'équipe
	Création d'un mail pour les participants au concours Mon Beau Sapin	Difficultés rédactionnelles - besoin de s'imprégner de la charte éditoriale
Jeudi 19 janvier	Réunion point quotidien	Point sur mes avancés, nouvelles missions, conseils pour le mail Mon Beau Sapin
	Pages Art thérapie et jardin enregistrées dans les pages brouillon d'Assoconnect	
	Organigramme modifié et mis en ligne sur le site Internet (<i>page La Doc</i>)	
	Modifications pour le mail des participants au jeu concours Mon Beau Sapin et envoi	Cible, but, ton, langage pas assez adaptés à la charte éditoriale UBM
	Création d'un logo Munz Floor en accord avec celui des autres sections	Mise en commun dans le dossier ASLMB, Format PDF, PNG, JPEG, Proposition : Cci au lieu de destinataire direct pour garder l'anonymat
	Modification de la page Run & Co	À la demande de la section : ajouter le programme 2023
	Création d'un pdf modifiable pour la location de voiture	

	Début d'une maquette pour la page Tennis du site Internet	
Vendredi 20 janvier (distance)	Réunion point quotidien	Retour sur le PDF véhicule, aide aux réponses du mail jeu concours, réflexion commune sur le plan de communication annuel, apport d'informations, organisation, nouvelles missions
	Amélioration du plan de communication annuel	
	Test pour un questionnaire destiné aux adhérents	Proposition de modifications à Catherine (<i>un mot pour le sens et le fait que le mail de retour arrive en spam</i>)
	Envoi d'un mail à une participante du jeu concours	Elle se demandait comment récupérer ses places de cinéma
	Création d'un calendrier 2023	Avec les dates de congés, jours fériés, gros événements et Bureaux et Comités Directeurs
	Création d'un mailing promotionnel pour des vacances ski Primoloisirs	
	Fin maquette page Tennis Site Internet	
	Moderniser le diaporama du rapport d'activité pour l'AG 2023	
Lundi 23 janvier (distance)	Plan de communication annuel très avancé	Toute la journée
Mardi 24 janvier	<i>Pas présente : indigestion</i>	
Mercredi 25 janvier	Réunion point quotidien	Conseils pour améliorer le plan de communication annuel qui commence à être vraiment satisfaisant, point sur la maquette du diaporama rapport d'activité pour l'AG, point et conseils pour la maquette de la page Tennis, point sur le calendrier. On a évoqué l'article pour Tribu et la Newsletter de février. Conseil de créer des titres plus accrocheurs pour les newsletters et mailing.
	Amélioration du calendrier	
	Affichage dans le couloir d'UBM	Impression et affichage de l'affiche Mon Beau Sapin et d'une promotion pour une association bordelaise Les FuriBlondes
	Aide à la connexion d'un zoom pour le cours de Pilates de Manou	
	Page Tennis complètement mise à jour	Aide de Éléonore MILHAT, trésorière de la section Tennis pour valider les modifications
	Avancées sur le plan de communication annuel	
	Proposition d'un post Instagram pour la journée internationale du sport féminin	
Jedi 26 janvier	Réunion point quotidien	
	Impression calendrier 2023	

	Impression de documents pour la réunion de Cathy	
	Fin du plan de communication prévisionnel 2023, avant la réunion de 11h	
	Amélioration du post Instagram	
	Envoi d'un mailing promotionnel pour la publication du sport féminin	Planification du mailing
Vendredi 27 janvier (distance)	Création d'un mailing pour Primoloisirs	
	Mise à jour du plan de communication annuel	Après la demande de Cathy (<i>un planning event, un planning social média et un planning annuel</i>), modifications de dates d'événements, ajout d'informations
	Création d'un planning social média 2023 détaillé	
Lundi 30 janvier (distance)	Création de stories	Pour partager les comptes des sections (<i>créer de l'unité</i>) sur Facebook (<i>texte</i>) et Instagram (<i>stories</i>)
	Création d'icônes pour les futurs stories à la Une	Proposition d'une maquette pour le rendu final
	Premier jet de la campagne Pause UBM	Création d'une campagne de stories à la Une sur plusieurs semaines (<i>compte harmonieux et informatif</i>)
	Ajout de ces informations dans le planning social média 2023	
	Préparation Newsletter de février	
Mardi 31 janvier	Création d'une actu pour un voyage ski en Andorre prochainement	
	Réunion point quotidien	Retour sur : actualité ski Primoloisirs en attente de validation, plan de communication (<i>event/social média/annuel</i>), les stories créées, campagne Pause UBM, création icône sophrologie
	Création de bannière pour un questionnaire destiné aux adhérents	Et test du questionnaire
	Création d'un logo pour la sophrologie	Plus en accord que l'ancien. Publication du logo sur le site pour remplacer l'ancien
	Modification de l'actualité Primoloisirs vacances d'avril à octobre	
	Création de la Newsletter de février	Création de textes et de visuels et envoi d'un mail au Comité Directeur (<i>Attente indications sections - Attente validation</i>)
	Avancées sur la campagne pause UBM stories Instagram	
Mercredi 01 janvier	Réunion point quotidien	Retours de Cathy sur la Newsletter
	Modifications actualité vacances d'avril à mai et publication Rapidmail	

	Améliorations Newsletter	Fin prévue pour demain
	Création de bannière et mise en page de la chronique ciné de Kat	
	Création d'une affiche pour les permanences non assurées lors des congés	
	Modifications au planning de communication <i>(annuel, event, social média)</i>	Titre et informations complémentaires, ajout dans le dossier commun
	Avancées sur la campagne de communication pause UBM	
Jeudi 02 février	Dernières modifications de la Newsletter et envoi	Publication de la Newsletter sur le site
	Avancées sur la campagne Pause UBM	
	Partage du post de la page Facebook Run & Co et de leur course à la Cestadaise	
	Création d'une affiche avec QR code pour la campagne Pause UBM	Et impression
	Modifications sur l'affiche des permanences	Et impression
	Publication des Newsletters de janvier et février sur Tatou	
	Modifications du calendrier 2023 UBM après retour d'une réunion	
Vendredi 03 février (distance)	Réunion point quotidien	
	Avancées sur la campagne pause UBM	
	Actualisation du site : page APOP partenaire en brouillon publiée sur le site	
	Proposition d'une annonce promotionnelle de la Newsletter de février validée et publiée	
	Création d'une publication Facebook promotionnelle Pause UBM	
	Création d'une actualité Tatou promotionnelle pour la Pause UBM	
	Mise à jour de l'Agenda du site avec les dates de la Newsletter	
	Création d'une promotion pour le questionnaire des sections à publier sur le blog du site Internet	
	Création d'une affiche promotionnelle pour le questionnaire des sections	

Lundi 05 février (distance)	Réunion point quotidien	Présentation de mes avancés, conseils et modifications apportées
	Mise en ligne de l’actualité du questionnaire sur le site Internet	
	Mise en ligne d’une actualité du questionnaire sur Tatou	
	Mise en ligne d’une actualité pour les permanences sur le site	
	Mise en page et mise en ligne sur le site du programme archéologie semestre 1 - 2023	
	Préparation à la première vague de publications des stories à la Une Instagram	
	Amélioration des icônes stories à la Une	
	Modification des posts annonce de la Pause UBM	
	Modification affiche promotionnelle du questionnaire	
	Suppression du compte Instagram <i>Ubmbordeauxmetropole</i>	Pour garder une cohérence (<i>compte totalement vide et inutile</i>) on a gardé <i>unionbordeauxmetropole</i>
	Recherche et compréhension des comptes et pages Facebook pour procéder à un réajustement de cohérence	
	Début préparation charte graphique pour les prochains sur la communication	
Mardi 07 février (distance)	Réunion point quotidien	
	Publication pause UBM	Suppression car modification et republiée après
	Publication Facebook promotionnelle de pause UBM	
	Publication post promotionnel Pause UBM	Tatou - Site - Rapidmail
	Rédaction de la V1 de l’article de Tribu	
	Modification de l’organigramme	
Mercredi 08 février (distance)	Réunion point quotidien	
	Amélioration de l’article Tribu	En Teams dans un second temps pour être plus efficace à deux
	Modification de l’organigramme sur le site	
	Avancées sur le dossier charte graphique	
	Améliorations des stories à la Une Bien-être	

	Début d'amélioration d'un logo Soi m'Aime	
Jeudi 09 février (distance)	Réunion point quotidien	Modifications des stories bien-être, Connexion de Cathy aux réseaux d'UBM, Point Tatou, Explications comment faire un logo sur Illustrator/Indesign rapidement
	Affichage Instagram et Questionnaire	(modifications au deux affiches)
	Envoi d'une promotion au Comité Directeur pour partager le questionnaire plus largement	
	Publication des stories à la Une bien-être	
	Annonce Rapidmail pour les stories	
	Création de la page Axel Vega du site	
	Suppression d'anciennes annonces et documents Tatou	
Vendredi 10 février (distance)	Réunion point quotidien	
	Réunion pour accéder aux statistiques du questionnaire	
	Envoi de messages pour supprimer des annonces Tatou sur lesquelles je n'ai pas la main	(Philippe UDIAS et Sébastien HUGUENIN)
	Appel pour un changement de PC	Vérifier les logiciels pour quand je serais partie
	Actualisation de l'annonce Newsletter de février sur Tatou pour qu'elle soit visible par plus de gens sur ce support	Découverte d'une fonctionnalité.
	Création de bannières Newsletter au format Tatou	
	Avancées sur les chartes graphique et éditoriale	
Lundi 13 février (distance)	Réunion point quotidien	Demande de modifications pour les chartes, demande de préparation de la journée de demain pour assurer mon départ
	Améliorations des stories sportives pour demain	
	Dossier compte rendu des productions réalisées pendant le stage	
Mardi 14 février	Courses pour le repas du midi	
	Réunion point avec Cathy	Pour assurer la fin du stage et mon départ
	Publication des stories Sports	Pause UBM
	Dernier repas tous ensemble	

	Préparation dossier de départ	
	Tentative de publication d'une actualité Tatou pour la saint valentin	Non publiée
Mercredi 15 février (distance)	Modification stories Culture pour demain	
	Suppression anciennes photos Facebook	
	Mise à jour des informations sur Facebook	Description, photos, à propos, lien site Internet, lien Instagram
	Ajout d'informations à la charte éditoriale	(lien intergénérationnel)
	Création de pages Tatou pour présenter les sections	Dans la continuité de Pause UBM
	Amélioration du médiaplanning	
Jeudi 16 février (distance)	Publication des stories à la Une Culture et Loisirs	Publication d'un mailing promotionnel des stories Culture
	Création d'une fiche de poste pour les prochains stagiaire en communication	
	Développement d'une nouvelle section Naturopathie	Entreprise avec qui j'étais en stage l'an dernier.
	Fin d'amélioration du médiaplanning qui se transforme en idées de publications pour faciliter la mise en place sans moi	
Vendredi 17 février (distance)	Création d'un tutoriel réseaux sociaux	(Rapidmail, Facebook, Tatou, Instagram)
	Publication de stories à la Une sur Facebook Pause UBM	
	Mise à jour du site Internet	Cohérence des icônes sur la page d'accueil - ajout de la page partenaire UGC en dupliquant - Modification du message d'inscription à la Newsletter - modification d'une phrase sur la page Cinéma et Massages
	Création des stories partenaires Pause UBM	
	Amélioration du diaporama Rapport d'activité	(sans les vraies informations mais structure finie)
	Proposition d'une identité graphique pour le Forum de rentrée 2023	



Fiche d'évaluation de stage

Licence Information et Communication
3^e année

Entreprise : Association UBM

Nom de l'étudiant : SUIRE

En 3^{ème} année de Licence d'Information et Communication, il est demandé à l'étudiant de faire un stage d'observation participante, l'exécution n'étant pas ici l'objectif principal. L'évaluation que nous vous soumettons est relativement succincte. **Elle ne prendra pas nécessairement en considération certaines compétences techniques ou professionnelles faisant l'objet des acquisitions de Master.**

Veuillez cocher sur chaque ligne votre évaluation.

0=minimum

5=maximum

Assiduité - ponctualité

0 1 2 3 4 5

Capacité d'intégration au contexte social de l'entreprise

0 1 2 3 4 5

Aptitude à comprendre rapidement les situations, les problèmes, les mécanismes de l'entreprise

0 1 2 3 4 5

Niveau d'aptitudes et de qualités potentielles que vous avez pu percevoir pour un travail dans votre entreprise

0 1 2 3 4 5

Accepteriez-vous de prendre un(e) étudiant(e) de Master professionnel pour un stage long (3 ou 4 mois) au cours duquel vous lui confieriez une tâche professionnelle :

Oui

Non

Peut-être

Nom et qualité de la personne ayant rempli cette fiche :

Cathy BENFREDJ - Directrice

Vous pouvez ajouter au verso toute remarque que vous jugerez utile. Nous vous remercions de votre collaboration.

Excellent stage pour Jade qui a su immédiatement prendre en main son rôle, ses tâches et missions.

[Signature]

UBM
 CACHET / LOGO DE L'ORGANISME D'ACCUEIL
 33000 Bordeaux
 03 57 20 70 56
 u.b.m@mairie-bordeaux.fr
 u.b.m@bordeaux-metropole.com

ATTESTATION DE STAGE

à remettre au stagiaire à l'issue du stage

ORGANISME D'ACCUEIL

Nom ou Dénomination sociale :

Association UBM
 39-41 Cus Maréchal Juin à Bordeaux

Certifie que :

LE/LA STAGIAIRE

Nom : Swire Prénom : Jade Sexe : F ☒ M ☐ Né(e) le : 15/03/2002

Adresse :

15 Rue Émile Combes 33400 Talence
06 41 54 38 39 tél : jade.swire@etu.u-bordeaux-montaigne.fr

ETUDIANT EN : LICENCE ISIC

AU SEIN DE : UNIVERSITE BORDEAUX MONTAIGNE

a effectué un stage prévu dans le cadre de ses études

DURÉE DU STAGE

6 semaines

Dates de début et de fin du stage : Du 21/01/23 (format JJ/MM/AAAA)

Représentant une durée totale de 6 semaines (Nbre de Mois / Nbre de Semaines / Nb jours) (rayer les mention inutiles))

La durée totale du stage est appréciée en tenant compte de la présence effective du stagiaire dans l'organisme, sous réserve des droits à congés et autorisations d'absence prévus à l'article L.124-13 du code de l'éducation (art. L.124-18 du code de l'éducation). Chaque période au moins égale à 7 heures de présence consécutives ou non est considérée comme équivalente à un jour de stage et chaque période au moins égale à 22 jours de présence consécutifs ou non est considérée comme équivalente à un mois de stage.

MONTANT DE LA GRATIFICATION ÉVENTUELLE VERSEE AU STAGIAIRE

Le/la stagiaire a perçu une gratification de stage pour un montant total de €

L'attestation de stage est indispensable pour pouvoir, sous réserve du versement d'une cotisation, faire prendre en compte le stage dans les droits à retraite. La législation sur les retraites (loi n°2014-40 du 20 janvier 2014) ouvre aux étudiants dont le stage a été gratifié la possibilité de faire valider celui-ci dans la limite de deux trimestres, sous réserve du versement d'une cotisation. La demande est à faire par l'étudiant(e) dans les deux années suivant la fin du stage et sur présentation obligatoire de l'attestation de stage mentionnant la durée totale du stage et le montant total de la gratification perçue. Les informations précises sur la cotisation à verser et sur la procédure à suivre sont à demander auprès de la caisse primaire d'assurance sociale (code de la sécurité sociale art. L.351-17 - code de l'éducation art. L.124-9).

FAIT A BX

LE 16/02/23

Nom, fonction, signature et cachet du représentant de l'organisme d'accueil

Cathy BENFREPS
Cathy
Directrice