

2024

—  
GROUPE 4

—  
**PLAN DE**



**COMMUNICATION**  
—

# SOMMAIRE

**Reformulation Commande**

**Présentation Entreprise**

**Diagnostic de Communication**

**Stratégie de Communication**

**Annexes**

# REFORMULATION DE ATTENTE/COMMANDE

La demande de communication de l'IRI vise à renforcer sa visibilité en concevant une stratégie complète. Les prestations attendues comprennent un plan d'action sur 12 mois, aligné avec les temps forts des projets de recherche et les événements institutionnels. Ainsi qu'un diagnostic, la définition des publics cibles, des objectifs de communication, un schéma stratégique, un budget de 50 000€ HT, un calendrier global et un plan d'actions détaillé pour chaque action proposée.

# 01

# ENJEUX DE LA STRATÉGIE

## L'image de l'IRI

Communication et rythme institutionnel distincte de l'aura de B.Stiegler.

L'importance de l'IRI malgré la complexité des concepts.

Publiciser l'IRI en tant qu'acteur majeur de la recherche interdisciplinaire et de l'innovation, tout en mettant en avant les contributions des parties prenantes et celles à venir.

## Contribution comme forme de participation

Les projets de collaboration active : implication des habitants dans la transformation de leur environnement

L'esprit d'émancipation des Lumières : liberté du partage du savoir.

L'approche contributive de l'IRI dans la construction d'une urbanité durable.

## Pourquoi maintenant ?

La stratégie de communication de l'IRI reposait principalement sur l'image de Bernard Stiegler, bien qu'il préférât éviter la communication directe. La disparition de ce représentant à entrainer une perte de notoriété de l'IRI, soulevant l'urgence de revoir et actualiser son image institutionnelle vieillissante dans un domaine de recherche en mutation.

Pour toucher les nouvelles générations, elle doit adopter une approche centrée sur le numérique et les espaces publics de communication, tout en privilégiant des supports durables. L'IRI aspire à s'associer aux mouvements des jeunes en adoptant un discours axé sur des valeurs environnementales et en réinventant ses événements pour favoriser la réflexion et la co-construction.



# PRÉSENTATION DE L'INSTITUT

Fondée en 2008, l'IRI est une association autonome de recherche regroupant des membres prestigieux tels que le Centre Pompidou ou Microsoft France. Axée sur la réflexion interdisciplinaire, elle analyse les mutations induites par les technologies numériques dans les domaines culturels, scientifiques et économiques, promouvant ainsi l'innovation artistique et culturelle.

# OR2



Institut de recherche  
et d'innovation

## PRÉSENTATION

---

### MISSIONS ET AXES DE RECHERCHE

Votre mission au sein de l'IRI consiste à contribuer à la construction d'une urbanité contributive à travers des projets de recherche innovants. Trois axes principaux orientent ces initiatives : le Territoire Apprenant Contributif (TAC), le Projet ECO, et le Programme NEST. Le TAC explore les concepts d'apprentissage et de contribution urbaine, le Projet ECO se concentre sur la reconversion de la monnaie locale en euros pour des investissements vertueux, tandis que le Programme NEST promeut des approches ludiques pour l'innovation, favorisant des investissements durables et responsables.

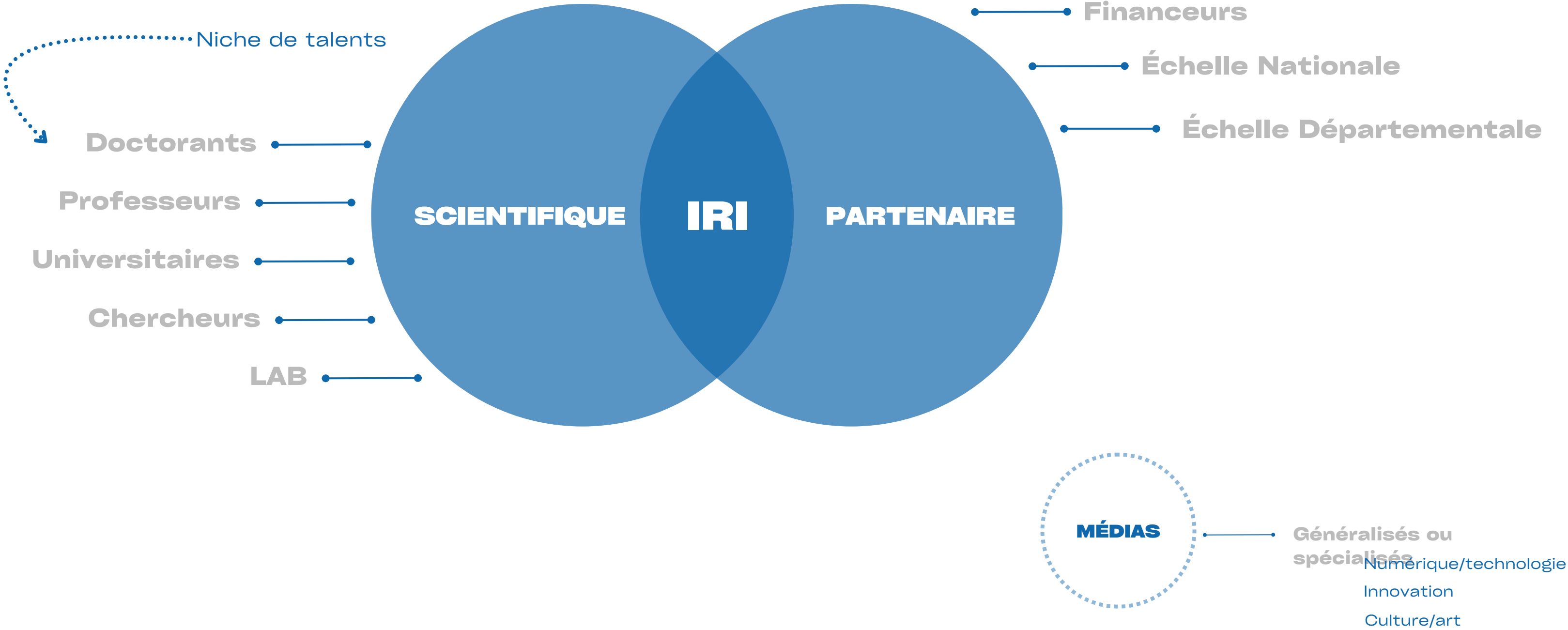
### THÈMES DE RECHERCHE

Les projets abordent des thèmes variés tels que la parentalité, les soins, les technologies numériques, le design urbain, la coopération, la capacitation, les savoirs traditionnels et les technologies émergentes. Ils visent à construire une urbanité contributive en fusionnant l'économie et l'éducation, l'alimentation et la culture, tout en promouvant des investissements durables et responsables.



**Que les habitants deviennent  
chercheurs de la transformation  
de leur territoire**

À QUI S'ADRESSE L'IRI



# DIAGNOSTIC DE COMMUNICATION

L'analyse des forces et faiblesses de l'IRI est renforcée par une projection des opportunités et menaces dans son environnement opérationnel. Elle met en valeur les collaborations prestigieuses et la capacité d'innovation de l'Institut, mais souligne aussi des lacunes en communication par la perte de Bernard Stiegler. L'IRI a l'opportunité de créer de nouveaux partenariats, tout en restant attentif à l'évolution rapide de la technologie pour éviter l'obsolescence et faire face à une concurrence intense.

# 03

## LA COMMUNICATION ACTUELLE

---

### IDENTITÉ GRAPHIQUE

Seul le logo est un élément graphique identifiable. Absence d'icône, pictogramme, style ou charte graphique reconnaissable

### RÉSEAUX SOCIAUX

**LinkedIn** : Descriptions claires, annonces d'évènements, publications de projets et offres de stages. Photos d'évènements, repost de contenu utilisateur. Manque de narration, axé sur les faits.

**Flickr** : Publication de photos de la vie au sein de l'association avec descriptions des projets. Inactif depuis 2021.

**YouTube** : Partage de vidéos sur les projets de l'association mais inactif depuis 11 ans.

**Twitter** : Utilisé pour recueillir les questions des internautes lors des événements

### PROSPECTION

Liste de diffusion non-catégorisée, absence de ciblage précis des destinataires

### SITE INTERNET

Abondance d'informations sur projets, outils, missions et raisons d'être. Complexité ergonomique entre arborescence et blocs de texte non hiérarchisés. Agenda sur page d'accueil non daté. Partenaires peu valorisés.

### SITE INTERNET TAC93

Informations détaillées sur un projet actuel et en cours sur le terrain, impliquant non seulement l'IRI mais également d'autres partenaires associés au projet TAC.

### ÉVÉNEMENTS

Colloques, Séminaires et Ateliers

## CE QUE DISENT LES AUTRES SUR VOUS

“ Fondation de France (2021)

**L'IRI est valorisé pour ses missions et sa raison d'être.**

“ Académie de Créteil (2023)

**L'IRI est valorisé pour son projet interdisciplinaire Urbanité numérique en jeux (Minetest)**

“ CAP Digital Member Area, ENMI 2023...

**Les entretiens du Nouveau Monde Industriel a largement été relayé par d'autres structures en 2023**

**Des communautés de chercheurs et universitaires relaient beaucoup les travaux, séminaires, colloques, ateliers, projets de l'IRI**

**L'IRI n'est pas relayé sur le site du Centre Pompidou !**

Le décès de Bernard Stiegler en 2020 a suscité des articles de plusieurs médias, notamment Actu.fr, Le Monde, Ouest-France et Libération. Bien que ces articles mentionnent l'IRI, ils ne présentent pas en détail les projets de l'Institut. En général, nos recherches montrent que les médias en ligne n'ont pas spécifiquement relayé les projets de l'IRI, en particulier au cours de l'année 2023 et au début de 2024.

## CE QUE RÉVÈLE L'ANALYSE DU SECTEUR

### FORCES FAIBLESSES

Collaboration avec des institutions renommées (Centre Pompidou et Microsoft France) renforçant sa crédibilité et son réseau.

Focalisation sur les mutations induites par le numérique à travers des projets novateurs.

Engagement initiatives territoriales et internationales afin d'élargir son rayonnement et sa visibilité.

Combinaison théorique et projets concrets, favorisant l'interaction entre professionnels et amateurs.

Événements annuels rassembleurs, créant une communauté diversifiée propice aux échanges interculturels et aux différentes perspectives.

Diffusion des activités via newsletters, e-mailing et rapport d'activité.

### OPPORTUNITÉS MENACES

Développement partenariats médias pour accroître la visibilité et bénéficier d'un soutien mutuel.

Exploration du financement participatif via le crowdfunding pour soutenir la recherche et indépendance financière.

Collaborations académiques avec des instituts de recherche nationaux et internationaux, favorisant ainsi les projets collaboratifs et l'échange d'expertise.

Sensibilisation du public aux domaines d'action traitant des sujets en phase avec les nouvelles préoccupations citoyennes (innovation, culture, enjeux sociaux et environnementaux).

Perte figure emblématique, entraîne une baisse d'expertise et de leadership.

Dépendance financière (publics/privés), exposant à des variations imprévues.

Complexité des projets nécessitant une adaptation aux différents publics.

Limitation des supports de communication en raison de l'absence d'un poste fixe.

Amélioration de l'image controversée de la Contribution en mettant en avant ses bénéfices pour la société et en communiquant de manière positive sur l'impact des financements publics.

Besoin de s'adapter à aux évolutions constante du numérique et du culturel.

Croissance de la concurrence, pouvant potentiellement entraver les opportunités de partenariats et de financements.

## INFORMATIONS ISSUES DE LA VEILLE CONCURRENTIELLE

### IDENTITÉ GRAPHIQUE

Maintien de la cohérence visuelle à travers tous les posts, avec une charte graphique simple et respectée, ainsi qu'une dynamique observée sur tous les supports de communication.

### ÉVÉNEMENTS

Participation à des événements majeurs comme le JEC World 2024 et Clean Aviation, ainsi qu'à des webinaires et colloques. Organisation variée incluant des séminaires, conférences, expositions et performances artistiques.

### SITE

Navigation fluide et claire, présentation concise des activités, secteurs, missions et chiffres clés. Mise en avant des axes de recherche, membres, partenaires, projets en cours et événements à venir. Interface attrayante et intuitive, actualités sous forme d'articles, agenda facilement accessible.

### RÉSEAUX SOCIAUX

Promotion d'événements, communication institutionnelle humanisée, partage de recherches, collaborations et networking, présentation de l'innovation et de la créativité à travers des projets artistiques et des stories à la une.



# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Comment notre stratégie peut améliorer la visibilité de l'IRI tout en renforçant son sérieux, en impliquant davantage les habitants, en valorisant les contributions des parties prenantes, et en explorant le potentiel des partenariats pour renforcer son impact

# O4



## LES OBJECTIFS



### Sérieux et Utilité sociale

Notre objectif d'image sera principalement utile pour renforcer le positionnement, en lui donnant du sens, notamment au niveau de l'image de prestige et de contribution associée à l'IRI.

Avec nos partenaires (actuels ou potentiels), la confiance sera un atout pour développer des relations durables et mutuellement utiles. La volonté est de devenir une référence dans le monde de la recherche et de l'utilité sociale.

### IMAGE

### Faire connaître

### NOTORIÉTÉ

Notre objectif de notoriété permet de faire connaître l'IRI auprès des publics identifiés. Cela sera un levier dans la création de nouvelles relations et dans l'agrandissement du réseau de l'IRI.

Cela se fera notamment en valorisant les engagements de l'Institut, comme l'utilité sociale, l'implication environnementale, ainsi que l'urbanisme durable.

Il sera également primordial de valoriser les projets de l'IRI et leurs effets bénéfiques au champ d'action spécifique à chaque action.

### Contributions

### COMPORTEMENT

Notre objectif de comportement correspond au développement de nouveaux financements et de soutien des structures extérieures.

Il est également important pour l'IRI de développer l'implication et la participation de nouveaux talents dans le domaine de la recherche pour porter les projets innovants de l'IRI le plus loin possible.

Enfin, notre objectif de comportement vise également à faire rayonner l'IRI à l'échelle nationale grâce à un essaimage dans les départements les plus influents en France. Le but ici est de publiciser et diffuser le savoir de l'IRI.



## LE POSITIONNEMENT

# ENSEMBLE POUR L'INNOVATION

## VOTRE CONTRIBUTION, NOTRE INSPIRATION

### CONTRIBUTION

L'IRI s'inscrit dans l'utilité sociale en contribuant à la réflexion, au développement des connaissances et à la proposition d'activités dans le domaine de la santé sociale. Cette démarche vise à susciter la cohésion, la créativité et l'innovation dans le secteur social. Par sa participation active dans ce domaine, l'IRI cherche à apporter des solutions et des avancées significatives qui bénéficient à la société dans son ensemble.

Les parties prenantes sont sollicitées et peuvent agir elles aussi au développement et au rayonnement des actions. L'IRI s'inscrit également dans le développement durable en promouvant des actions et des initiatives qui contribuent à la durabilité environnementale et de l'urbanité. Les parties prenantes de l'IRI contribuent en jouant un rôle crucial dans son développement et son fonctionnement et apportent leurs connaissances et leurs idées.

Les mots clés : utilité sociale, urbanité durable, apport, services, importance, utilisateurs, participation, volontaire, relation mutuelle, échange, réciprocité, collaboration, solidarité, citoyen, coopération, projet, développement, reconnaissance, colloque, territorial, utilité, aide, action, association, communautaire

### PRESTIGE

L'IRI du Centre Pompidou est prestigieux en raison de son rôle majeur dans l'anticipation des mutations culturelles et technologiques permises par les nouvelles technologies numériques.

Créé en 2006 sous l'impulsion du philosophe Bernard Stiegler, l'IRI s'est développé en une association de recherche autonome avec des membres administrateurs prestigieux tels que le Centre Pompidou, Microsoft France, et d'autres institutions renommées.

L'IRI s'est également engagé dans des projets de recherche contributive et a élargi ses domaines d'étude vers les Digital Studies, explorant les impacts des avancées technologiques sur divers aspects de la société. En collaborant avec des partenaires internationaux et des chercheurs de domaines variés, l'IRI vise à repousser les frontières de la connaissance académique et à promouvoir l'innovation dans le domaine culturel et scientifique.

En outre, l'IRI participe activement à la vie du Centre Pompidou en organisant des événements tels que les Entretiens du nouveau monde industriel et en contribuant à la programmation culturelle du Centre. Ses recherches sont soutenues par des programmes nationaux et internationaux, renforçant ainsi sa position en tant qu'institution de premier plan dans le domaine de la recherche et de l'innovation culturelle.

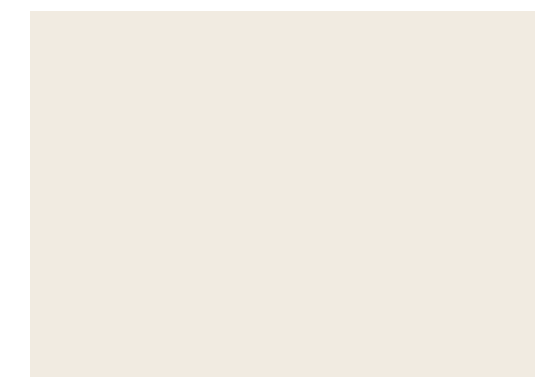
Les mots clés : sérieux, prestigieux, renommée, importance, influence, attrait, fascination, réputation, rayonnement, notoriété, légitimité, excellence, reconnaissance, accroître, maîtrise, renommé, respectabilité, distinction, savoir (faire)



Aa

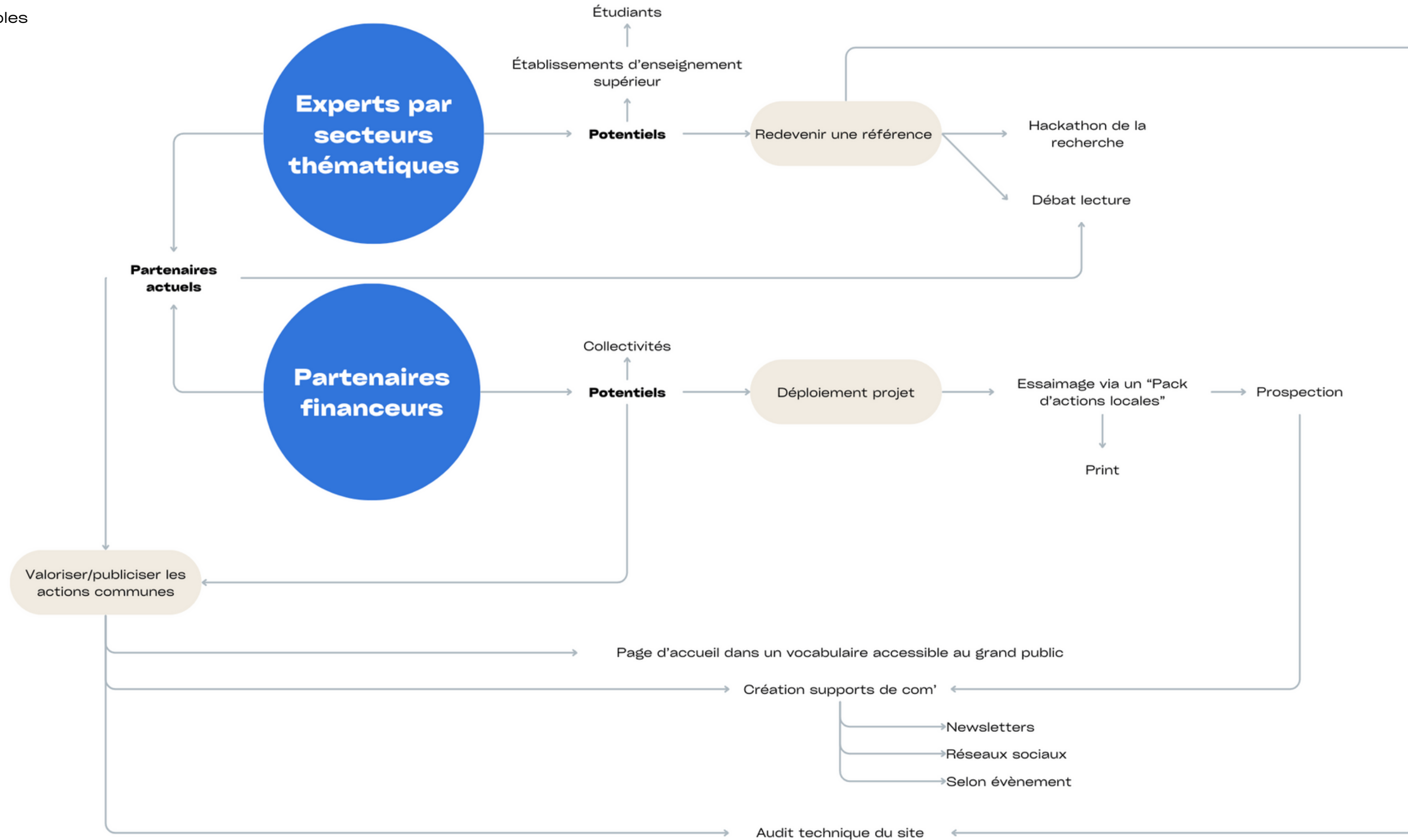
Cy Grotesk Wide

Aa



# DÉPLOIEMENT STRATÉGIQUE

cf. Annexe 2 : Cibles



## PAGE D'ACCUEIL ACCESSIBLE

### Planning et budget

Mise-à-jour de la page d'accueil par une agence de communication	1 SEM	1 000€
Évaluation de l'action de communication par un prestataire	1 SEM	1 000€
TOTAL		2 000 €

“ Découvrez notre nouvelle page d'accueil, soigneusement conçue pour sensibiliser chacun à nos projets et nos démarches. Venez explorer et vous inspirer !

### Public-cible

Grand public et financeurs (actuels et potentiels)

### Objectif

Valoriser et publiciser les actions collectives afin que chacun comprenne la contribution qu'il peut apporter au sein de l'institut.

### Description

Notre nouvelle page d'accueil comprendra les éléments suivants :

- Liens actualisés vers les réseaux sociaux et les actualités.
- Utilisation vocabulaire simple et accessible.
- Exploration des domaines d'action et de recherche via des menus déroulants.
- Mise en avant des événements importants dans l'agenda.
- Création de carrousels pour mettre en valeur les informations telles que les actualités, les publications, les partenaires actuels et les rapports d'activité.

### KPI (indicateurs de performance)

- Taux de conversion du grand public sur la nouvelle page d'accueil
- Taux d'engagement des partenaires potentiels sur la nouvelle page d'accueil
- Nombre de visiteurs uniques sur la page d'accueil
- Temps moyen passé sur la page
- Taux de clics
- Taux de retour et taux de rebond des visiteurs sur la page d'accueil

## AUDIT TECHNIQUE

### Planning et budget

Trouver une agence pour l'audit technique du site	3 SEM		(**)
Audit technique et réception des recommandations	1 SEM	2 000€	
Mise en œuvre des optimisations recommandées	4 SEM	3 000€	
Évaluation de l'action de communication par un prestataire	1 SEM	1 000€	
TOTAL		6 000 €	

“ Nous sommes ravis de vous informer que vous pourrez désormais accéder à nos projets de manière plus rapide et efficace grâce à la mise à jour complète de notre site, résultat d'un audit approfondi.

### Public-cible

Public expert et scientifique

### Objectif

Valoriser et publiciser les actions communes et redevenir une référence dans l'innovation, et cela, grâce à la cohérence entre notre message et l'image renvoyée par le site Internet.

### Description

- Identifier les éventuels problèmes de performance et de sécurité.
- Examiner les possibilités d'optimisation pour améliorer l'expérience utilisateur.
- Revoir le pied de page, notamment les sections "Contact" et "Live".
- Évaluer la performance globale du site.
- Intégrer des principes d'éco-conception pour réduire l'empreinte environnementale.
- Déterminer les informations pertinentes en collaboration avec l'équipe qualifiée.

### KPI (indicateurs de performance)

- Temps de chargement du site après les optimisations
- Taux de rebond du site avant et après les modifications
- Temps passé sur le site
- Taux de satisfaction du nouveau site grâce à des enquêtes
- Retour sur investissement
- Performance SEO (référencement naturel du site Internet)

\*\* Effectuer un audit technique complet du site internet par une agence externe permettra d'identifier les éventuels problèmes de performance et de sécurité, ainsi que les possibilités d'optimisation pour améliorer l'expérience utilisateur.

## FICHE D'ACTION - COMMUNIQUER SUR LES ACTIVITÉS

### NEWSLETTERS

#### Planning et budget

Optimisation des outils de diffusion pour cibler des messages (partenaires financeurs/scientifiques).	2 SEM	<b>460€</b> (**)
Création de contenus par un prestataire	2 j	<b>350 €</b>
Envoie newsletter	6/ an	
Évaluation de l'action de communication par un prestataire	1 SEM	<b>1 000€</b>
TOTAL		<b>1 810 €</b>

“ Notre newsletter se concentre sur la confiance mutuelle, avec vous, nos précieux partenaires. Nous mettons en valeur vos contributions en détaillant comment elles nous ont aidés, et chaque mois, nous vous tenons informés de nos progrès.

#### Public-cible

Partenaires actuels et experts du domaine

#### Objectif

Valoriser et publiciser les actions communes dans le but de renforcer les relations pérennes avec les financeurs et experts du domaine.

#### Description

- Priorité accordée à la qualité des relations existantes pour renforcer le bouche-à-oreille et consolider la confiance.
- Contenus potentiels :
  - Les événements et leurs retombées
  - Les contributions en partageant les informations clés du rapport d'activité.
  - La gestion des projets
  - L'engagement de nos partenaires financeurs

#### KPI (indicateurs de performance)

- Taux de rétention des clients et partenaires existants
- Taux d'ouverture de la Newsletter
- Taux de clic sur les liens externes
- Taux de rebond
- Taux de conversion
- Taux de désinscription et le taux de plainte pour spam
- Trafic vers le site web depuis la Newsletter

### RÉSEAUX SOCIAUX

#### Planning et budget

Suppression des réseaux inactifs	1 j	
Médias planning LinkedIn pour un post par semaine par un prestataire	Mensuel	<b>6 000 €</b> (***)
Évaluation de l'action de communication par un prestataire	1 SEM	<b>1 000€</b>
TOTAL		<b>7 000 €</b>

“ Nous avons revu notre stratégie réseaux sociaux en mettant l'accent sur LinkedIn pour valoriser les événements, les contributions des partenaires et mettre en avant nos engagements.

#### Public-cible

Partenaires actuels et potentiels

#### Objectif

Valoriser et publiciser les actions communes, accroître et gérer la e-réputation de l'IRI.

#### Description

- Suppression réseaux inactifs pour garantir la cohérence en ligne (Twitter/ Flickr) .
- Concentration stratégie sur LinkedIn. Contenus potentiels :
  - Valorisation des événements et des contributions des partenaires.
  - Publication lectures du mois
  - Sondages concernant une problématique traitée dans les projets actuels de l'IRI
  - Création de sondages et encouragement à l'interaction.
  - Publications en collaboration avec les partenaires universitaires ou territoriaux.
  - Mise en lumière des engagements de l'IRI en termes d'utilité sociale, de transformation des territoires et de développement durable.

#### KPI (indicateurs de performance)

- Taux d'engagement
- Taux de clics
- Nombre de réactions, de commentaires et de republications
- Couverture et impressions des publications
- Nombre de visiteurs sur le compte

\*\* Les coûts peuvent fluctuer en fonction des fonctionnalités requises et du niveau de service souhaité. Il est recommandé de demander plusieurs offres en fonction des besoins précis de l'association pour déterminer le coût optimal d'optimisation des CRM.

\*\*\*Demander des devis personnalisés à des agences spécifiques pour obtenir des estimations précises en fonction des besoins et des objectifs de la campagne.

## HACKATHON RECHERCHE ET INNOVATION POUR LA TRANSFORMATION DES TERRITOIRES

### Planning et budget

Organisation logistique de l'évènement par un prestataire	3 SEM	2 000 €
Prospection auprès des Universités et des Laboratoires de recherche	2 SEM	0 €
Templates pour les réseaux sociaux par un prestataire	1-3 SEM	300 €
Rédaction article web diffusé dans la rubrique actualités	1 j	0 €
Partage de l'article web sur LinkedIn et la newsletter	1 j	0 €
Carrousel LinkedIn pour présenter les personnes qui interviennent durant les conférences et les tables rondes	1 j	0 €
Article retour sur évènement sur le site Web	1 j	0 €
Relai de l'article sur le compte LinkedIn et dans la Newsletter	1 j	0 €
Évaluation de l'action de communication par un prestataire	1 SEM	1 000€
TOTAL		3 800 €

### Public-cible

Établissements d'enseignement supérieur et les chercheurs, scientifiques, professeurs et nouveaux talents

### Objectif

Redevenir une référence dans le domaine de l'innovation et gagner en notoriété auprès de partenaires potentiels et de nouveaux talents étudiants grâce à une nouvelle dynamique créée par l'Institut.

### Description

L'évènement aura lieu sur une semaine et se déroulera en ligne, sur la chaîne Youtube actuelle de l'IRI.

Voici l'organisation du Hackathon :

- Les chercheurs de l'IRI présentent leurs projets et échangent avec le public pour renforcer l'image de l'Institut (conférences et tables rondes).
- Les universités partenaires forment des groupes d'étudiants pour proposer des solutions innovantes à des problématiques de l'IRI. Ce travail se déroule sur 3 jours.
- Les meilleures propositions sont récompensées par l'IRI, favorisant ainsi le recrutement de nouveaux talents et la visibilité des projets.

### KPI (indicateurs de performance)

- Nombre d'universités et de partenaires impliqués
- Diversité des formations des participants
- Taux d'inscription et participation au live
- Nombre de projets innovants développés
- Collaboration et engagement entre les participants
- Nombre de partenariats établis
- Satisfaction des participants (enquête)
- Impact médiatique et image de l'Institut en tant qu'acteur clé de l'innovation territoriale
- Taux de rétention des participants

**Rejoignez-nous pour la première édition de notre hackathon dédié à la recherche et à l'innovation pour la transformation territoriale, où vous aurez l'opportunité de contribuer à façonner l'avenir avec des solutions novatrices. Créons ensemble un espace d'innovation où les idées et les talents peuvent émerger.**

# DÉBAT LECTURE

### Planning et budget

Communiqués de presse et articles dans les médias France culture/La recherche/Pour la Science/Mediapart/CNRS	1 SEM	0 €
Profiter de la journée d'Hackathon pour informer les participants	1 j	0 €
Diffusion de l'évènement via la Newsletter à destination des experts par thématique	1 j	0 €
Templates pour les réseaux sociaux par un prestataire	1 -3 SEM	300 €
Location amphithéâtre AmphiX , Paris 8 Vincennes - Saint-Denis	1 MOIS	313 €
Collation traîteur	1 MOIS	3 000 €
Assurance RC Pro évènementiel	1 SEM	850 €
Évaluation de l'action de communication par un prestataire	1 SEM	1 000 €
TOTAL		5 963 €

“ Cette table ronde vous invite à participer à une discussion approfondie sur notre publication de décembre. Nous vous encourageons à partager vos réflexions, à poser des questions et à échanger des idées avec nous.

### Public-cible

Chercheurs affiliés à l'IRI et des experts par thématiques

### Objectif

Redevenir une référence dans le domaine de la recherche et valoriser les publications des chercheurs

### Description

Cet événement débat-lecture vise à réunir les chercheurs autour de discussions portant sur un ouvrage publié par l'IRI en décembre. L'objectif est de favoriser un échange dynamique et enrichissant entre les participants pour explorer en profondeur les thématiques abordées. L'évènement se déroulera sur une demi-journée, avec une table ronde où les chercheurs pourront partager leurs connaissances et leurs perspectives. Les participants auront l'occasion de poser des questions, de partager leurs idées et de discuter des implications de la recherche présentée. Le débat sera modéré pour assurer un échange constructif et interactif.

### KPI (indicateurs de performance)

- Nombre de participants inscrits
- Nombre de participants présents
- Taux d'engagement durant les sessions de débat à partir de la participation active
- Nombre de nouvelles idées soulevées lors du débat
- Retours des participants, notamment via une enquête
- Nombre de nouveaux partenaires établis
- Niveau de satisfaction
- Taux de réputation de l'IRI à la fin de la journée

## PACK ACTION LOCALE : PROJET TAC

### Planning et budget

Méthodologiser le projet pour un déploiement départementale	6 MOIS	<b>5 000 €</b>	(*)
Conception plaquette présentation par un prestataires	1 MOIS	<b>350 €</b>	(**)
Impression de la plaquette	1SEM	<b>72€</b>	
Prospection par e-mail, téléphone et rencontres en personne par les représentants de l'IRI dans les départements sélectionnés.	3 MOIS	<b>100 €</b>	
Rédaction article web diffusé dans la rubrique actualités.	1 j	<b>0 €</b>	
Partage de l'article web sur LinkedIn et la newsletter	1 j	<b>0 €</b>	
Suivi et ajustements de la mise en place du Pack Action Locale par les partenaires.	2/ an	<b>0 €</b>	
Prospection de nouveaux départements partenaires.	2SEM	<b>0 €</b>	
Évaluation de l'action de communication par un prestataire	1 SEM	<b>1 000 €</b>	
	TOTAL	<b>6 522 €</b>	

**Voici notre Pack Action Locale, une initiative visant à méthodologiser notre projet TAC, axé sur l'exploration des concepts d'apprentissages et de contributions urbaines. L'objectif est de garantir que chaque département puisse bénéficier des mêmes retombées que celles observées en Seine-Saint-Denis.**

\* Comprends le coût des ressources humaines, les outils technologiques utiles au développement du projet, la coordination et la gestion de projet

\*\* Prix de référence Vistaprint : nous avons sélectionné 14 départements et pour chacun, nous comptons 75 flyers en moyenne ce qui nous fait 1050 flyers dépliant 3 volets

### Public-cible

Partenaires territoriaux potentiels

### Objectif

Valoriser et publiciser les actions communes dans le but de faire rayonner l'IRI nationalement

### Description

Cette action est centrée sur le développement de relations mutuelles pour l'IRI. L'Institut bénéficiera d'un rayonnement national, tandis que les départements partenaires s'inscriront dans une démarche d'utilité sociale. L'IRI déploiera un essaimage du projet TAC via une méthodologie conceptualisée en interne grâce aux chercheurs scientifiques en termes d'aménagement du territoire et de l'urbanité locale. Cette méthodologie sera partagée aux départements sélectionnés qui les mettront en place dans les métropoles jugées en difficultés sociales. Les départements sélectionnés ont, en effet, des enjeux en terme sociaux, économiques, durables ou d'attractivité... La méthodologie sera donc multidisciplinaire dans le but de proposer un projet adapté aux besoins de chaque localité.

Les départements partenaires seront suivis par l'IRI dans la mise en place du projet sur leur territoire. Des ajustements seront réfléchis en collaboration avec les chercheurs et les collectivités concernées pour rendre le projet TAC durable.

Le pack fourni aux collectivités sera constitué de prints à diffusé dans le département auprès des communes intéressées, puis une méthodologie applicable pour la mise en place du projet TAC tout en tenant compte des spécificités du territoire.

### Les départements que nous préconisons de prospecter

- Haute-de-Seine
- Val-de-Marne
- Rhône (Lyon)
- Bouche-du-Rhône (Marseille)
- Nord (Lille)
- Ille-et-Vilaine (Rennes)
- Haute-Garonne (Toulouse)
- Alpes-Maritimes (Nice)
- Loire-Atlantique (Nantes)
- Bas-Rhin (Strasbourg)
- Hérault (Montpellier)
- Gironde (Bordeaux)
- Isère (Grenoble)
- Seine-Maritime (Rouen)

### KPI (indicateurs de performance)

- Taux de réussite à la mise en place dans chaque commune
- Taux de participation des départements partenaires
- Indice de rayonnement national de l'IRI
- Adhésion à la méthodologie
- Impact social et économique
- Durabilité des projets
- Satisfaction des parties prenantes

# RÉTROPLANNING ANNUEL

Réseaux sociaux Newsletter	Site	Hackathon	Débat - Lecture	Pack Action Locale	Impératifs institutionnels
-------------------------------	------	-----------	-----------------	-----------------------	-------------------------------

Mois	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	
Juin	Sem 23	Sem 24	Sem 25	Sem 26		
		AG			Trouver agence de communication	
		Exploitation du Rapport d'activité pour les support de communication		Suivi médias planning avec Prestataire		
		Suppression Réseaux inactif				
		Optimisation des outils de diffusion				
juillet	Sem 27	Sem 28	Sem 29	Sem 30	Sem 31	
		Méthodologiser la démarche du Pack Action Locale du projet TAC				
		Prospections université				
		Prospections nouveaux partenaires financiers				Suivi médias planning avec Prestataire
août	Sem 32	Sem 33	Sem 34	Sem 35		
		Méthodologiser la démarche du Pack Action Locale du projet TAC				
		Prospections université				
		Optimisation du site				
	Newsletter			Suivi médias planning avec Prestataire		
septembre	Sem 36	Sem 37	Sem 38	Sem 39	Sem 40	
		Méthodologiser la démarche du Pack Action Locale du projet TAC				
		Trouver prestataire pour logistique évènement				
						Suivi médias planning avec Prestataire
octobre	sem 41	Sem 42	sem 42	Sem 43	sem 43	
		Méthodologiser la démarche du Pack Action Locale du projet TAC				
		Newsletter		Article web	Partage de l'article web sur LinkedIn et la newsletter	

novembre	Sem 44	Sem 45	Sem 46	Sem 47	Sem 48
	Méthodologiser la démarche du Pack Action Locale du projet TAC				
	Carrousel LinkedIn		Hackathon	Article retour sur évènement sur le site Web	Partage de l'article web sur LinkedIn et la newsletter
	Communiqués de presse et articles dans les médias				Conception plaquette présentation par un prestataires
					Suivi médias planning avec Prestataire
décembre	Sem 49	Sem 50	Sem 51	Sem 52	
	Méthodologiser la démarche du Pack Action Locale du projet TAC				
	Print plaquette	Assurance RC Pro évènementiel	Sorti de l'ouvrage (18 ou 19)	Collation traiteur	
	Newsletter	Location amphithéâtre			
janvier	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5
	AG	Article web			Suivi médias planning avec Prestataire
	Prospections collectivités				
février	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	
	Prospections collectivités				
	Newsletter			Suivi médias planning avec Prestataire	
	Débat lecture (le 1)				
mars	sem 10	sem 11	sem 12	sem 13	sem 14
	Prospections collectivités				
					Suivi médias planning avec Prestataire
avril	Sem 15	Sem 16	Sem 17	Sem 18	
	Newsletter			Suivi médias planning avec Prestataire	
mai	Sem 19	Sem 20	Sem 21	Sem 22	
				Suivi médias planning avec Prestataire	
	Suivi si partenaire				

## BUDGÉTISATION ANNUELLE

---

Action	Budget total de l'action
Page d'accueil accessible	2 000 €
Audit Technique	6 000 €
Newsletter	1 810 €
Réseaux sociaux	7 000 €
Hackathon	3 800 €
Débat lecture	5 963 €
Pack Action Locale	6 522 €
<b>TOTAL</b>	<b>33 095 € donc 16 905 € de marge de manoeuvre</b>





# ANNEXES

**Annexe 1**  
Veille concurrentielle

**Annexe 2**  
Publics-Cibles

# 05

## ANNEXE - VEILLE CONCURRENTIELLE

	RÉSEAUX SOCIAUX	SITE INTERNET	ÉVÉNEMENTS	IDENTITÉ GRAPHIQUE
<b>IRT SAINT EXUPÉRY : INSTITUT DE RECHERCHE TECHNOLOGIQUE</b>	<p><b>LinkedIn</b> : valorise l'égalité des genres, promeut des événements comme des colloques et affiche des images professionnelles.</p> <p><b>YouTube</b> : Partage de projets, conférences, valorisation des 10 années d'existence, interviews</p> <p><b>Twitter</b> : partage actualités et projet du domaine</p>	<p>Navigation et présentation fluide des activités, secteurs d'activité, sites, missions et chiffres clés. Positionnement clairement identifié, contenus pertinents et présentations brèves valorisant chaque catégorie. Axes de recherche technologique mis en avant, tout comme les membres, partenaires, projets en cours et événements à venir.</p>	<p>Participation au JEC World 2024, Clean Aviation, Webinaires, Colloques</p>	<p>Cohérence visuelle dans les différents postes.</p> 
<b>ARTIMON</b>	<p><b>LinkedIn</b> : Partage d'opportunités de collaboration, publications sur la recherche et la réalité virtuelle, organisation de colloques sur des sujets importants, partage d'articles écrits par l'Institut.</p> <p><b>Instagram</b> : Stories à la Une, présentation de projets artistiques et des coulisses des activités de recherche.</p> <p><b>YouTube</b> : Partage des vœux et des projets de l'Institut.</p> <p><b>Twitter</b> : Réactions à la journée des droits des femmes, partage de lectures, actualités liées au secteur d'activité</p>	<p>Fluide, attractif et facile à naviguer et actualiser. Informations sur les activités de recherche, projets, membres, partenariats, publications, etc.</p>	<p>Organisation de colloques, séminaires, conférences, webinaires, expositions et performances artistiques</p>	<p>Distinctive par ses couleurs et sa structuration sur le site internet, modernité et cohérence à travers tous les supports de communication.</p> 
<b>LABRI : LABORATOIRE DE RECHERCHE EN INFORMATIQUE</b>	<p><b>Twitter</b> : Repost de partenaires, participation à des événements nationaux et internationaux, annonce de soutenances de thèse</p> <p><b>LinkedIn</b> : Inactif depuis 1 an, seulement 2 post</p>	<p>Ergonomique, dates des prochains événements avec liens Zoom. Présentation de chiffres concrets sur les rapports d'activités de recherche. Actualités mises en avant sous forme d'articles, onglet dédié aux enjeux environnementaux, valorisation des partenaires</p>	<p>Organisation de séminaires et webinaires</p>	<p>Charte graphique simple, respectée et cohérente, utilisation des couleurs cohérente sur le site internet</p> 
<b>LABRI : LABORATOIRE DE RECHERCHE EN INFORMATIQUE</b>	<p><b>LinkedIn</b> : Partage de lectures</p> <p><b>IntraGram</b> : Stories à la Une de leur rayonnement national, communication créative et innovante</p> <p><b>Facebook</b> : Partage de coulisses de l'innovation</p> <p><b>YouTube</b> : Interviews de chercheurs</p> <p><b>Twitter</b> : Annonce des événements et photos du Jour J, annonce de séminaires et soutenances de thèses</p>	<p>Ergonomique et moderne, arborescence claire avec des onglets pertinents notamment dédié aux enjeux et projets de l'Institut, présentation des actualités et agenda</p>	<p>Organisation de colloques, conférences et webinaires</p>	<p>Charte graphique dynamique et respectée sur tous les supports de communication</p> 

## PARTENAIRES FINANCEURS

Des partenariats stables sont établis avec des entités telles que le CCCB, Microsoft France, le Centre Pompidou et la Caisse de Dépôts, tandis que des collaborations ponctuelles impliquent divers partenaires sur des projets spécifiques, avec pour exemple, l'ADEME.

### LES ENJEUX

Les enjeux clés comprennent le développement de sources de financement, l'accroissement de la visibilité, et l'utilisation des ressources supplémentaires pour la création de nouveaux projets. Renforcer le rayonnement national et les relations territoriales permettrait également à l'IRI de partager l'importance de la recherche et des actions menées au niveau national pour que les habitants deviennent chercheurs de la transformation de leur territoire.

### S'ADRESSER À EUX

La communication se fait via les sites Internet de l'IRI et du projet TAC, l'organisation d'événements, une présence sur LinkedIn et le mailing, mettant en avant les projets et leur valeur ajoutée.

### NIVEAU DE RELATION

Les partenaires actuels sont impliqués dans des collaborations de recherche, le financement de projets et le partage de ressources, visant à développer des projets innovants de manière mutuellement bénéfique. Au niveau des partenariats potentiels, l'IRI pourrait se rapprocher de collectivités territoriales à l'échelle départementale, pour qui il n'y a aucune communication actuellement.

### LES ORIENTATIONS POUR DEMAIN

Pour l'avenir, l'IRI envisage d'associer les recherches aux préoccupations de la jeune population, de créer une synergie entre le monde scientifique et civil, et de revenir à l'idée d'espace public, de translocalité, ainsi que de favoriser les échanges internationaux et intergénérationnels. L'IRI envisage de diversifier ses sources de financement en explorant le crowdfunding, le mécénat et en renforçant les partenariats mutuellement avantageux pour accroître la visibilité de ses travaux.

## EXPERTS PAR SECTEURS THÉMATIQUES

Le monde scientifique de l'IRI est composé de chercheurs, de scientifiques, de professeurs, de laboratoires dans les domaines de la recherche technologique, culturelle et de l'économie contributive. Le monde scientifique est aussi composé de jeunes talents émergents, avec des doctorants, des universitaires ainsi que des Master en Urbanisme et Aménagement du Territoire et des Master en Développement Urbain Durable. L'IRI possède déjà un partenariat avec l'Université de Tokyo.

### LES ENJEUX

Les enjeux majeurs sont la contribution à la recherche et à la construction des connaissances, l'attraction de nouveaux talents pour stimuler l'innovation, et leur participation en tant qu'intervenants lors de séminaires et de colloques. Pour ce public, le positionnement en tant qu'Institut prestigieux est primordial pour qu'il s'associe aux travaux de l'IRI.

### S'ADRESSER À EUX

La communication s'effectue à travers les sites Internet de l'IRI et du projet TAC, l'organisation d'événements tels que des séminaires et colloques, la présence sur le réseau social LinkedIn, ainsi que le mailing. Initialement centrée sur la renommée de B. Stiegler, elle évolue désormais vers la promotion des activités et des objectifs de l'IRI.

### NIVEAU DE RELATION

Les relations s'établissent au niveau national et international, avec une collaboration étroite dans la recherche et l'innovation. Cela se manifeste par des publications conjointes, des participations à des conférences et des colloques, ainsi que des échanges réguliers.

### LES ORIENTATIONS POUR DEMAIN

Pour l'avenir, l'IRI vise à créer une synergie entre le monde scientifique et civil, favorisant ainsi une collaboration plus étroite et une co-construction des connaissances et des projets innovants. Le but est de redevenir une référence dans le domaine de la recherche, et cela, en stimulant l'innovation et l'expression libre des connaissances et des savoirs au sein de notre public de niche.

# L'ÉQUIPE



**Emma ALARIO**



**Jade SUIRE**



**Maëlle LEBRETON**



**Zoé THIEFAINE**



**Kélia OURO-ADOHI**



**Joy KINGSON**



**Bella BISSANG**

# MERCI