

Vosges
matin

Samedi 17 décembre 2016

**LE JOURNAL DE
ST-DIÉ MASSIF DES VOSGES**

**IDÉES
CADEAUX**
pour les fêtes !



Caves Saint-Charles

Dégustation vins de fête

OUVERTURES SPÉCIALES

SAMEDI 17 DÉCEMBRE 2016

de 9h à 12h et de 14h30 à 18h

DIMANCHE 18 DÉCEMBRE 2016

de 14h30 à 18h

10, rue Charles-Chatton • 54300 Marainviller • 03.83.42.90.05

783087200



Les étudiants de l'IUT réinventent Noël

SAINT-DIÉ

Durant deux jours, les élèves métiers du multimédia et d'Internet ont plaché sur des concepts liés à Noël et ont imaginé la campagne de communication destinée à leur promotion. (J.-C.O)

> PAGES 2 ET 3

SAINT-DIE-DES-VOSGES Université

Noël inspire les étudiants de l'IUT

Durant deux jours, les élèves des métiers du multimédia et d'Internet ont planché sur des concepts liés à Noël et ont imaginé la campagne de communication destinée à leur promotion. Du grand art !

Ils ont de l'imagination, les étudiants de l'IUT. A quelques semaines de Noël, ils seraient capables, dit-on, de vendre du sable aux rois mages chargés d'or et d'encens. A les entendre, ils pourraient bien révolutionner en tout cas la tradition de la nativité en un Noël 2.0.

Jeudi et vendredi, les élèves de MMI (métiers du multimédia et d'Internet), issus de l'IUT de Saint-Dié mais aussi de Nancy-Charlemagne, étaient conviés à « l'Acad'MMI » une sorte de challenge amical destiné à imaginer des concepts de produits ou de services innovants mais aussi et surtout élaborer une campagne de communication pour ce concept. Le cœur de la formation de ces jeunes gens.

24 heures chrono

Même si l'exercice n'entre pas, à purement parler, dans le contexte du cours, le défi était assez relevé. En moins de 24 heures, les étudiants ont fait preuve d'imagination et d'inventivité pour créer tout à la fois un concept et savoir le « vendre ». Cette campagne devait

associer une production Web, des travaux d'infographie, des éléments rédactionnels et une réalisation audiovisuelle pour assurer la promotion de ce produit ou service.

« Ce qu'on voulait faire, c'est laisser une certaine liberté aux étudiants en leur proposant de choisir un sujet parmi les trois thèmes que sont Noël, le développement durable et la tendance à « l'ubérisation », à savoir l'économie digitale communautaire ou collaborative », explique Jean-Luc Husson, le chef de département MMI de Saint-Dié.

« Dès lors qu'ils s'inscrivent dans ce thème et qu'ils sont capables de penser une stratégie et de décliner les quatre supports, pour nous, c'est OK », explique l'enseignant.

Le sapin qui se déplie comme une tente

C'est ainsi qu'est né par exemple le sapin de Noël qui se déplie ou qu'échoue aussi vite d'une tente de camping. De son côté, la team des « Sapins copains », a invité le concept du « sapin acheté, nouveau sapin planté ». Les « Manalas » ont créé le « baiser de Noël », une plateforme destinée à réunir les personnes seules le soir de Noël, louée à la faveur d'une campagne radio efficace sur l'air de « Mon beau sapin » et parrainée par de certains Jackie et Michel.

Les Keshia ont imaginé le « calendrier », autrement dit le calendrier de l'Avent « pour ne jamais être dans la dèche ».

Tandis que l'émission était retransmise en direct sur le Net, permettant aux élèves de première année de MMI à Saint-Dié comme à Nancy d'assister hier après-midi à l'émission de présentation des neuf projets défendus, l'ambiance était assez potache, à quelques heures des vacances de Noël, mais toutes les équipes ont donné le meilleur pour tourner l'émission avec un maximum d'exigence.

Les membres du jury, des enseignants, ont semblé apprécier la performance réalisée par les élèves. La désignation du candidat a d'ailleurs nécessité une assez longue concertation. Finalement, tout le monde a gagné !

Ph.C.

« Ce qu'on voulait faire, c'est laisser une certaine liberté aux étudiants en leur proposant de choisir un sujet parmi les trois thèmes. »

Jean-Luc Husson chef de département MMI.



Rédaction

Saint-Dié-des-Vosges
03 29 55 78 10
vomredacstd@vosgesmatin.fr
10, place Saint-Martin
88100 SAINT-DIÉ

<https://www.facebook.com/vosgesmatinsaintdie/>

ALERTE INFO

Vous êtes témoin d'un événement, vous avez une info ?

contactez le
0 800 082 202 Service à appel gratuits
ou par mail à vomfilrouge@vosgesmatin.fr



Questions à ?

Jean-Luc Husson
Chef de département MMI de Saint-Dié

« Un contexte favorable à la collaboration »



Photo J.C. Olé.

Pourquoi avoir imaginé l'Acad'MMI ?

Les IUT de Lorraine comptent deux formations MMI, celui de Saint-Dié et celui de Nancy-Charlemagne. Nous sommes souvent présentés comme des concurrents en termes de recrutement, d'organisation de travaux... alors que la réalité est toute autre. Nous souhaitons concrétiser le fait de collaborer sous la forme d'un projet qui regroupe nos équipes pédagogiques et nos étudiants dans un contexte qui soit propice à la collaboration, que ce ne soient pas des cours,

mais des projets imaginés et réalisés en commun.

L'objectif est de créer en un temps record, une campagne de publicité multimédia. Est-ce désormais la nouvelle façon de penser la communication ?

Dans le département, MMI, en tout cas, on encourage les élèves à adopter une stratégie de communication en les déclinant sur les principaux supports aujourd'hui : le Web, qui est l'un des quatre axes du challenge, l'audiovisuel (la vidéo est omniprésente sur le Web ou ailleurs), les éléments visuels que

l'on appelle le print (les affiches, les flyers, les dépliants, les cartes de visite...). Tout cela sous-entend la connaissance d'une cible, pour laquelle on développe ce produit ou ce service. Il y a donc forcément des éléments de marketing, une analyse de cible et une stratégie de communication et des éléments rédactionnels de communication.

C'est quoi, pour vous, une bonne campagne de communication ?

C'est une campagne cohérente, avec des supports divers et complémentaires, qui respecte fidèlement une stratégie, qui correspond vraiment à la cible que l'on doit bien identifier et pour laquelle on doit répondre de manière très spécifique. On ne travaille pas avec des résidences pour seniors au-delà de 60, 70 ans, comme on fait un magasin de vente de musique pour les ados en ligne ou des jouets en bois

pour des enfants de moins de trois ans. Une bonne campagne, c'est une campagne unifiée, cohérente et adaptée à la cible.

Vos étudiants baignent dans ce monde de la communication multimédia depuis toujours. Est-ce que cette réalité est toutefois une évidence pour eux ?

Ils sont effectivement nés avec l'accès au Web, à la télé et d'autres supports audio, vidéo, son, mais pour autant, il faut savoir raisonner sur le concept, imaginer correctement, comprendre comment cela s'articule, être capable de comprendre l'intention qu'avaient les concepteurs de cette campagne et ce à quoi on les ouvre. Ce n'est pas être simplement spectateur de cette production, mais d'être plutôt analyste, être capable de les concevoir et de les définir eux-mêmes.

Propos recueillis par
Philippe CUNY



Les étudiants étaient invités à créer un concept puis d'imaginer les différents supports de communication. (Photo Jean-Charles OLE)

Les perles du Team « Huître »

Ils ont délibérément choisi le style déjanté. Ils endossaient le dossard n° 8, ils ont opté pour s'appeler la Team Huître et ont créé la plateforme « Sant'Arnaque », un site qui révolutionne pour Noël le covoiturage en

co-traineutage, et permet d'obtenir son « permis traîneau », non sans avoir passé un test rigolo pour vérifier que le candidat au permis « T » (comme traîneau) est éligible à l'examen. Présenté par Arthur (de l'IUT

de Saint-Dié) et Maximin (de Nancy), le projet a fait sensation hier. Notamment l'idée de customiser le Père Noël permettant d'accueillir le soir du 24 décembre un Père Noël (plus ou moins) habillé selon ses goûts.

Le groupe a tourné un spot publicitaire à la jardinerie du secteur et dans l'appartement d'Arthur. « Nous avons terminé le montage à la dernière minute », expliquent les deux représentants du groupe qui se réjouissent de l'expérience. « Il y avait une très bonne entente au sein du groupe. Il n'y avait pas de chef d'équipe, chacun œuvrait selon ses compétences ».

Même si Huîtres en a fait des plats, le jury a apprécié le travail de ces étudiants et l'a choisi. Le groupe est reparti les bras chargés de bonbons. Ça, ce n'était pas de l'arnaque !

Ph.C.



Arthur et Maximin, les représentants de la Team « Huître », qui a gagné le challenge. (Photo Jean-Charles OLE)



L'émission a été présentée par deux étudiants dans des tenues très en phase avec le sujet. (Photo Jean-Charles OLE)



Les films réalisés pour montrer le travail des différentes teams ont été tournés avec humour. (Photo Jean-Charles OLE)



En régie, une ambiance très professionnelle pour réaliser l'émission en direct. (Photo Jean-Charles OLE)