

RAPPORT DE STAGE

SLA Charcot – du 10 avril au 02 juin



Gwennola Le Gall

Stage Deuxième année

IUT Techniques de Commercialisation

2016 - 2017

Maitre de stage : Jean-Marie
STIESZ

Professeur tuteur : Stéphane
CHAUVIN

Quels moyens
peuvent être mis en
œuvre pour accroître la
notoriété de
l'évènement ?

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Madame LEMOINE, professeur d'Environnement International à l'IUT Techniques de Commercialisation d'Angers qui m'a permis d'avoir un entretien avec Monsieur STIESZ et qui m'a également permis de réaliser ce stage qui m'aura beaucoup appris.

Par la suite, j'aimerais remercier vivement mon maître de stage Monsieur STIESZ, Président de l'association pour la recherche contre la maladie de Charcot pour nous avoir suivi, aidé et donné de nombreux conseils pour mener notre stage au mieux.

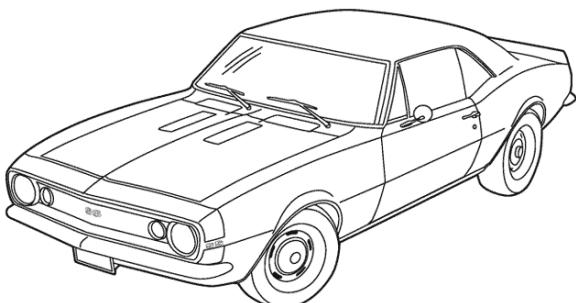
Je remercie également Jacques BRU et Maud de l'agence de communication Marlow pour leur accueil et leur aide au niveau de la communication.

Enfin, je tiens à remercier Clément Chevalier pour avoir toujours été de bonne humeur et motivé.

Table des matières

INTRODUCTION	5
I. L'Association Charcot	6
II. Le Stage	7
A. Les Missions	7
B. Le travail en équipe	14
III. Quels moyens peuvent être mis en oeuvre pour accroître la notoriété de l'évènement ?	15
A. Développement de l'évènement	15
1. La cible de l'évènement	15
2. Développement des activités de l'évènement	16
3. Affiche et flyers	16
4. Contact Écoles de Lohéac	17
B. L'utilisation de Google Adwords	17
C. La communication sur les différents Réseaux Sociaux	18
IV. Diagnostic externe de l'association	19
A. Macro-environnement	19
B. Micro-environnement	19
V. Diagnostic interne de l'association	21
VI. Analyse SWOT	22
CONCLUSION	23

ANNEXES	24
Annexe 1 : Les différents sponsors de l'association	24
Annexe 2 : Pitch de négociation	25
Annexe 3 : Fichier des 4 formules de partenariat	25
Annexe 4 : Mail type de relance	26
Annexe 5 : Fichier Prospection 2017	27
Annexe 6 : Flyer et Affiche	28
Annexe 7 : Dépliant Final	29
Annexe 8 : Carton d'invitation pour les sponsors	30
Annexe 9 : Planning de Communication	31
Annexe 10 : Annonce de l'événement sur les différents réseaux sociaux	31
Annexe 11 : Publications sur les différents réseaux sociaux	32
Annexe 12 : Évolution des abonnés sur les différents réseaux sociaux	33
Annexe 13 : Message envoyé à Amixem sur Facebook	35
Annexe 14 : Affiche pour les écoles pour l'invitation des enfants le Samedi 1er Juillet	36
Annexe 15 : Google Adwords	37
Annexe 16 : Analyse PESTEL	38
Annexe 17 : Analyse des 5 forces de Porter	39



INTRODUCTION

Durant mes deux années à l'IUT Techniques de Commercialisation j'ai beaucoup apprécié les cours de Communication, je voulais donc trouver un stage orienté vers ce domaine pour découvrir ce qu'il en était réellement.

J'ai connu L'association Charcot grâce à Madame LEMOINE qui nous en a parlé en cours. Elle nous a également proposé de passer un entretien avec Monsieur STIESZ pour un stage orienté prospection et Communication. Les missions avaient l'air intéressantes, je me suis donc inscrite pour cet entretien. J'avais un défaut qui était ma timidité, Madame LEMOINE a donc appuyé ma candidature. Plus tard Monsieur STIESZ m'annonçait que j'étais prise comme stagiaire, ce qui m'a rendu très contente parce que ce stage m'intéressait réellement.

Étant une personne assez réservée ce stage était un bon moyen pour moi pour travailler sur ce point là et de découvrir le métier de commercial et l'organisation d'un évènement assez important. Ce stage était très varié et m'a permis d'apprendre beaucoup de choses au niveau professionnel.

Dans un premier temps je vais présenter l'association, puis je présenterai le déroulement de mon stage avec mes missions pour ensuite répondre à ma problématique. Je finirai par le diagnostic de l'association et l'analyse SWOT.

I. L'Association Charcot

L'association Charcot, « Association Pour la Recherche Contre la Maladie de Charcot », a été créée en 2009 par Jean Marie STIESZ en mémoire de Christian STIESZ décédé de la maladie de Charcot. Christian STIESZ était un aéronaute professionnel passionné de montgolfière, plusieurs fois champion de France et d'Europe. Il devient instructeur professionnel et crée en 1990 sa société de vol touristique dans le Périgord : « Montgolfières du Périgord ».

En 2001, il apprend qu'il est atteint de la maladie de Charcot qui est le plus souvent appelée SLA : Sclérose Latérale Amyotrophique .

Qu'est ce que la maladie de Charcot ?

C'est une maladie neurologique découverte par le neurologue Jean-Martin Charcot (1825-1893).

Elle se caractérise par une dégénérescence progressive et rapide des cellules nerveuses qui commandent les muscles volontaires. Elle se traduit par un affaiblissement puis une paralysie des muscles.

1 personne sur 25 000 est atteint de la maladie de Charcot.

Cette maladie est connue depuis 150 ans, mais aucun remède n'a encore été trouvé pour faire face à cette maladie mortelle.



Tous ses proches se sont mobilisés pour créer cette association dont le but premier est de réunir des fonds qui seront ensuite reversés à l'ARSLA (Association pour la Recherche sur la SLA).



« Première association en France à lutter sur tous les fronts de la maladie de Charcot ou SLA, l'ARSLA oeuvre depuis toujours pour arriver un jour à son éradication. »

But ARSLA → se lier à d'autres associations

Tous les ans, un évènement est organisé à Lohéac sur un week-end autour de nombreuses activités comme le baptême en montgolfière qui est l'activité phare du week-end avec 22 ballons qui décollent ensemble ou encore le baptême sur circuit.

Cet évènement a su se faire connaître et ramène de plus en plus de monde. Malgré tout, des efforts sont faits tous les ans pour augmenter la notoriété de l'événement et de l'association pour des bénéfices plus élevés et donc plus de personnes aidées.

II. Le Stage

A. Les Missions

Tout au long de mon stage j'ai eu 3 missions principales :

- Recherche de sponsors
- Communication autour de l'évènement
- Animation des réseaux sociaux

MISSIONS	OBJECTIFS	MOYENS MIS EN OEUVRE
Recherche de sponsors	<p>L'objectif principale était de récolter 4 000 € de la part des entreprises.</p> <p>Mais par la suite si on atteignait 2 500 € c'était déjà un bon objectif.</p> <p><u>Annexe 1</u></p>	<ul style="list-style-type: none">• Planning de l'organisation des villes à visiter• Réalisation d'un Pitch de négociation pour les entreprises• Prospection sur place dans toutes les villes autour de Lohéac• Relance des entreprises visitées par mail ou par téléphone• Crédit et mise à jour du dossier de prospection
Communication autour de l'évènement	L'objectif final est de faire connaître l'association et d'augmenter le nombre de visiteurs le jour de l'évènement.	<ul style="list-style-type: none">• Distribution de flyers et d'affiches• Aide à la création du dépliant final de l'évènement• Vente de billets de Tombola• Mise en place du référencement sur Google Adwords• Contacter les écoles de Lohéac• Crédit du Carton d'Invitation pour les sponsors

MISSIONS	OBJECTIFS	MOYENS MIS EN OEUVRE
Animation des réseaux sociaux	L'objectif de l'animation des réseaux sociaux est d'avoir plus d'abonnés pour augmenter la notoriété de l'évènement et de l'association grâce aux pages Facebook, Twitter, et Instagram.	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'un planning de Communication par semaine • Annonce de l'évènement sur les différents réseaux • Publications de différents postes chaque jour sur les activités, pour remercier des sponsors... • Relier les différents réseaux entre eux ainsi qu'au site • Contact d'Amixem, un youtubeur angevin, sur Facebook

L'objectif premier de mon stage était d'augmenter la notoriété de l'association et par la suite, voir progresser le nombre de visiteurs.

DÉTAIL DES MISSIONS :

RECHERCHE DE SPONSORS		
MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
Planning de l'organisation des villes à visiter	Nous avons récolté au total 2 430 € de sponsors, nous avons donc atteint un bon objectif. Nous avons été voir de nombreuses entreprises dans chaque ville, beaucoup n'étaient pas intéressées cette année mais le seront sûrement l'année prochaine.	Nous avons commencé nos deux semaines en Bretagne par l'élaboration d'un planning pour nous organiser au niveau des villes à visiter chaque jour. L'organisation est très importante.
Réalisation d'un Pitch de négociation pour les entreprises <u>Annexe 2</u>		Nous avons réalisé un Pitch que l'on disait à chaque fois que l'on se présentait à une entreprise. Ce Pitch était assez court et rapide, mais complet pour pouvoir être efficace sans faire perdre de temps aux entreprises.

MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
Prospection sur place dans toutes les villes autour de Lohéac	<p>Le fait d'aller voir les entreprises sur place nous a permis de nous faire connaître.</p> <p>Pour les entreprises, 4 formules de partenariat étaient possibles, à des prix différents et avec des offres différentes.</p> <p><u>Annexe 3</u></p>	<p>Nous visitions tous les jours des villes différentes et dans chaque ville nous allions voir presque toutes les entreprises que nous croisions pour leur demander si elles voulaient être partenaire. C'est une très bonne chose de rencontrer les personnes directement sur place, en effet, cela permettait un contact physique donc plus d'efficacité.</p> <p>La plupart du temps nous avons eu des refus, les entreprises n'avaient plus de budget de communication, elles n'étaient pas intéressées, ou encore elles avaient déjà donné à d'autres associations.</p> <p>Nous sommes toujours restés assez positifs et nous étions plus motivés dès que nous avions un nouveau partenaire.</p>
Relance des entreprises visitées par mail ou par téléphone <u>Annexe 4</u>		<p>Après que l'on ai visité toutes les entreprises nous en avions beaucoup à rappeler. Cette partie de la prospection était assez difficile parce que les entreprises ne répondaient pas ou n'avaient toujours pas pris leur décision.</p> <p>De plus, nous devions envoyer des mails à toutes les entreprises intéressées pour leur expliquer la procédure et pour qu'ils nous confirment leur participation.</p>

MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
<p>Création et mise à jour du dossier de prospection</p> <p><u>Annexe 5</u></p>		<p>La création d'un fichier Excel est essentiel. Nous nous sommes basés sur le fichier des stagiaires de l'an passé pour répertorier toutes les entreprises visitées et leur réponse.</p> <p>Ce fichier va permettre aux prochains stagiaires de connaître les entreprises qui ont participé ou non.</p>

COMMUNICATION AUTOUR DE L'ÉVÈNEMENT

MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
<p>Distribution de flyers et d'affiches. Contacter les écoles de Lohéac</p> <p><u>Annexe 6</u></p>	<p>Lorsque nous étions en Bretagne nous avions des affiches et des flyers avec le descriptif de toutes les activités.</p> <p>Nous les avons distribuer dans beaucoup d'entreprises, mais aussi chez les commerçants.</p>	<p>C'est une bonne chose de déposer des affiches et des flyers, cela permet à l'association de se faire connaître.</p> <p>Lorsque les entreprises ne voulaient pas être partenaires nous leur proposions de déposer une affiche et des flyers et tout le monde acceptaient.</p>

MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
Aide à la création du dépliant final de l'évènement <u>Annexe 7</u>	<p>Nous avons aidé à la création du dépliant final de l'évènement en récupérant tous les logos de toutes les entreprises partenaires.</p> <p>Il fallait également optimiser la place sur le dépliant pour pouvoir faire tenir tous les logos.</p> <p>Une fois le dépliant terminé nous l'avons envoyé à toutes les entreprises pour qu'elles confirment leur logo.</p>	<p>Ce n'était pas facile de récupérer tous les logos, il a fallu relancer à de nombreuses reprises.</p> <p>De plus, pour la confirmation du dépliant quelques entreprises ont voulu modifier leur logo.</p> <p>Nous avions un délai précis pour l'impression du dépliant qui devait être distribué la première semaine de Juin.</p> <p>Ce dépliant sera également envoyé par la Poste en 40 000 exemplaires dans un rayon de 30 km autour de Lohéac</p>
Vente de billets de Tombola	<p>Nous avons vendu pour 132 € de Tombola aux commerçants mais aussi aux personnes que l'on connaissait. C'était un moyen pour les commerçants de participer financièrement à l'évènement sans prendre les formules de partenariat.</p>	<p>C'est une manière de ramener des personnes le jour de l'évènement.</p> <p>Nous n'avons pas beaucoup vendu de tickets, il faudrait trouver un moyen pour en vendre plus : comme faire du porte à porte par exemple.</p>
Mise en place du référencement sur Google Adwords	<p>Nous ne connaissons pas encore le résultat de Google Adwords sachant que l'opération débute le 1er juin.</p> <p>Nous saurons si cela a fonctionné après l'évènement.</p>	<p>Le choix des mots clés est très important.</p> <p>Le référencement sur Google Adwords va je pense nous apporter de nouveaux visiteurs et sera un succès.</p>

MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
Contacter les écoles de Lohéac <u>Annexe 8</u>	<p>Nous avons contacté les écoles privées et publiques de Lohéac pour leur proposer de faire un dessin sur le weekend Charcot.</p> <p>Leurs dessins seront affichés le jour de l'évènement et les enfants seront invités avec leurs parents le Samedi matin pour assister au montage d'une montgolfière.</p>	<p>Je trouve que c'est une bonne idée et cela peut permettre d'amener à l'évènement des familles le Samedi matin pour faire quelques activités.</p> <p>De plus, cela permet de sensibiliser les jeunes à l'association et à la maladie.</p>
Création du Carton d'Invitation pour les sponsors <u>Annexe 8</u>	<p>Nous avons créé ensemble un carton d'Invitation pour inviter tous les sponsors à l'évènement.</p> <p>Quand nous avons envoyé le carton d'Invitation par mail nous avons également demandé aux entreprises de partager notre page Facebook pour plus d'abonnés.</p>	

ANIMATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
Création d'un planning de Communication par semaine <u>Annexe 9</u>	<p>Nous avons commencé par mettre nos idées de choses que l'on pourrait publier sur les réseaux.</p> <p>Par la suite nous avons créé un planning par semaine pour savoir ce qu'on allait publié chaque jour.</p>	<p>Le planning nous a permis de nous organiser et de s'avancer au niveau de la création de publications.</p>
Annonce de l'évènement sur les différents réseaux sociaux <u>Annexe 10</u>	<p>La première publication que nous avons posté sur les réseaux sociaux était l'annonce de l'évènement.</p>	<p>C'était important de commencer par cela pour annoncer à tout le monde les dates de l'évènement...</p>

MOYENS MIS EN OEUVRE	EXPLICATIONS / RÉSULTATS	MON POINT DE VUE
Publications de différents postes chaque jour sur les activités, pour remercier des sponsors... <u>Annexe 11</u>	Tous les jours nous avons publié des postes sur chaque réseaux sociaux. Ces publications permettent d'animer les pages et ainsi d'augmenter nos abonnés.	C'est une partie que j'ai beaucoup apprécié. Il fallait être créatif au niveau de la photo que l'on choisissait et du message que l'on mettait pour chaque poste.
Relier les différents réseaux entre eux ainsi qu'au site	Nous avons commencé par rajouter les comptes Twitter et Instagram sur le site Internet parce qu'ils n'étaient pas présents. Sur Facebook nous avons publier les comptes Twitter et Instagram pour qu'ils soient liés.	Pour moi, c'est important de relier les réseaux entre eux parce que beaucoup de personnes ont plusieurs réseaux sociaux de nos jours et cela peut augmenter nos abonnés. <u>Annexe 12</u>
Contact d'Amixem, un youtubeur angevin, sur Facebook <u>Annexe 13</u>	Nous avons contacté Amixem sur Facebook pour l'inviter le jour de l'évènement et pour qu'il fasse une vidéo autour des activités présentes le jour de l'évènement. Cela permettrait d'augmenter notre notoriété.	Nous n'avons pas encore eu de réponse de sa part et je ne sais pas si on en aura une sachant qu'il doit recevoir de nombreuses demandes.

B. Le travail en équipe

Durant mes deux années à l'IUT et dans tout mes emplois étudiants, savoir travailler en équipe était important et essentiel.

Lorsque j'ai été sélectionné, j'ai appris que je faisais mon stage avec Clément Chevalier. J'ai beaucoup apprécié mon stage avec lui et nous nous sommes bien entendus tout au long des deux mois.

Tout au long de notre stage nous nous sommes bien complétés. Clément m'apportait beaucoup au niveau de la prospection et moi de ma part je lui apportais des connaissances au niveau de la communication. Toute la partie prospection à deux était plus agréable que si l'on était tout seul. De plus, cela permet une motivation constante.

Un stage en binôme permet une répartition des tâches et une efficacité au niveau du travail. Par ailleurs, cela permet de trouver plus d'idées et d'avancer.

Nous n'avons pas vraiment eu de désaccords parce que nous étions chacun nos avis en essayant de faire quelque chose qui nous convienne tous les deux.

III. Quels moyens peuvent être mis en oeuvre pour accroître la notoriété de l'évènement ?

A. Développement de l'évènement

L'association Charcot mise tout sur la Communication autour de l'évènement. En effet, pour elle, la Communication est quelque chose d'important et prévoit un budget conséquent pour cela. Le budget Communication autour de l'évènement et de l'association s'élève à 8 000€ soit environ 10% du chiffre d'affaires.

1) La cible de l'évènement

L'évènement Tous ensemble à Lohéac à trois objectifs. Tout d'abord, l'association Charcot veut faire aimer les activités qu'elle propose. Ensuite, elle veut se faire connaître, ainsi qu'informer son public de la maladie de Charcot. Pour finir, elle veut inciter les personnes à être sensible à la maladie et veut faire changer les choses et faire avancer la recherche.

L'évènement attire tous les ans de plus en plus de monde et sa cible est très large. En effet, la cible de l'évènement s'étend des enfants jusqu'aux personnes âgées.

Cible principale :

La cible principale est large et comprend tout le public que l'on veut sensibiliser. En effet, l'évènement est présent pour toucher tout le monde.

Coeur de cible :

Le coeur de cible est la cible sur laquelle on veut mettre un renfort de communication, c'est le public prioritaire sur la cible principale. Ici, le coeur de cible comprends les adultes entre 30 et 50, avec leurs enfants. En d'autres mots l'évènement est présent surtout pour les familles. Mais aussi les personnes atteintes de la maladie de Charcot et soutenant la cause.

Cible secondaire :

La cible secondaire sont les journalistes présents le jour de l'évènement mais aussi les entreprises sponsors de l'évènement qui viennent le jour J.

Une cible aussi large va permettre d'augmenter le nombre de visiteurs et donc par la suite les bénéfices de l'association.

2) Développement des activités de l'évènement

Les activités sont nécessaires à l'association, puisque ce sont elles qui permettent les bénéfices. Ce sont également elles qui ramènent du monde et qui permettent le développement de l'association.

Le développement des activités est essentiel pour une modernisation constante de l'évènement. En effet, les activités doivent évoluer et il doit y en avoir de nouvelles d'années en années. D'une part, pour permettre aux visiteurs de découvrir de nouvelles choses et d'autre part pour que les visiteurs continuent à venir une année sur l'autre sans se lasser.

Par ailleurs, de nouvelles activités vont attirer de nouvelles personnes curieuses et cela va augmenter le nombre de visiteurs mais également les bénéfices.

Avec Clément Chevalier, nous avons eu l'idée de mettre en place un stand photo le jour de l'évènement avec une voiture de collection. Les personnes pourront alors faire leur photo qui sera prise par un photographe bénévole. La photo sera directement imprimée et la personne donnera ce qu'elle veut. Cette idée va être mise en place cette année et cela va apporter quelque chose de nouveau à l'évènement.

3) Affiche et flyers

L'évènement commence à se faire connaître de plus en plus dans la région Ille et Vilaine et ce grâce au logo et à sa charte graphique.

Le logo représente une moto, une montgolfière et une voiture. Ces trois objets constituent le logo parce qu'ils ont été les premiers éléments présents sur l'évènement. De plus, le logo de l'association pour la Recherche contre la maladie de Charcot reprend les couleurs de l'ARSLA comme les deux sont liés.

Le logo est présent sur toutes les affiches et tous les flyers qui sont distribués dans l'ensemble des entreprises et les commerces autour de Lohéac, ainsi que sur les dépliants distribués dans les boîtes aux lettres dans un rayon de 30 km autour de Lohéac.

Les personnes assimilent donc ce logo à l'évènement.



Les affiches et les flyers sont imprimés et distribués en grande quantités et cela permet une communication efficace autour de l'événement.

Par ailleurs, il serait bien d'étendre la distribution des affiches, jusqu'à Rennes qui est une très grande ville et qui pourrait ramener du monde et ainsi augmenter la notoriété de l'évènement.

4) Contact Écoles de Lohéac

Comme dit précédemment, nous avons contacté l'école Privée Saint Sauveur ainsi que l'école Publique Les Panvolettes de Lohéac.

Nous les avons invités à faire un dessin ou un projet autour du weekend Charcot, puis nous les avons invités le samedi matin 1 juillet pour montrer aux enfants comment on gonfle et comment on monte une montgolfière. **Annexe 14**

Le but étant d'attirer les enfants et les parents pour la matinée et donc d'amener du monde.

Cette opération est très pertinente et permet de sensibiliser les enfants à la maladie de Charcot dès qu'ils sont jeunes.

Il pourrait être intéressant d'étendre ce projet aux alentours comme Guichen, Guignen, Pipriac, Lieuron ou encore Redon qui sont des villes proches de Lohéac. Cela serait une opportunité pour tous les enfants d'assister au montage d'une montgolfière et cela attirerait également plus de familles et plus de monde.

B. L'utilisation de Google Adwords

Google Adwords permet de diffuser une annonce sur Google. Cela permet une visibilité optimale auprès des internautes au moment où ils recherchent sur Google des services que nous proposons. On ne paye que lorsqu'ils cliquent pour accéder à notre site Web.

L'association Charcot a décidé d'utiliser Google Adwords cette année pour voir l'efficacité et la rentabilité de l'investissement sur ce moyen de communication. La campagne va durer seulement le mois de Juin et sera arrêtée peu après l'événement.

Au 6 juin, l'annonce avait 56 clics supplémentaires grâce à Google Adwords.

Le référencement payant sur Google Adwords se fait en plusieurs étapes :

Annexe 15

1. Estimation du budget quotidien

L'association a choisi un budget de 10€ / jour pour commencer.

2. Choisir une audience cible, audience publicitaire (clics et appels par mois)

3. Définir les mots clés

Les mots clés ont été difficiles à trouver. Nous avons dû faire plusieurs scénario pour nous aider à trouver les mots les plus pertinents et nous avons également défini notre objectif premier qui était que le plus de monde clique sur le site web pour augmenter la notoriété de l'association.

4. ON NE PAYE QUE LORSQUE DES PERSONNES CLIQUENT SUR L'ANNONCE

5. Rédaction de l'annonce

C. La communication sur les différents Réseaux Sociaux

La communication sur les différents réseaux sociaux sera abordé à l'oral.

IV. Diagnostic externe de l'association

A. Macro-environnement

Annexe 16

Pour étudier le macro-environnement, j'ai utilisé l'analyse PESTEL qui permet d'analyser l'association, les risques et les opportunités de l'association. Elle met en avant six grands points : Politique, Économique, Social, Technologique, Écologique et Légal.

Les associations sont de plus en plus nombreuses, de plus en plus d'associations sont créées car elles sont faciles à mettre en place. En effet, une association est facile à monter et aucun capital n'est nécessaire. Cela mène à une forte concurrence. Les associations sont tout de même soudées entre elles, la concurrence est donc différente que dans le cas des entreprises.

Les associations sont limitées au niveau de leurs moyens et ont donc peu de budget pour diverses actions. De plus, la crise économique est un frein supplémentaire pour les associations.

L'association Charcot a été créée pour une cause importante qui est la maladie de Charcot et cette association fonctionne grâce à toutes les personnes qui se mobilisent et aident cette association comme les bénévoles qui sont très nombreux le jour de l'événement ou encore les entreprises qui participent.

La SLA Charcot se fait connaître de plus en plus par l'intermédiaire des réseaux sociaux et d'Internet en général ce qui est très important pour la notoriété de l'association et de l'évènement.

B. Micro-environnement

Annexe 17

L'analyse du micro-environnement s'établit à travers les 5 forces de Porter. Ces dernières vont nous permettre d'étudier la concurrence sur le secteur de l'association.

L'association Charcot a plusieurs clients, les visiteurs mais également les entreprises partenaires de l'évènement. Les clients ne sont pas réellement une menace pour l'association. L'offre sur propose l'évènement est plutôt unique et réunit de nombreuses activités à un seul et même endroit pour tout le monde. De plus, les clients sont sensibles aux prix, mais les prix proposés le week-end sont assez intéressants. Les entreprises sponsors sont de plus en plus nombreuses et

apportent beaucoup. Ils permettent à l'association d'avancer et de se développer. Néanmoins, il ne faut pas oublier que sans clients, ni sponsors, l'association n'existerait pas aujourd'hui.

Les fournisseurs, eux, sont plus une menace pour l'association parce qu'ils participent activement à l'évènement. Les activités de toutes sortes sont nécessaires ainsi que les travail des agences de communication qui permettent d'augmenter la notoriété de l'association. Malgré tout, l'association peut compter sur ses fournisseurs qui sont présents et qui soutiennent la l'évènement depuis un certain temps.

Les produits de substitution ne sont pas du tout une menace pour l'association. Malgré le fait que les nouveaux entrants sur le secteur soient nombreux suite à la facilité de création d'une association, l'association Charcot propose des activités uniques à des prix intéressant. C'est donc un avantage pour l'association qui permet aux personnes de se divertir le temps d'un week-end tout en soutenant la maladie de Charcot.

Au niveau des concurrents, l'association Charcot n'a pas réellement de concurrents directs. Son offre est unique dans la région. De plus, les associations qui luttent pour la même cause qu'elle comme par exemple l'ARSLA ne sont pas des concurrents mais plutôt des partenaires. Ces associations sont liées. Néanmoins, les associations sportives ou les associations autour des écoles sont nombreuses et sont concurrentes de l'association Charcot, plus particulièrement lorsque l'on doit chercher des sponsors. Nous l'avons vu lors de la prospection.

V. Diagnostic interne de l'association

Après le diagnostic externe, je vais passer au diagnostic interne. Ce dernier est une méthode d'analyse qui permet de déterminer les forces et les faiblesses de l'association autour de ses ressources et de ses compétences actuelles.

L'association Charcot a de nombreuses forces mais également des faiblesses qui peuvent ralentir ou limiter les actions qu'elle voudrait mettre en place.

Sur le niveau financier, l'association n'a pas de capital nécessaire et n'a pas d'obligation de faire du bénéfice ce qui est une force pour elle. Malgré tout, les budgets sont très limités. Par exemple, le budget de communication est limité parce que l'association Charcot n'a pas de ressources financières avant l'évènement, il faut donc avancer une somme importante et être sur que l'évènement soit rentable. C'est un risque que prends l'association.

L'association n'a pas réellement une fonction Recherche et Développement du fait qu'elle n'a pas le budget pour. Cependant, elle va tout de même innover et chercher de nouvelles activités tout en développement celles déjà existantes. De plus, l'association va également développer l'événement en général pour qu'il soit plus attractif et qu'il ramène le plus de monde possible chaque année.

L'association possède une fonction commerciale et marketing. En effet, tout au long de l'année l'association Charcot recherche de nouveaux sponsors et développe ses sponsors pour l'évènement. Par ailleurs la communication de l'évènement se faire sur internet, sur le site et sur les réseaux sociaux.

Au niveau des ressources humaines, l'association n'embauche personne. Toutes les personnes travaillant le jour de l'évènement pour aider son des bénévoles.

L'association ne possède pas de fonction production ou logistique.

Elle n'a pas de locaux fixes, le seul lieu auquel on l'identifie est Lohéac qui est le lieu de l'évènement. Cela peut être une faiblesse pour l'association. De plus, la météo est un facteur important pour l'évènement et pour sa réussite. Elle varie beaucoup et peut être une force mais également une faiblesse.

Malgré tout, l'association s'appuie sur ses forces et essaye de surmonter les faiblesses qu'elle peut avoir pour faire un évènement exceptionnel et divertir les visiteurs.

VI. Analyse SWOT

En Conclusion de cette analyse, le croisement des forces et des faiblesses avec les opportunités et les menaces va mener au bilan de l'analyse grâce à la matrice SWOT.

	OPPORTUNITÉS	MENACES
FORCES	<ul style="list-style-type: none">- Les bénévoles aident beaucoup- Communication sur les réseaux sociaux- Les clients visiteurs et les sponsors sont de plus en plus nombreux- L'Association évolue de plus en plus	<ul style="list-style-type: none">- Pas d'obligation de bénéfice : c'est une menace parce que s'il n'y a pas de bénéfices, rien ne sera reversé à l'ARSLA.
FAIBLESSES	<ul style="list-style-type: none">- Le manque de notoriété peut être vu comme une opportunité. En effet, la notoriété se crée et si elle manque elle ne peut qu'augmenter par la suite	<ul style="list-style-type: none">- Il y a beaucoup de concurrence sur le secteur associatif- Le budget est limité- La météo le weekend de l'évènement

CONCLUSION

Le budget communication pour une association est important et permet une visibilité optimale de l'évènement.

Pour pouvoir connaître l'impact des outils de communication sur l'évènement et sur les personnes extérieures un questionnaire rapide sera créé. Un stand sera mis en place avec les questionnaires le jour J pour interroger les personnes sur l'origine de leur connaissance de l'évènement. De plus, toutes les 1 ou 2 heures un nom sera tiré au sort et gagnera une ballade en voiture amphibie ou d'autres lots.

Pour conclure, ce stage m'a beaucoup plu, nous avons eu plusieurs missions complètement différentes et nous avons pu découvrir beaucoup de choses sur la maladie et ce domaine.

Cette expérience au sein de l'association Charcot m'a permis de découvrir la prospection et la communication sur les réseaux sociaux. Ce stage a un lien avec mon futur puisque j'aimerais à l'avenir travailler dans la communication et dans le marketing.

Ce stage m'a également permis d'apprendre beaucoup sur moi-même et d'apprendre comment on travaillait dans une association.



ANNEXES

Annexe 1 : Les différents sponsors de l'association



HYPER U

- Guichen
- Chateaugiron
- Combourg

SUPER U

- Mordelles
- Rennes Sarah Bernhardt
- Rennes Saint Jacques
- Pipriac
- Noyal Chatillon
- Guipry
- Plelan le Grand
- Tinteniac
- Coueron la Chabossière

U express

- Le Grand Fougeray
- Le Rheu

Retour aux missions

Annexe 2 : Pitch de négociation

Bonjour,

Gwennola et Clément, nous sommes deux étudiants d'Angers et actuellement stagiaires pour l'association Charcot. Nous réalisons tous les ans un week-end à Lohéac qui a pour objectif de récolter des fonds pour lutter contre la maladie de Charcot à travers différentes activités comme les baptêmes en montgolfière, les voitures amphibies, ou encore les baptêmes sur circuit...

Nous venons donc vous voir pour savoir si vous seriez intéressés afin d'être annonceurs pour l'évènement du 1er et 2 juillet 2017 à Lohéac.

Voici les 4 formules de partenariat qui sont possibles...

Annexe 3 : Fichier des 4 formules de partenariat

■ TOUS ■ ENSEMBLE ■ A LOHEAC
LES 1 & 2 JUILLET 2017

★★★

DE NOMBREUX SUPPORTS À VOTRE DISPOSITION
POUR VALORISER VOTRE IMAGE

4 FORMULES DE PARTENARIAT

- **80 € : Encart sur le programme et site internet**
Programme 12 pages 15 x 21 cm, tirage à 40 000 ex
Encart : Format 3,5 x 10 cm
- **350 € : Encart sur le programme, site Internet et réseaux sociaux**
+ 2 Banderoles sur le circuit asphalte et l'air de décollage des montgolfières - Format : 3 x 1 m en quadri
- **590 € : Encart sur le programme, site internet et réseaux sociaux**
+ 2 Banderoles sur le circuit asphalte et l'air de décollage des montgolfières - Format : 3 x 1 m en quadri
1 baptême de montgolfière pour 1 personne et 2 baptêmes sur Lotus
- **1000 € : Pack communication - 1 montgolfière à vos couleurs**
Encart sur le programme ainsi que sur le site internet
+ Banderoles sur le circuit asphalte et l'air de décollage des montgolfières
+ Personnalisation d'une montgolfière à votre nom (autour de la nacelle)
Format : 1 x 0,80 m sur 3 faces en quadri
+ 3 invités en tant que passager lors d'un vol (1 h) (passager supplémentaire 150 €)
et 5 baptêmes de piste en passager sur Lotus

Annexe 4 : Mail type de relance

Mail de relance lorsque l'entreprise était intéressée :

Gwennola Le Gall

Envoyés - Hotmail 24 avril 2017 à 11:39

GL

Association Charcot - Évènement du 1er 2 juillet à Lohéac

À : top.35@orange.fr

Bonjour Monsieur,

Comme convenu, je vous recontacte concernant le partenariat avec notre association pour cet événement.

Si vous confirmez votre participation, j'aurais donc besoin de votre logo, du message que vous désirez faire passer en 2 ou 3 lignes, et de la formule que vous choisissez.

En ce qui concerne la procédure, une fois que nous aurons reçu votre confirmation, le logo et votre message, vous serez ajouté au site internet courant mai. C'est à partir de ce moment que la facture vous sera envoyée.

Je vous remercie pour l'intérêt que vous portez à l'association.

Cordialement, l'association Charcot.

Gwennola Le Gall

Mail type pour les entreprises :

Gwennola Le Gall

Envoyés - Hotmail 27 avril 2017 à 15:02

GL

Association Charcot - Évènement à Lohéac les 1er et 2 juillet

À : boutron.com@gmail.com

Madame, Monsieur,

Je vous contacte concernant un partenariat avec notre association pour l'événement qui à lieu les 1er et 2 juillet à Lohéac, ayant pour but de récolter des fonds afin de lutter contre la maladie de Charcot.

Cet événement se déroule sur tout un week-end et rassemble environ 3000 à 4000 personnes chaque année, à travers différentes activités telles que la mongolfière, l'hélicoptère, les voitures, ...

Votre participation à l'événement serait un moyen pour vous faire de la publicité sur l'événement.

Le magasin Optic 2000 de Mordelles participe avec la formule à 590€ et de plus fait gagner un vol de montgolfière à ses clients.

Je vous envoie ci-joint les quatre formes de partenariats qui sont envisageables.

Vous pouvez nous recontacter à cet adresse mail ou alors par téléphone (06 71 00 84 80), si vous désirez plus d'informations.

Cordialement, l'association Charcot.

Gwennola Le Gall

Retour aux missions

Annexe 5 : Fichier Prospection 2017

BAIN-DE-BRETAGNE

LOHÉAC

LA CHAPPELLE BOUËXIC

GRAND FOUGERAY

REDON

AUTRES

BNI

Entreprises	Activités	Participation	Montant	Action	Responsable	Coordinnées	Adresse
Optic 2000 REDON	Opticien			Se lie à Optic 2000 Mordelles		02 99 71 02 01 06 86 96 49 10 boutron.com@gmail.com	La Barge rousse, 50 Rue de Rennes
Gaël artisan	Boulangerie			REFUS	Nanette STOLTZ	02 99 72 95 89 nanette.breizhgwestell@gmail.com	58 Rue de Cotard
TOP OFFICE	Matériaux de bureaux	OK F1	80,00 €	OK – Logo	Si besoin impressions ou autres ne pas hésiter	02 99 70 32 33 top.35@orange.fr	1 Rue Jean Baptiste Lelievre
DISTRILEC				REFUS			
TAPIS ROUGE	Décoration			Déjà vu avec JM STIESZ			
SOUL Cycles				REFUS			
Rapid Pare-Brise				A travailler pour 2018	Benjamin DANIEL	06 71 51 79 47 institutcar44@gmail.com	91, rue de la Châtaigneraie

Annexe 6 : Flyer et Affiche

Flyer :

TOUS ENSEMBLE A LOHEAC
Entre Rennes et Redon (35)

ASSOCIATION POUR LA RECHERCHE CONTRE LA MALADIE DE CHARCOT

SAM. 1^{ER} / DIM. 2 JUILLET SUR LES CIRCUITS DE LOHEAC

6 BAPTÈMES EN VOITURES AMPHIBIES
I côte d'un pilote ou pilotez sa voiture de course. Une voiture parmi plusieurs (Porsche, Formule 1, Lotus F430, Lotus Exige, Ford Mustang). Tarif de 25€/personne + piste à coté d'un pilote anche 30 et 14h30 à 17h30.

7 BAPTÈMES EN HÉLIOTHÈTRE
dans des véhicules (voitures et motos américaines, etc) pour une. Organisés également au : 06 63 35 98 04 et 06 10 67 49 14. Tarif : 5€/10 min. anche 09 - 14H00 à 17H00

8 VENEZ VOUS BALADER LE DIMANCHE
...BALADE MOTOS
Organisé par Les Motards de l'Espoir et le Club Goldwing Bretagne/Pays de Loire. Halte à mi-parcours. Départ du circuit karting 13H30.

...EN AUTOS D'EXCEPTIONS
Organisé par PAPA35: 06 63 35 98 04 et 06 10 67 49 14. Départ : 11H00 du circuit asphalté. Arrivée 14H30.

...À VÉLO
Organisé par l'Amicale Cycliste de Pipriac. 06 01 96 55 33. Départ du circuit asphalté : 9H00. Arrivée 14H00.

...À PIED
Nouvelle activité 2017. Nouvelle activité 2017.

9 KARTING SUR LA PISTE DE COMPÉTITION
Sur le plus grand circuit de compétition de Bretagne, pilotez les karts 2 et 4 temps qui vous sont proposés. Tarif : à partir de 15€/10 min. Samedi & Dimanche de 10h00 à 12h00 et 14h00 à 18h00.

10 AÉROMODÉLISME
Prenez les commandes d'avions radiocommandés. Tarif : 5€/personne. Samedi : 14H00 à 17H00 et dimanche 10H00 - 13H00 et de 16H00 à 19H00.

11 SLOT
Amusez-vous aux commandes de mini-voitures sur un circuit 24 Géant. Tarif : 2€/poujade. Tout le week-end, 10H00 - 13H00 - 14H00 à 17H00.

DÉMONSTRATION DE PARACHUTISTES
uniquement le dimanche 13H30 (accès libre).

MUSÉE DE L'AUTOMOBILE
Découvrez pendant ces 2 heures de visite un espace de 14 000 m² dédié à l'automobile et aux vieux métiers. Tarif : 10€/personne.

**BALADES MOTOS, AUTOS D'EXCEPTION, VÉLO ET PÉDESTRES
BAPTÈMES ET CONFÉRENCES**

AU PROFIT DE LA RECHERCHE SUR LA MALADIE DE CHARCOT

www.sla-charcot.fr / www.facebook.com/sla.charcot

27

Affiche :

★ TOUS
★ ENSEMBLE ★
★ A LOHEAC
Entre Rennes et Redon (35)



SAM. 1^{ER} / DIM. 2 JUILLET

SUR LES CIRCUITS DE LOHÉAC



BALADES MOTOS, AUTOS D'EXCEPTION, VÉLO ET PÉDESTRES
BAPTÊMES ET CONFÉRENCES

AU PROFIT DE LA RECHERCHE SUR LA MALADIE DE CHARCOT

www.sla-charcot.fr



www.facebook.com/sla.charcot

Retour aux
missions

Annexe 7 : Dépliant Final

Aperçu d'une double page du dépliant :

VENEZ SOUTENIR L'ASSOCIATION POUR LA RECHERCHE CONTRE LA MALADIE DE CHARCOT



Depuis 2009, l'association Charcot organise un événement sportif, en hommage à Christian Stiesz, aéronaute professionnel de montgolfière décédé de la SLA. Les fonds financiers récoltés sont reversés à la recherche pour lutter contre la maladie de Charcot.

Christian et Bertrand

Les bénéfices seront intégralement reversés à l'ARSLA

CONFÉRENCES SUR LA RECHERCHE



Des neurologues de centres spécialisés vous parleront de l'avancée de la recherche et vous tiendront informés des différents projets actuellement menés sur cette maladie qui fait 1000 nouveaux cas chaque année en France.

De 11h00 à 13h00, le samedi et dimanche (accès libre)

30 ANS DE LUTTE



Les intervenants de l'association vous expliqueront et répondront à vos questions sur la maladie, ses symptômes ainsi que sur les différentes aides mises à disposition pour les malades.

De 14h00 à 15h00, le samedi et dimanche (accès libre)

CONFÉRENCES ET SPECTACLE D'HYPNOSE



Venez assister à des démonstrations d'hypnose et d'autohypnose animées par Dany Dan Debeix fondateur de l'ECH (Ecole Centrale d'Hypnose à Paris). Ce spécialiste vous apprendra à gérer la douleur et atténuer les effets de la maladie. Cette conférence sera suivie le samedi soir d'une soirée spectacle exceptionnelle sur l'hypnose.

De 14h00 à 17h00, le samedi et dimanche (accès libre).



CHAMPIONNAT EUROPE MONTGOLFIERES
21-27 AOUT 2017
MONTGOLFIERES
BREIZH LOU BREIZH

partenaire de l'ARSLA



Les-Têtes en l'air

parc expo rennes aéroport
L'événement ensemble !

france bleu armorique

GSM

BAIN DE BRETAGNE

Norauto

RENOV'FAB

ADEN FRANCE

ACTARUS

LCL

ECH HYPNOSE

Le Monde de Jacques

CDLELEC

30 ANS COMBAT - MALADIE - CHARCOT
ARSLA 1985 - 2015

ENVOLEZ-VOUS* DANS UNE DES 22 MONTGOLFIERES !

Tarif : 190€/personne (1H de vol)
Les vendredi soir,
samedi et dimanche matin et soir
Renseignements et réservations :
06 74 09 55 92
*selon la météo

BAPTÈMES EN HÉLIOTHÈRE

Renseignements et réservations :
06 80 82 14 10

Tarif : 65€ / 7 à 10 mn
Le dimanche uniquement de 14H00 à 16H00
*selon le nombre d'inscriptions.

BAPTÈMES EN 4 X 4

Tarif : 5€ / 10 mn
La balade 4x4 en forêt avec
franchissement (1H) : 40€/personne

Nouvelle activité 2017

?

Voir plan des activités en dernière page

Annexe 8 : Carton d'invitation pour les sponsors



Mesdames, Messieurs,

Tout d'abord, nous tenons à vous remercier pour l'intérêt que vous portez à l'association, à travers votre partenariat. C'est pour cela que nous vous invitons les 1^{er} et 2 juillet 2017 à Lohéac. Ce sera pour vous l'occasion de découvrir de nouvelles activités, de nouvelles sensations et d'apprécier les résultats qui ont pu être mis en œuvre grâce à votre soutien.

Nous organisons chaque année cet événement sportif à sensations fortes dans le but de récolter des fonds et de lutter contre la maladie de Charcot. Tous les bénéfices étant reversés à l'ARSLA.

Au programme :

Au programme de cette 8^{ème} édition, de nombreuses activités diversifiées, seront à l'honneur. Tout d'abord, il y a les activités aériennes avec les baptêmes en montgolfière et en hélicoptère, qui sont les activités phares de l'événement. Ensuite on retrouve un nombre important d'activités, cette fois-ci au sol avec, par exemple, les baptêmes sur circuit, le pilotage d'une voiture sur piste, des baptêmes de voitures amphibiennes ou encore du karting sur piste.

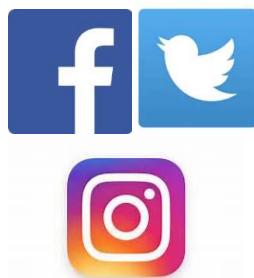
Il y aura également des activités plus calmes avec les balades en motos, en autos d'exceptions, en vélo ou pédestres le dimanche 2 juillet. De plus, nous vous invitons à venir visiter le musée de l'automobile dans un espace de 14 000 m² dédié aux voitures de collection et aux vieux métiers.

Plusieurs autres activités seront aussi disponibles pendant ce week-end convivial, sensationnel et dans le but de défendre une cause importante.

Réservations :

- ◆ Président de l'association
Monsieur Stiesz
- ◆ 06 80 82 14 10
- ◆ jmstiesz@gmail.com

Suivez-nous sur :



Nous vous attendons nombreux et de bonne humeur pour cet événement qui vous laissera de nombreux souvenirs.

Annexe 9 : Planning de Communication

Programme Communication Réseaux Sociaux — Semaine 1

	Lundi 15/05	Mardi 16/05	Mercredi 17/05	Jeudi 18/05	Vendredi 19/05
Twitter	- Suivre des personnes - Annoncer l'évènement	- Publier sur l'activité pilotage de voiture	- Poster un le Saviez-vous	- Parler d'une autre activité : Hélicoptère	- Post Bon weekend + envoi Validation Dépliant aux Entreprises
Instagram	- Suivre des personnes - Poster des photos sur l'association, l'évènement	- Publier sur l'activité pilotage de voiture	- Poster un le Saviez-vous	- Parler d'une autre activité : Hélicoptère	- Post Bon weekend + envoi Validation Dépliant aux Entreprises
Facebook	- Annoncer l'évènement	- Publier sur l'activité pilotage de voiture	- Remercier un ou plusieurs partenaires - Poster un le Saviez-vous	- Parler d'une autre activité : Hélicoptère	- Post Bon weekend + envoi Validation Dépliant aux Entreprises

- + Création Carton d'Invitation
- + Changer la photo de Couverture de la page Facebook

Annexe 10 : Annonce de l'évènement sur les réseaux sociaux

Facebook :

 **Ensemble à Lohéac contre la SLA**
Publié par Gwennola Le Gall [?] · 23 h · 

Nous vous invitons pour la 8ème édition de Tous Ensemble à Lohéac qui aura lieu cette année les 1er et 2 juillet 2017 avec de nombreuses activités !
Nous vous attendons nombreux et de bonne humeur pour défendre cette cause.



4 032 personnes atteintes Booster la publication

 J'aime  Commenter  Partager 

 29 66 partages

Instagram :

 **charcot.loheac**
Lohéac > ...



Voir les statistiques Promouvoir

Aimé par zedoudouze, clement_chvl et 4 autres personnes
charcot.loheac Nous vous invitons pour la 8ème édition de Tous Ensemble à Lohéac qui aura lieu cette année les 1er et 2 juillet 2017 avec de nombreuses activités !
 Nous vous attendons nombreux et de bonne humeur pour défendre cette cause. #maladiedecharcot

15 MAI

Twitter :

SLACharcot @sla_charcot · 15 mai
Nous vous invitons pour la 8ème édition de Tous Ensemble à Lohéac cette année les 1er et 2 juillet 2017 ! Venez nombreux #maladiecharcot



5 6

Annexe 11 : Publications sur les différents réseaux sociaux

Ensemble à Lohéac contre la SLA
Publié par Gwennola Le Gall [?] · 22 mai, 14:45 · ©

Aujourd'hui nous vous présentons une nouvelle activité à venir découvrir les 1er et 2 juillet à Lohéac.
Montez à bord d'une voiture amphibie pour une balade sur un étang et de nouvelles sensations.
Les prix sont de 10€ pour 10 minutes de balade.



2 288 personnes atteintes

Booster la publication

J'aime

Commenter

Partager



Meilleurs commentaires ▾

Ensemble à Lohéac contre la SLA
Publié par Gwennola Le Gall [?] · 22 h · ©

Le saviez-vous ?



Le saviez-vous ?

La maladie de Charcot touche un peu plus d'hommes que de femmes et se déclare généralement entre 50 et 70 ans.

576 personnes atteintes

Booster la publication



13



...

[Voir les statistiques](#)[Promouvoir](#)

Aimé par juliettedonnars et gwen_legal

charcot.loheac Aujourd'hui nous tenons à remercier quelques uns de nos partenaires sans qui l'évènement ne serait pas possible.
Merci à FXMODEL, Alpha Pub, Marché aux affaires et à Scierie Loizance.

Pour voir tous les partenaires de l'association rendez-vous sur le site Internet www.sla-charcot.fr

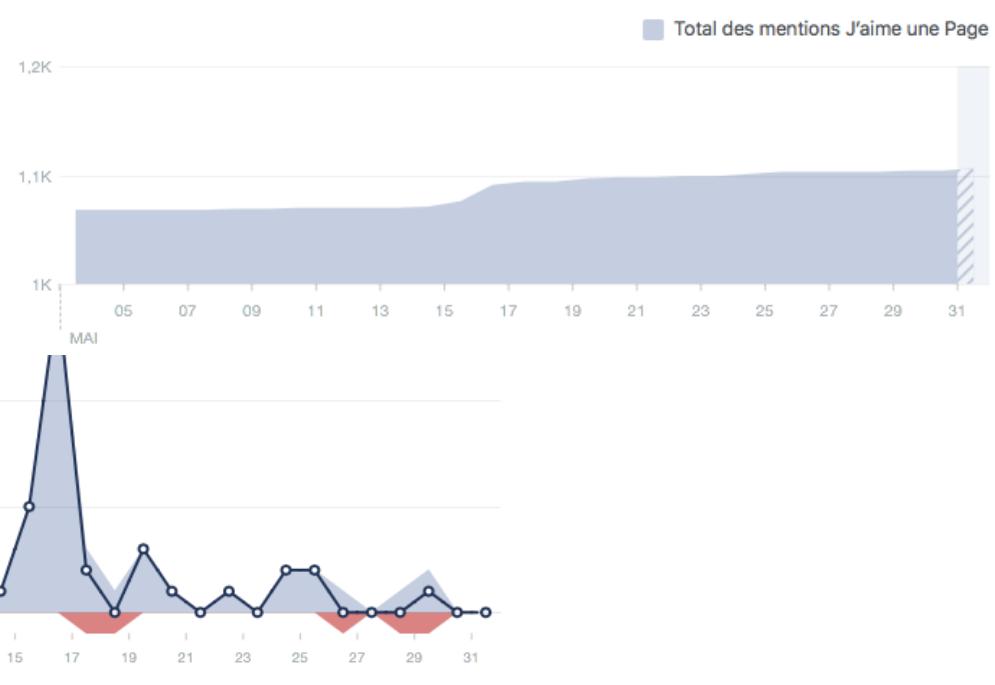
SLACharcot @sla_charcot · 19 mai
L'association Charcot vous souhaite un bon week-end à tous ! 😊



Annexe 12 : Évolution des abonnés sur les différents réseaux sociaux

Facebook :

Total des mentions J'aime une Page aujourd'hui : 1 106



Twitter :

TWEETS 28 ABDONNEMENTS 101 ABDONNÉS 40 J'AIME 4 MOMENTS 0 Éditer le profil

SLACharcot

Taux d'engagement 1.3%

May 27 1.6% taux d'engagement

Taux d'engagement

Le nombre d'engagements (clics, Retweets, réponses, abonnements et J'aime) divisé par le nombre total d'impressions.

Instagram : Pas d'évolution significative

13 publi. 37 abonnés 54 abos

Promouvoir Modifier le profil

Association Charcot
Organisation à but non lucratif
Notre association organise chaque année un évènement à Lohéac ayant pour but de récolter des fonds pour la recherche contre la maladie.
www.sla-charcot.fr/
11 Rue du Manoir, Lohéac
Suivi(e) par laurabrnng, taiigaw, juliettedonnars et 5 autres personnes

Retour aux missions

Annexe 13 : Message envoyé à Amixem sur Facebook



MESSAGE ENVOYÉ A AMIXEM (Youtuber) SUR FACEBOOK

Bonjour Maxime,

Nous sommes Gwennola Le Gall et Clément Chevalier, deux étudiants angevins de l'IUT Techniques de Commercialisation d'Angers et sommes actuellement en stage pour « L'Association pour la Recherche Contre la Maladie de Charcot ».

Depuis maintenant quelques temps nous suivons vos vidéos sur YouTube et avons beaucoup aimé le petit clin d'œil fait à notre IUT dans l'une de vos dernières vidéos. De plus, nous avons été interpellés par votre vidéo sur la voiture amphibie.

L'association pour laquelle nous réalisons notre stage met en place chaque année un événement qui a pour objectif de récolter des fonds et de lutter contre cette maladie incurable, qu'est la maladie de Charcot. Pour cela, de nombreuses activités sont disponibles pendant le week-end de l'événement qui aura lieu cette année les 1er et 2 juillet 2017 à Lohéac, 35 550, Ille-et-Vilaine en Bretagne.

En effet, les visiteurs peuvent venir se distraire grâce aux baptêmes en montgolfières, aux baptêmes en hélicoptères, aux baptêmes sur circuit ou encore aux baptêmes de voitures amphibiies.

Si nous vous contactons c'est que nous aimerais que vous soyez présent pendant l'événement afin de réaliser une courte vidéo de ce week-end afin de communiquer auprès du plus de monde possible puisque nous connaissons votre notoriété et votre importance sur les réseaux sociaux.

Nous savons que ce que nous vous demandons n'est pas forcément facile mais cela nous permettrait alors de se faire connaître rapidement et par beaucoup de monde ce qui aurait un impact impressionnant sur l'association, son image et sur l'événement pour les années à venir. Bien évidemment, en échange nous nous engagerons à vous faire découvrir une activité que vous n'avez peut-être encore jamais réalisée comme par exemple un vol en montgolfière ou encore un baptême de pilotage de Lotus, de Ferrari ou de Porsche sur circuit.

En espérant une réponse positive de votre part.

Cordialement,

Gwennola Le Gall, Clément Chevalier.

Annexe 14 : Affiche pour les écoles pour l'invitation des enfants le Samedi 1er Juillet



Annexe 15 : Google Adwords

Mots clés :

Mots clés	maladie de charcot	sla	maladie charcot	charcot	vol en montgolfière	montgolfière	
	voitures anciennes	karting	baptêmes hélicoptère	hélicoptère	moto		
	randonnée pédestre	lohéac	voiture amphibie	piloter	porsche	mustang	ferrari
	lamborghini	musée de l'automobile	piloter sur circuit	balade vélo	balade moto		
	conférence hypnose			hypnose			

Annonce :

		Announce	État	Libellés	Taux de diffusion	Type de campagne	Sous-type de la campagne	Clics	Impr.
<input type="checkbox"/>		Association SLA Charcot Tous ensemble à Lohéac www.sla-charcot.fr Retrouvez-nous les 1er et 2 juillet 2017 à Lohéac pour d...	Approuvée	—	100,00 %	Réseau de Recherche avec Display sélectif	Toutes les fonctionnalités	56	81 298
		Total : toutes les annonces, sauf celles supprimées						56	81 298
		Total : Tous les groupes d'annonces						56	81 298

Votre annonce

Association SLA Charcot – Tous ensemble à Lohéac
[Annonce](http://www.sla-charcot.fr) www.sla-charcot.fr

Retrouvez-nous les 1er et 2 juillet 2017 à Lohéac pour de nombreuses activités.

Le format de l'annonce pourra différer en fonction de l'appareil de l'utilisateur, mais le texte restera le même.

Audience quotidienne potentielle

17+ clics

Budget et enchères

Budget quotidien de 10,00€

Le système AdWords définit automatiquement vos enchères de sorte que vous enregistrez autant de clics que possible dans les limites de votre budget.

Retour à
l'utilisation de Google
Adwords

Annexe 16 : Analyse PESTEL

	OPPORTUNITÉS	MENACES
Politique		<ul style="list-style-type: none"> - Beaucoup de concurrence - De plus en plus d'associations sont créées
Économique	<ul style="list-style-type: none"> - Les associations se regroupent et sont soudées : La SLA Charcot remet ses recettes à l'ARSLA. - Les associations perçoivent des subventions de l'État. - Pas d'obligation de bénéfices. 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de moyens donc les budgets pour la communication sont limités ainsi que pour d'autres actions - La crise économique limite les associations
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Association Charcot créée pour une cause sensible : la maladie de Charcot - Les personnes travaillent bénévolement - Les bénévoles peuvent avoir un réseau pour aider à développer l'association - Les entreprises participent à l'évènement et aident l'association avec en retour une communication le jour J 	<ul style="list-style-type: none"> - Formation des bénévoles - Le recrutement de bénévole n'est pas toujours facile
Technologique	<ul style="list-style-type: none"> - Les réseaux sociaux sont de plus en plus présents et permettent une communication à de nombreuses personnes à coûts très réduits - Évolution d'Internet et donc du site internet - Trouver un traitements contre la maladie 	
Écologique		
Légal	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de capital nécessaire - Une association n'est pas imposable à l'impôt sur le revenu - Facilité de mise en place 	

Retour à Macro-environnement

Annexe 17 : Analyse des 5 forces de Porter

1. QUEL EST LE POUVOIR DE NÉGOCIATION DES CLIENTS SUR LE SECTEUR ?		
Critères	Justifications	Menaces
Nombre et concentration des clients	<p>Il y a deux types de clients, il y a d'un côté les visiteurs le jour de l'évènement qui sont très nombreux et de plus en plus.</p> <p>D'un autre coté il y a les entreprises partenaires qui sont elles aussi de plus en plus nombreuses au fil des années, et concentrées dans le département d'Ille et Vilaine.</p>	Ce n'est pas une menace pour l'association parce que plus il y a de clients visiteurs plus l'association pourra se faire connaître. De plus, pour les entreprises c'est la même chose, plus il y aura d'entreprises, plus l'événement pourra évoluer pour se faire connaître davantage.
Caractéristiques de l'offre différenciée	<p>L'offre proposée par l'association est très originale et différenciée. En effet, il n'y a pas beaucoup d'associations qui lors d'un weekend donnent la possibilité de faire de la montgolfière, de l'hélicoptère ou encore de piloter une voiture exceptionnelle.</p>	<p>Ce n'est pas une menace pour l'association parce que l'évènement est assez unique et propose des activités hors du commun.</p> <p>L'association est donc en position de force.</p>
Existence d'autres fournisseurs pour les clients	<p>Oui, il existe d'autres fournisseurs pour les clients. D'autres évènements comme celui organisé par l'association Charcot existent, puis il est possible de faire les mêmes activités dans d'autres clubs.</p>	C'est une menace pour l'association.
Intégration des clients au secteur associatif	<p>Les clients peuvent être bénévoles pour l'événement et participent donc à l'association en aidant.</p> <p>Grace aux activités que font les clients, des fonds sont reversés à l'ARSLA.</p>	<p>C'est une menace pour l'association parce que tous les clients visiteurs participent à l'association et sans eux rien n'aboutirait.</p> <p>Les clients peuvent également créer leur propre association.</p>
Sensibilité des clients au prix	<p>Les clients sont sensibles aux prix.</p> <p>Mais l'association propose des activités à des prix bien plus intéressants qu'à l'extérieur.</p>	C'est plus ou moins une menace pour l'association parce que si les prix paraissent trop élevés pour les clients ils ne feront pas d'activités.

2. QUEL EST LE POUVOIR DE NÉGOCIATION DES FOURNISSEURS SUR LE SECTEUR ?		
Critères	Justifications	Menaces
Nombre et concentration des fournisseurs	Les fournisseurs sont très nombreux le jour de l'évènement suite à toutes les activités proposées. Il y a donc des clubs divers, des restaurants, mais aussi des entreprises...	Ce n'est pas une menace pour l'association. Les fournisseurs étant nombreux, leurs pouvoirs de négociation est faible.
Caractéristiques de l'offre différenciée	L'offre de chaque fournisseur est totalement différente.	C'est une menace pour l'association parce que l'offre est très différenciée donc le pouvoir de négociation des fournisseurs et élevé.
Intégration des fournisseurs au secteur associatif	Les fournisseurs donnent beaucoup à l'association et font que l'événement existe en offrant diverses choses.	C'est une menace parce qu'ils participent à l'association et sont donc indispensables.
Existence de sources d'approvisionnement de substitution	Il existe d'autres sources d'approvisionnement mais il y en a peu par exemple au niveau de la montgolfière.	C'est une menace pour l'association.

3. QUELLE EST LA MENACE DES PRODUITS DE SUBSTITUTION SUR LE SECTEUR ?		
Critères	Justifications	Menaces
Le produit a une fonction et un usage similaire (réponse à un même besoin)	Il n'y a pas beaucoup d'associations qui proposent et mettent en place des activités telle que la montgolfière ou l'hélicoptère. Or, d'autres clubs ou entreprises proposent ses activités.	Ce n'est donc pas une menace pour l'association.
Rapport qualité / prix comparable	L'association propose des prix plus intéressants et plus attractifs que ceux du marché.	Ce n'est pas une menace pour l'association.

Produit indispensable pour le client	<p>Les activités proposées par l'association ne sont pas essentielles à la survie de l'homme.</p> <p>L'association et son événement sont présents pour divertir tout en soutenant une cause importante.</p>	Ce n'est pas une menace pour l'association parce que toute personne à besoin de se divertir d'une manière ou d'un autre. L'homme ne se lassera jamais du divertissement.
---	---	--

4. QUELLE EST LA MENACE DES NOUVEAUX ENTRANTS SUR LE SECTEUR ?

Critères	Justifications	Menaces
Taux de croissance du secteur	Le taux de croissance du secteur associatif est très important et ne cesse d'augmenter.	C'est une menace pour l'association.
Barrières à l'entrée du secteur	Il n'y a pas de barrière à l'entrée du secteur associatif du fait qu'il est très facile de monter sa propre association.	C'est une menace pour l'association parce qu'il y a de nombreuses associations sur le secteur et donc beaucoup de concurrence.
Rentabilité du secteur	Le secteur associatif n'est pas très rentable mais ce n'est pas non plus son but. Les bénéfices de l'association étant reversés à l'ARSLA.	Ce n'est pas une menace parce que l'association n'a pas de but lucratif. De plus, le président de l'association ne gagne pas d'argent.

5. QUELLE EST LA MENACE DE L'INTENSITÉ CONCURRENTIELLE ?

Critères	Justifications	Menaces
Taux de croissance du secteur	Le taux de croissance du secteur associatif est très important et ne cesse d'augmenter.	C'est une menace pour l'association.
Degré de concentration	Les associations sont très concentrées. Il y a au moins une association dans chaque ville voir plus.	C'est une menace pour l'association parce que la concurrence est forte.

Degré de différenciation des offres concurrentes	Toutes les associations sont différentes et proposent des offres différentes pour des causes différentes.	Ce n'est pas une menace pour l'association parce que l'association Charcot propose une offre différenciée donc se distingue des autres associations.
Nombre de concurrents	Il y a beaucoup d'associations donc de nombreux concurrents. Toutes les associations ont besoins de partenaires et de financement.	C'est une menace pour l'association.
Coûts fixes	Il n'y pas de coûts fixes, pas de charges sociales ni impôts dans une association.	Ce n'est pas une menace pour l'association.
Barrières à la sortie	Il n'y a pas de barrière à la sortie dans le secteur associatif.	Ce n'est pas une menace pour l'association.

Retour à Micro-environnement