

Juliette Poupon – TC22

Juin 2018

RAPPORT DE STAGE

en communication

Professeur tuteur : M. Benjamin MANAUTÉ

Structure accueillante : Mairie de Quiberon

Maître de stage : Mme. Florence WALTER



Mairie de Quiberon



Rapport de stage en communication

DUT 2^e ANNÉE
TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION
JULIETTE POUAPON

Remerciements

Je voudrais remercier toutes les personnes qui, par leurs conseils et leur accompagnement, m'ont permis de réaliser mon stage et de rédiger ce rapport dans les meilleures conditions.

Tout d'abord je tiens à remercier mon professeur tuteur, M. Benjamin Manauté de l'IUT d'Angers, qui m'a aidé à réfléchir à une problématique judicieuse, afin de rédiger un rapport de stage argumenté et cohérent.

Je souhaiterais aussi remercier l'IUT d'Angers et son corps enseignant, qui m'ont proposé une formation de qualité, et qui m'ont donné les clés pour appliquer mes connaissances en milieu professionnel.

Je tiens à remercier ma maître de stage, Mme. Florence Walter, responsable du Pôle Communication/Culture/Animation de la mairie de Quiberon, pour la confiance accordée et pour sa pédagogie, qui m'ont permis de réaliser un stage non seulement intéressant, mais aussi réellement instructif.

Enfin, je remercie la mairie de Quiberon et tout particulièrement l'équipe du Pôle Communication/Culture/Animation pour leur accueil, leur disponibilité et leur bonne humeur communicative.

Table des matières

Table des matières	1
Introduction	1
I - Présentation.....	2
1) Présentation de la mairie de Quiberon.....	2
2) Diagnostic de la ville de Quiberon et diagnostic du PCCA	3
2) Descriptif des missions	4
II - Analyse.....	9
1) Problématique	9
2) Hypothèses.....	9
3) Résultats et préconisations	13
Conclusion.....	13
Sitographie / Sources.....	14
Annexes.....	14

Introduction

Dans le cadre de ma formation en Techniques de commercialisation à l'IUT d'Angers, j'ai été amenée à effectuer un stage de 8 semaines (du 16 avril au 8 juin) au Pôle Communication/Culture/Animation¹ de la mairie de Quiberon.

Au cours de ce stage, j'ai eu l'occasion de réaliser des missions de communication institutionnelle, de communication interne, de communication évènementielle et d'organisation d'évènement.

J'ai travaillé aux côtés de l'équipe du PCCA, composé de Florence Walter (responsable du pôle), Solène Le Biavant (responsable animations et responsable des associations), Marie-Anne Bonnemains (responsable de la communication institutionnelle), Manon Révolte (responsable communication évènementielle et responsable animations) et de Jean-Luc Gagnerot (Adjoint au Tourisme).

A cours de ce stage, j'ai eu l'occasion de me familiariser avec le plan de communication mis en place et les différents moyens de communication utilisés par l'équipe.

J'ai aussi pu voir le fonctionnement d'un établissement de la fonction publique. Contrairement à mon stage de première année, que j'avais effectué dans une entreprise de seulement 2 salariés, mon stage à la mairie m'a permis de mieux me rendre compte des avantages et des contraintes de travailler dans une plus grande organisation. J'espère pouvoir rendre compte de mon expérience à travers ce rapport de stage.

¹ Le Pôle Communication/Culture/Animation est aussi appelé PCCA

I - Présentation

1) Présentation de la mairie de Quiberon

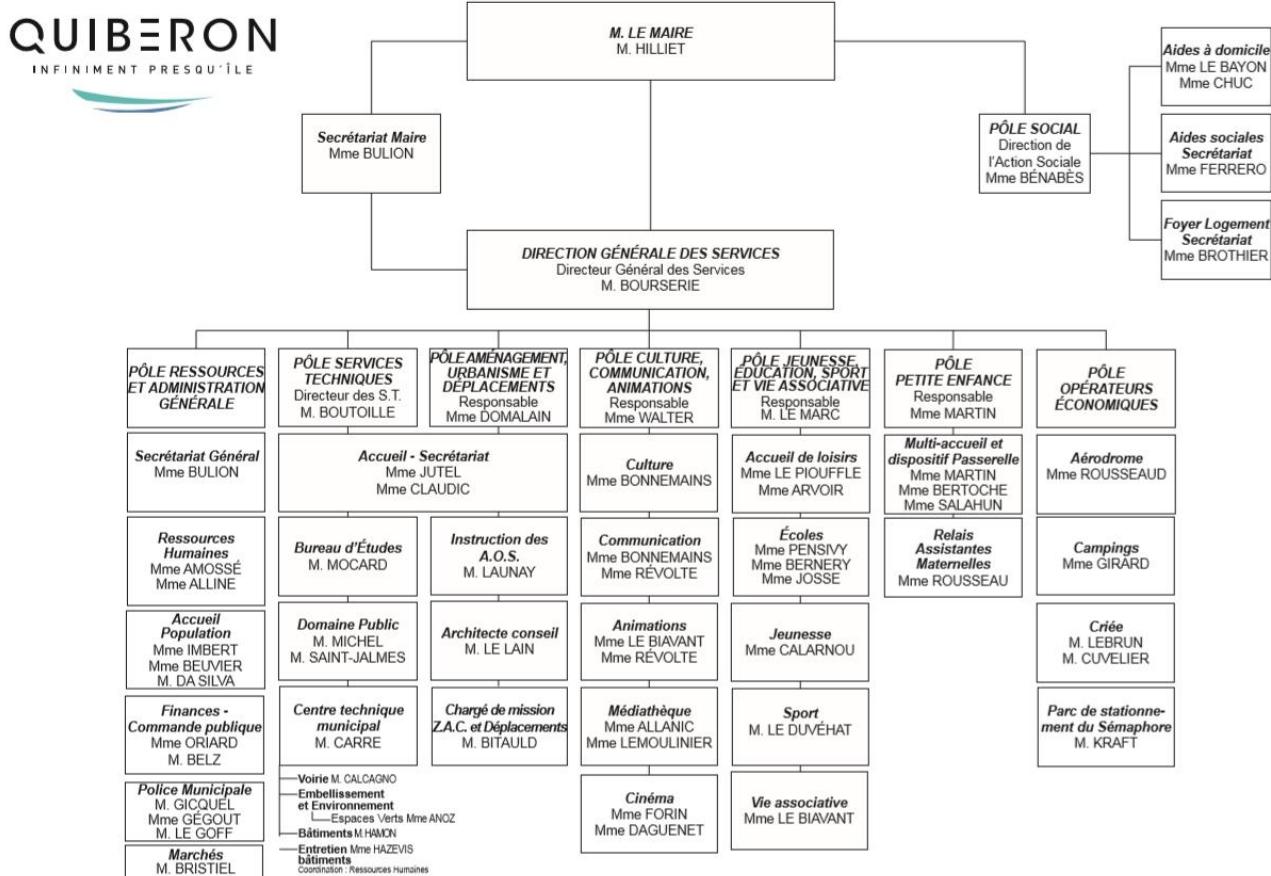
La Mairie de Quiberon représente la ville de Quiberon et se situe sur la presqu'île de Quiberon dans le sud Morbihan.

Quiberon est une ville d'environ 5000 habitants et de 8,83 km². Cette station balnéaire est surtout connue pour sa Côte Sauvage qui attire les surfeurs et photographes depuis des années. La ville est aussi connue dans le département pour ses animations qui durent toute l'année et ne s'arrêtent pas à la fin de l'été.

La Mairie peut être divisée en deux parties : une partie politique avec les 11 élus, dont Monsieur Le Maire, M. Bernard Hilliet qui est à la tête de la mairie. On peut aussi voir un deuxième partie administrative avec les salariés de la mairie, représentés par le Directeur Général de Service, M. Bourserie.

J'ai travaillé avec le pôle communication/culture-animation durant mon stage, mais la plupart des services sont tous liés entre eux et j'ai donc eu l'occasion de travailler avec d'autres collaborateurs que ceux du PCCA.

(Organigramme disponible en annexe n° 1)



*organigramme succinct

2) Diagnostic de la ville de Quiberon et diagnostic du PCCA

Réalisé avec l'aide de ma maître de stage, Florence Walter.

	Ville de Quiberon	PCCA
Forces	<ul style="list-style-type: none"> - Station classée de tourisme en 2014 - Paysage naturel unique qui attire - Proximité avec les îles du Golfe (Belle-Île-en-mer, Houat, Hoëdic) avec passage par Quiberon - Centre de Thalasso Thérapie (invités «VIP», sportifs de haut niveau) - Beaucoup d'associations sportives et sports nautiques très développés - Ambiance familiale - Microclimat sur cette partie de la région, plus d'ensoleillement 	<ul style="list-style-type: none"> - Equipe très motivée et efficace - Bonne organisation - Nombreux moyens et supports de communication utilisés. - Des élus à la mairie investis et disponibles, qui peuvent être moteurs dans les projets
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> - Image de «ville de vieux» - Manque de structure de transport pour assurer une mobilité fluide jusqu'en bout de presqu'île - Dépend à 80% du tourisme, seulement 1/3 des propriétés sont des résidences principales 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque d'effectifs et de budget - Administration / délais de validation parfois longs - Communication unilatéral avec l'Office de Tourisme peut causer une perte de temps
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> - Profiter de la liaison Quiberon vers les îles pour que les personnes de passage consomment à Quiberon - Le littoral de la presqu'île devrait bientôt être classé Grand Site de France et donc attirer d'autant plus de monde. - Complémentarité des communes alentours (Carnac, Auray, Erdeven, Etel, St Pierre, etc) qui forment un réseau. Les gens sont prêts à se déplacer et les communes ne se «concurrencent» pas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité de collaborer avec la commune de Saint Pierre Quiberon pour une meilleure utilisation des ressources - Un réseau de confiance entre la mairie et ses partenaires (notamment les associations) qui permet la création de nouveaux projets et le partage des ressources - Baie de Quiberon La Sublime, le regroupement des Offices de Tourisme depuis la loi NOTRe

		permet une bonne visibilité de la ville, à une plus grande échelle
Menaces	<ul style="list-style-type: none"> - Développement d'autres régions/départements attractifs tels que la Vendée, l'Aquitaine, etc. via leur marque de territoire - Facilité de mobilité et multiplication des moyens de transport, les zones touristiques à l'étranger sont plus accessibles et font concurrence - La menace terroriste complique l'organisation d'animations et d'événements car les consignes de sécurité sont de plus en plus strictes 	<ul style="list-style-type: none"> - Dépend des politiques mis en place - Lois anti-terrorisme apportent de plus en plus de contraintes

2) Descriptif des missions

Mission n°1

Création d'une vidéo annonçant les animations estivales de 2018.

Objectifs

Le but de cette vidéo est de communiquer sur les animations de la saison sous un autre format que celui du Guide des Animations (livret disponible en support physique à l'Office de Tourisme ou en .pdf sur le site de la ville). En effet le format vidéo permet une autre approche : il y a certes moins d'informations que dans le Guide, mais le support est bien plus visuel et donc plus facile à retenir. La vidéo sera postée sur la page Facebook de la Ville de Quiberon, ce qui permet donc de varier et multiplier les modes de communication mais aussi de varier le public touché. En identifiant tous les acteurs de ces animations (les groupes, les artistes, les associations, les commerçants, etc.) on peut augmenter la visibilité de la vidéo et donc de l'information.

Un autre des objectifs étaient de faire une vidéo claire, avec les évènements majeurs, en moins de 5 minutes. Si la vidéo est trop longue nous avons peur qu'elle ne soit pas autant vue.

Moyens mis en œuvre

Il a fallu faire un premier tri dans la programmation complète de la saison pour choisir les animations les plus importantes et les plus attrayantes. Ensuite, j'ai contacté les personnes et organisations concernées pour leur demander si elles avaient des vidéos et musiques que nous pouvions utiliser dans la vidéo de promotion, avec leur autorisation. Une fois que ces partenaires



m'avaient répondu, j'ai collecté les vidéos, photos et musiques. Pour pouvoir monter toutes ces vidéos ensemble, il a fallu rédiger une trame, puis éditer chaque vidéo pour en retirer un extrait. Enfin, mettre les morceaux bout à bout avec les informations correspondantes, les musiques adaptées et des transitions pour créer la vidéo finale. Tout ce processus a nécessité l'aide de mes collègues afin de savoir quels événements mettre en avant. Une fois fini, j'ai soumis le résultat à ma maître de stage, Florence, pour qu'elle me dise quelles modifications apporter.

Résultats

J'avais sous-estimé le temps nécessaire à la réalisation de cette vidéo, car la création d'un plan et le montage ne peuvent commencer qu'une fois que la majorité des partenaires ont répondu et renvoyé des éléments de communication pour la vidéo. Or, certains ont mis plusieurs jours, d'autres plusieurs semaines avant de répondre à mes mails ; ce qui est tout à fait compréhensible mais que j'avais malheureusement mal anticipé. J'ai aussi sous-estimé le temps que me prendrai l'édition de chacune des vidéos. Ainsi, je pensais finir la vidéo au bout d'environ 5 semaines, mais il m'aura bien fallu les 8 semaines de stage pour avoir un rendu satisfaisant et validé. Je ne pourrais pas apprécier les résultats avant la diffusion de la vidéo sur la page de la Ville de Quiberon. Toutefois, la vidéo fait environ 5 minutes et correspond aux objectifs de réalisation que nous nous étions fixés, je suis donc optimiste sur la réception de cette vidéo des animations.

Mission n°2

Réaliser un questionnaire pour recueillir les attentes des touristes et des habitants sur les animations de la ville.

(Questionnaire en annexe n°2)

Objectifs

Constater la satisfaction ou l'insatisfaction des touristes et des quiberonnais sur les animations organisées en 2018, afin d'adapter la programmation d'événements et d'améliorer la communication en 2019. Ce questionnaire sera disposé à l'Office de Tourisme et dans les lieux touristiques tels que les campings et les hôtels.

L'objectif de ma mission était de faire un questionnaire court, clair et efficace, qui respecte la nouvelle charte graphique de la ville.

Moyens mis en œuvre

J'ai consulté mes cours d'Études et Recherches Commerciales sur la rédaction d'un questionnaire, j'ai fait des recherches sur les questionnaires de satisfaction d'autres villes touristiques, et j'ai consulté le code de marque de la ville de Quiberon afin de respecter la charte graphique. Une fois le questionnaire rédigé, j'ai consulté mes collègues, puis l'Office de Tourisme, et enfin ma responsable Florence Walter et l'Adjoint à la Communication, M. Gilles Vasseur, ont apporté quelques modifications.

Résultats

Encore une fois je ne peux rendre compte des résultats car ce questionnaire ne sera distribué à l'Office de Tourisme et aux points stratégiques qu'à la fin du mois. En fonction du temps qu'il me reste pendant ce stage, j'aimerai pouvoir proposer ce questionnaire en ligne, afin qu'il soit accessible depuis le site internet de la ville.

Mission n°3

Créer un modèle de Power Point respectant la charte graphique, qui soit utilisable par les agents de la mairie, et qui soit mis à disposition des particuliers sur le site internet de la ville. Au moment de la rédaction du code de marque, l'agence de communication en charge du contrat avec Quiberon a proposé un modèle de Power Point. Ce modèle n'était pas assez satisfaisant, on m'a donc demandé de créer une alternative.

(Les différents modèles de diaporamas sont présents en annexe n°3)

Objectifs

Afin de valoriser la marque de territoire, il faut s'assurer que la charte est bien appliquée sur tous les supports de communication, y compris les supports de communication interne tel que le diaporama. De plus, il faut pouvoir proposer un support de communication sobre, facile d'utilisation et de personnalisation, qui puisse aussi refléter une image plus moderne de la mairie par rapport à l'ancienne charte et l'ancien logo.

Moyens mis en œuvre

J'ai consulté les supports déjà existant respectant la charte, et j'ai réalisé 4 modèles (dont certains avaient différentes versions, par exemple des changements de couleurs pour un même modèle). Le quatrième et cinquième modèles sont ceux qui furent choisis par mes responsables, je leur ai donc proposé plusieurs versions de ce modèle.

Résultats

Le rendu final est en cours de validation avec l'Adjoint à la Communication, M. Vasseur. Il est néanmoins prêt à l'utilisation, avec un masque des diapositives complet et utilisable sur tout ordinateur. Il est au final relativement simple, mais il correspond aux attentes puisque ce modèle n'empêche pas la lisibilité des informations une fois rempli, possède le logo de Quiberon et la bande sur le côté permet de faire un rappel à la charte.

Mission n°4

Rédaction de post Facebook sur la page de la Ville de Quiberon.

Objectifs

La page de la Ville de Quiberon possède environ 900 abonnés après 1 an d'existence. Poster des publications permet d'entretenir la page Facebook. En effet, mettre régulièrement la page à jour en ajoutant du contenu permet de générer du trafic. L'équipe d'animation fait en sorte qu'il y ait au moins une fois par jour une publication ou un partage. Les informations peuvent être l'annonce d'animations, la promotion d'un événement, une information pratique, un avertissement météo, une enquête pour le service de l'urbanisme, etc. Tenir cette régularité permet de gagner en visibilité sur la page (notamment grâce au nombre d'abonnés) et donc de faire savoir ce qu'il se passe à Quiberon au plus grand public possible.

Moyens mis en œuvre

Afin de savoir quoi poster, le programme des publications est établi en réunion avec l'équipe de communication tous les vendredis matin pour la semaine qui suit. Chaque jour de la semaine est associé à un sujet et à une personne. Lorsque c'était à moi de poster quelque chose, une de mes collègues m'envoyait les informations qui devaient figurer dans le post, je rédigeais un message synthétique, avec des emojis en rapport avec le sujet et une image pour accompagner le message. Parfois, des « tag » peuvent être ajoutés, c'est-à-dire des identifications en rapport avec l'événement (par exemple identifier Le Cinéma Le Paradis de Quiberon lorsqu'on annonce sa programmation).

Résultats

Sur Facebook il est assez facile de se rendre compte du « succès » d'une publication. Le nombre de « J'aime », le nombre de partages, le nombre de commentaires, etc. Je ne sais pas combien d'abonnés la page a gagné entre le début et la fin de mon stage, mais la page est relativement récente et elle devrait être de plus en plus suivie à l'approche des vacances !

Mission n°5

Rédaction d'une partie du journal interne de la mairie de Quiberon.

(Les pages en question sont en annexe n°4)

Objectifs

Le journal interne de la mairie, appelé l'Équib', est un journal mensuel distribué à tous les agents de la ville. L'objectif est faire circuler toutes les informations au sein de la mairie vers les employés. Cela permet d'informer, notamment des informations des ressources humaines, mais aussi de créer du lien puisque dans chaque numéro figure l'interview d'un acteur au service de la municipalité, qui pourra être lu par tous les employés.

Moyens mis en œuvre

Pour réaliser cette mission, ma collègue Marie-Anne m'a accompagné en m'apprenant les bases du logiciel InDesign, et elle m'envoyait les informations à faire figurer. Cette partie relève surtout de la mise en page. Dans une seconde partie, j'ai interviewer deux personnes au cours de mon stage. Il y a 3 questions qui reviennent, mais il faut savoir creuser pour être sûre d'avoir les informations et pouvoir les synthétiser sans les modifier.

Résultats

Suite au retour de Florence et Marie-Anne (en charge de l'Équib') et des personnes interviewées, je pense pouvoir dire que j'ai respecté l'organisation de la page est que le résultat est semblable au numéro effectué par d'autres avant moi. Cette continuité permet une bonne communication interne, qui est essentielle au bon déroulement des missions de chacun.

Mission n°6

Mettre à jour le contenu du site internet de Quiberon (visité 151 544 fois en 2017).

Objectifs

Dans une optique de modernisation de l'image de Quiberon, la mairie souhaite refaire son site à neuf. Cette remise à neuf ne sera pas possible avant 2019, par conséquent, il faut vérifier qu'en attendant cette date le site soit le plus pratique possible. J'ai été chargée de modifier le contenu des onglets qu'il fallait mettre à jour ; cela a pour objectif de fournir au mieux les informations de la ville pour attirer les touristes et d'éventuels nouveaux habitants. De plus, si le site n'est pas à jour, cela favorise une image peu professionnelle et de mauvaise qualité.

Moyens mis en œuvre

Pour mettre le contenu du site à jour, j'avais avec moi la liste des choses à changer et à vérifier. Afin de pouvoir modifier les contenus

Résultats

Cette mise à jour est probablement difficile à voir de l'extérieur mais elle permet d'éviter une situation dans laquelle une information obsolète ou une erreur peut engendrer une mauvaise perception de la mairie. Les contenus du site doivent être mis à jour régulièrement afin que la modification de la structure du site soit la seule préoccupation l'année prochaine.

Au-delà des missions...

Au cours de mon stage, j'ai pu aussi :

- Aider à l'organisation d'évènement (festival de la flibuste, fête du livre, etc.).
- Assister à une revue de presse sur le sportif Hugo Metton.
- Participer à des réunions de l'équipe d'animation, des réunions avec des partenaires et avec des organisateurs d'évènement.
- Assister à une réunion avec deux chargées de communication de la marque territoriale Bretagne, dans leurs bureaux à Rennes.
- Commencer à comprendre les enjeux, les rôles, les moyens, les forces et faiblesses de la mairie.

II - Analyse

1) Problématique

Suite à l'analyse des forces et faiblesses et grâce au descriptif de mes missions, j'ai pu établir quels étaient les enjeux et le fil conducteur des actions menées par l'équipe de communication. J'avais formulé assez tôt une problématique qui évoquait les enjeux territoriaux de la ville, mais je ne savais pas comment organiser un raisonnement à partir de cela. Avec les conseils de mon professeur tuteur, et l'avis de ma maître de stage, j'ai pu formuler la problématique suivante :

Quelle communication mettre en place pour rendre la ville de Quiberon plus dynamique et valoriser son image ?

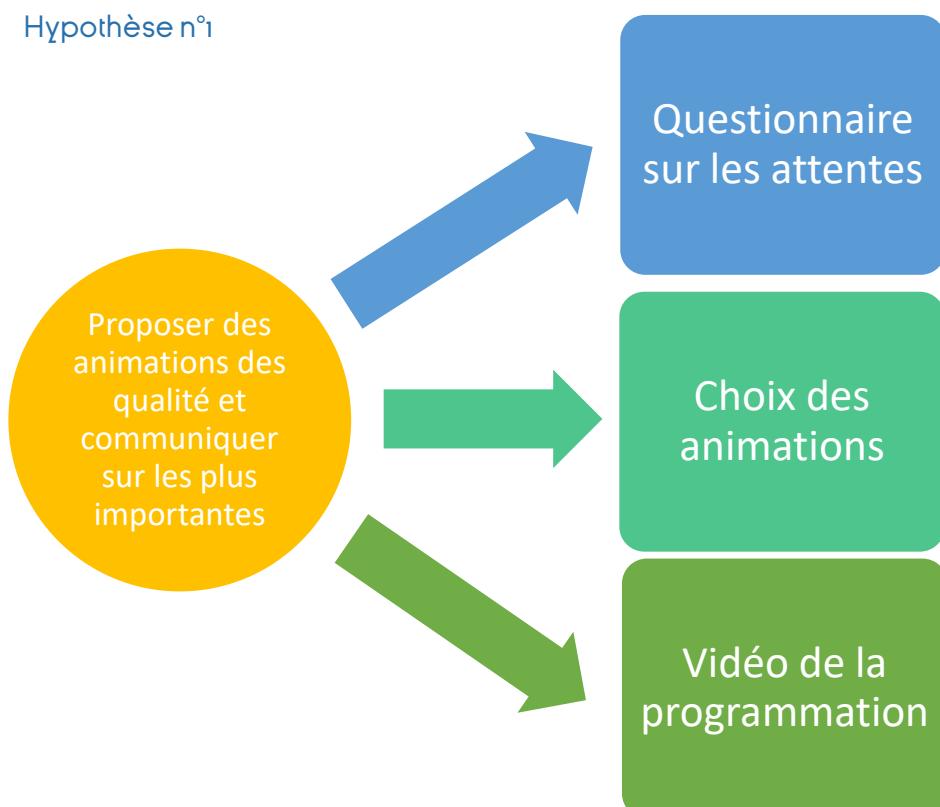
En effet, Quiberon est attractive en termes de tourisme, mais la contrepartie est qu'elle est très dépendante de cette activité. D'autres régions développent leur attractivité, et partir en voyage à l'étranger ou s'y installer est de plus en plus facile. Comme les 2/3 des logements sur Quiberon sont des résidences secondaires, et que le 1/3 restant est celui d'une population vieillissante, l'objectif pour Quiberon est de démontrer que la ville est une ville dynamique où il faut bon vivre.

2) Hypothèses

Certaines des faiblesses ou menaces auxquelles la ville risque de faire face ne peuvent pas être résolu par le service communication (par exemple les structures de mobilité tels que les transports en commun, la route d'accès à la presqu'île, etc.)

En revanche, on peut formuler trois hypothèses sur comment faire en sorte de dynamiser le territoire sur et quelle communication adopter, afin d'attirer la population à venir à Quiberon.

Hypothèse n°1





Afin de montrer que la ville de Quiberon est une ville dynamique, où il fait bon vivre, où il y de quoi s'occuper et où il y a des raisons de s'installer, il faut montrer que c'est une ville qui bouge. Pour cela, une bonne communication sur un évènement ne suffit pas toujours. Il faut que l'évènement en soi soit de qualité dans sa prestation et réponde à une demande. C'est pourquoi le choix des animations est capital. Il faut savoir varier les types d'animations, varier les cibles, varier les domaines.

Actions menées

Pour pouvoir proposer quelque chose qui plait aux habitants et aux touristes, je pense que trois étapes sont essentielles.

→ La première est la rédaction d'un questionnaire permettant de savoir si la programmation d'une année est satisfaisante, afin de pouvoir se préparer à l'année qui suit (ou pourquoi pas faire des modifications dans la programmation actuelle si cela est possible).

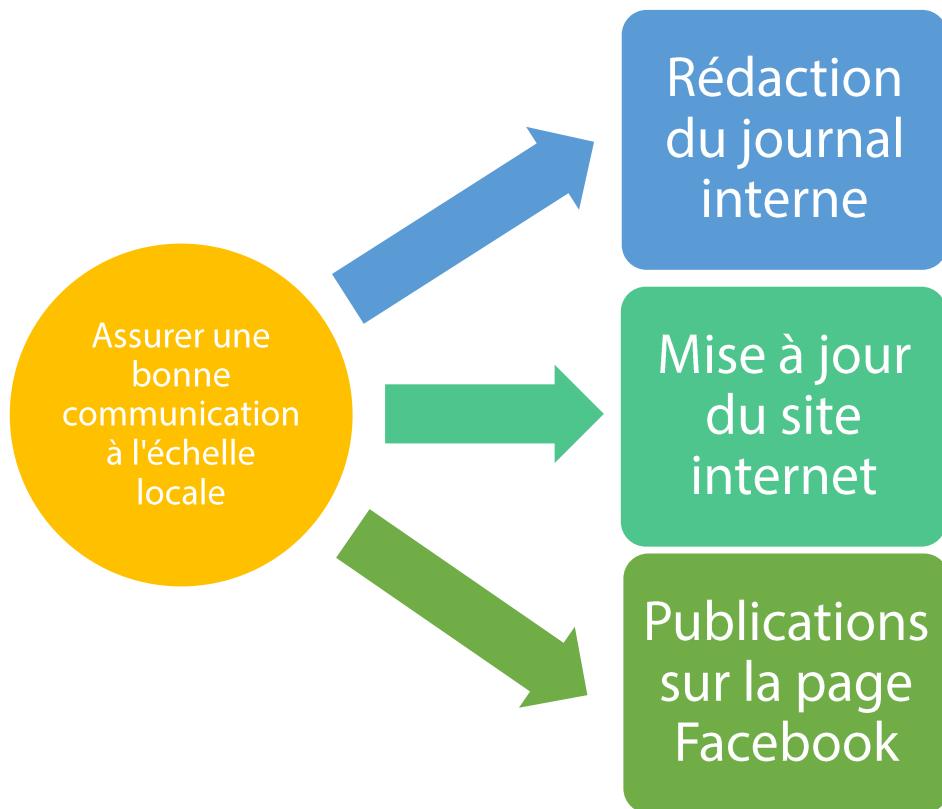
C'est ce que j'ai fait (annexe 2), afin d'avoir un avis sur ce qui est actuellement proposé. Souvent, seules les opinions négatives remontent, alors ce questionnaire permet d'avoir plus d'objectivité sur ce que pense la population. Les questions sont faites de manière que la personne interrogée puisse répondre rapidement, jusqu'à la question 4 qui permet d'évaluer les animations déjà existantes et surtout jusqu'à la question 5 sur ce que souhaiteraient voir les habitants à Quiberon. La dernière partie d'identification permet de pouvoir attribuer un «type» de personne à chaque réponse, ce qui servira dans l'interprétation des résultats pour savoir s'il y a une corrélation entre la personne interrogée et la réponse donnée.

→ Le choix des animations n'est pas une décision à laquelle j'ai pris parti puisque je n'étais pas encore là. Toutefois j'ai pu comprendre que certaines parties de la programmation provenaient de demandes de l'année passée, telle que la présence de nombreux Fest-Noz à la demande des habitants. Les Électros de Quiberon est un évènement inédit sur la commune et qui pourtant correspond à une réelle demande puisque beaucoup de personnes sont intéressées alors que la communication n'est pas encore lancée. Il y a aussi, dans le choix des animations, une volonté de faire mieux que les années précédentes. Cet été la ville de Quiberon organise le concert de Manau malgré le fait que le concert de Claudio Capéo de l'année dernière n'est pas très bien marché. Le choix de la programmation et des manifestations est donc capital.

→ Dans l'optique de viser un large public, il faut mettre le Guide des animations réalisé par ma collègue Manon Révolte, dans un format vidéo court afin de pouvoir le poster sur les réseaux sociaux. C'est donc ce que j'ai fait, en utilisant un logiciel d'édition de vidéo pour avoir un montage professionnel et qui puisse véhiculer efficacement l'information. Proposer la programmation sous un autre format, court, visuel, accessible et relayable sur les réseaux sociaux permet une meilleure visibilité qu'un livret papier seul.

Même si je n'ai pas participé à la deuxième étape, et que j'ai fait la première étape pour 2019 tandis que la troisième est pour la saison 2018, c'est trois actions sont liées et permettent de mettre en place une méthodologie pratique.

Hypothèse n°2



Pour pouvoir agrandir la zone de communication, et s'étendre au-delà de la région, il faut d'abord pouvoir assurer la communication à l'échelle locale. La première raison, à l'échelle de la mairie, est que dans n'importe quelle organisation que ce soit, les employés sont toujours le premier canal de communication, positif ou négatif. Si les employés n'aiment pas leur cadre de travail, ils vont en parler autour d'eux et donc véhiculer une image négative. Si l'on peut créer une identité commune au sein de la mairie, on favorise une bonne image aux yeux des employés qui deviendront à leur tour vecteur de cette image. La deuxième raison est que la ville de Quiberon possède déjà un public à proximité. En effet, les communes autour de Quiberon sont aussi des lieux touristiques pour des raisons différentes. Ainsi, l'ensemble de ces communes propose une variété de possibilités pour les personnes qui viennent y séjourner (à court ou à long termes). On peut prendre l'exemple d'une personne qui vient en vacances à Saint Pierre Quiberon pour pouvoir faire du surf sur la plage. Il ira peut-être voir la Côte Sauvage à Quiberon, ou prendre le ferry vers les îles de Belle-Île, Houat et Hoëdic, tout comme il pourra aller au marché d'Étel ou voir les alignements de Carnac. Améliorer la communication localement permet de facilement bénéficier de l'attractivité des autres communes et du département. L'objectif est de s'assurer d'avoir une bonne communication à petite échelle pour pouvoir agrandir cette zone sans perdre en efficacité et en qualité.

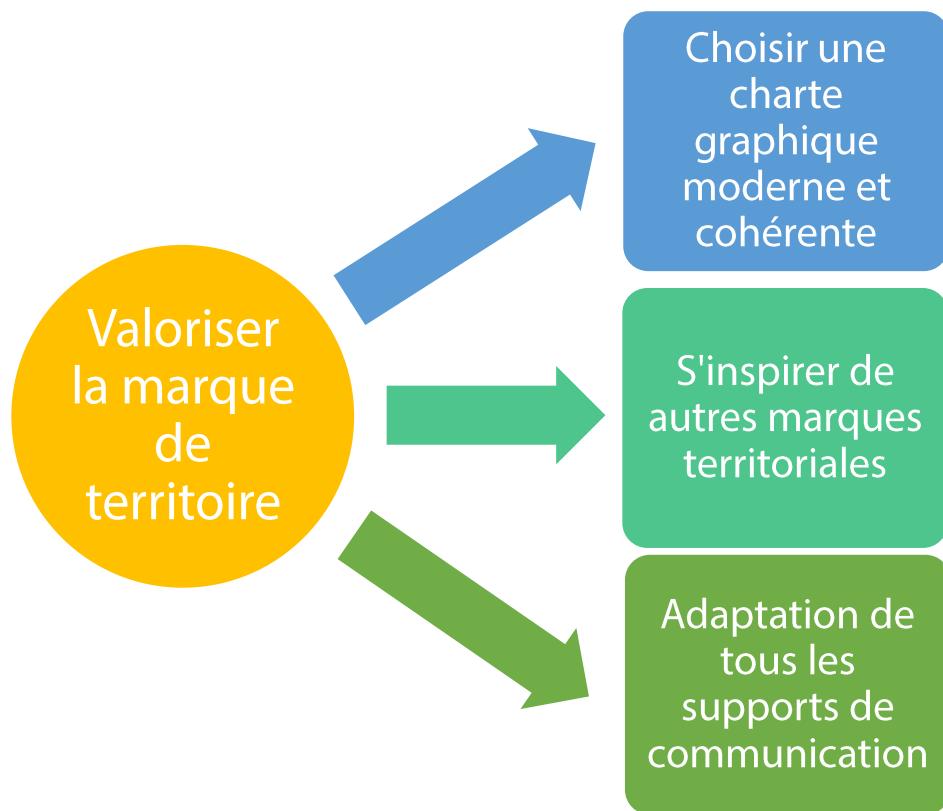
Actions menées

→ Comme précisé précédemment, la rédaction d'un contenu en interne permet d'inclure les employés en diffusant toutes les informations relatives à la mairie. De plus l'interview qui paraît dans le journal est lu par beaucoup et est un moyen de connaître les autres collaborateurs malgré le fait qu'ils soient dans un service différent du sien. Ces deux facteurs favorisent le sentiment d'appartenance à la mairie.

→ La mise à jour du site internet ne permet pas forcément de véhiculer une image particulièrement positive, mais elle a le mérite d'éviter l'image d'une mairie dépassée, pas moderne et pas à jour.

→ Le fait d'entretenir la page Facebook de la ville permet aussi de montrer de la modernité puisque désormais la majorité des communes et surtout les villes influentes sont présentes sur les réseaux sociaux. Poster régulièrement sur la page permet aussi de créer de l'échange, de créer un flux de conversation autour de la ville. Les actions et animations de la ville sont aussi visibles pour tout le monde à partir du moment où elles sont mentionnées sur internet.

Hypothèse n°3



Avoir une marque de territoire, et donc pouvoir attribuer à la ville des techniques de marketing de vente peut être un réel atout dans la promotion de la ville. Depuis environ 1 an, l'équipe de



communication de la Mairie travaille pour lancer cette marque territoriale. Au moment de mon arrivée, la nouvelle charte venait d'être adoptée. J'ai pu donc voir avec Florence l'importance de la création de la marque et de la valeur ajoutée que cela peut apporter à la ville.

La justification des actions menées selon cette hypothèse pourra être présentée et approfondie au moment de la soutenance.

3) Résultats et préconisations

Mon stage ne va pas jusqu'à cet été, il est donc pour l'instant difficile de quantifier et qualifier les résultats. J'espère cependant que les actions menées selon ces hypothèses pourront permettre à la ville de se développer et de faire face aux différentes problématiques soumises.

En termes de préconisation, je pense qu'il faudrait mettre en avant l'utilisation des réseaux sociaux, pour l'instant très peu utilisés. Aujourd'hui, beaucoup de communication passe par Youtube et Instagram, et des comptes alimentés par la ville de Quiberon pourraient faire la différence. Malheureusement, l'équipe du PCCA a des contraintes, et l'effectif n'est pas suffisant pour pouvoir entretenir le site internet, les comptes des réseaux sociaux, et tous les autres moyens de communication déjà en place.

Conclusion

La ville de Quiberon peut utiliser la communication comme un levier afin de se rendre attractive aux yeux de la population, que ce soit d'un point de vue touristique ou dans l'optique d'une résidence principale. Il va falloir du temps pour instaurer une marque de territoire pour que Quiberon s'impose comme une ville dynamique, mais la multiplication des réseaux de communication, la remise à neuf de l'image de la mairie, ainsi que le soin qu'elle apporte à organiser des événements pour attirer une nouvelle population tout en écoutant les attentes de la population actuelle devrait lui permettre de faire face à ces problématiques.

Pour ma part, j'ai beaucoup appris lors de ce stage qui m'a conforté dans mon orientation professionnelle.

Sitographie / Sources

Site de la Ville de Quiberon : <http://www.ville-quiberon.fr>

Site de l'Office de Tourisme : <http://www.quiberon.com/>

Page Facebook de la Ville : <https://www.facebook.com/villedequiberon/>

Site de la marque Bretagne : <http://www.marque-bretagne.fr/>

Infos sur la commune : <https://www.commune-mairie.fr/quiberon-56170/>

Ancienne charte graphique de la ville

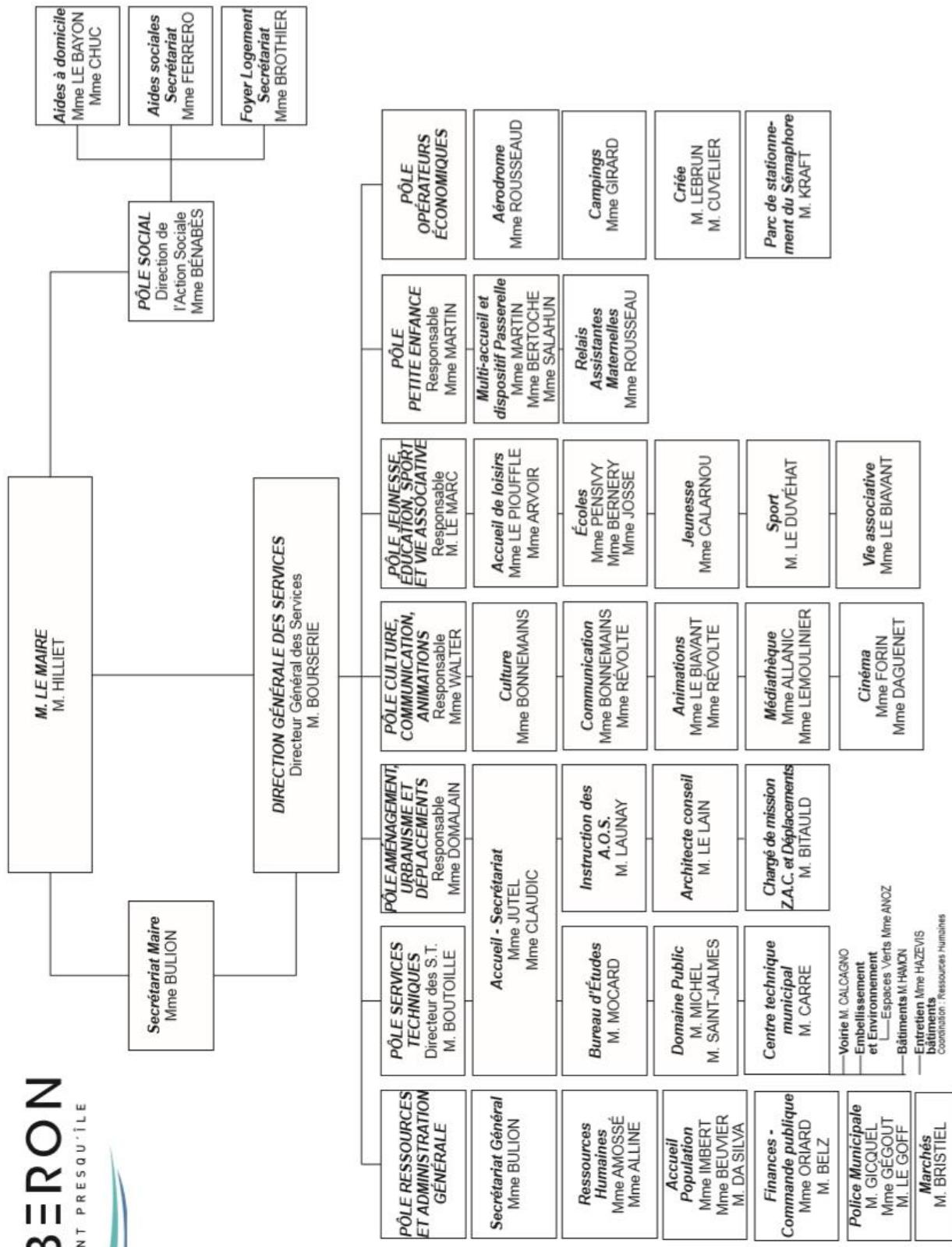
Nouvelle charte graphique de la ville – Agence Signe des temps

Statistiques Adeosys pour le nombre de visites sur le site internet

Annexes

- 1) Organigramme de la ville
- 2) Questionnaire de satisfaction des animations
- 3) Diaporamas proposés
- 4) Journal interne
- 5) Visuel du site internet www.ville-quiberon.fr
- 6) Ancienne charte graphique de la ville
- 7) Code de Marque

Annexe n°1 : Organigramme de la ville



*organigramme succinct



Questionnaire Animations Estivales 2018

Dans une démarche d'amélioration continue, la Ville de Quiberon souhaite recueillir votre avis sur les animations estivales.

1) Quelles sont les activités les plus importantes pendant vos vacances ? 3 réponses maximum.

- Plage Balade Activité nautique Activité sportive
 Festival/Concert Shopping Visites culturelles

2) Vous êtes à Quiberon pour une durée de :

- 1 journée Quelques jours 1 semaine 2 semaines
 3 semaines 1 mois +1 mois A l'année

3) A quelles animations participez-vous à Quiberon ?

- Animations pour enfants Exposition d'art Festival
 Concerts Fest-Noz Vide-greniers
 Activités sportives (club, stage, etc.) Compétition de sport Marchés
 Autre(s) :

4) Etes-vous satisfait des animations proposées à Quiberon ?

	Très insatisfait :(Insatisfait :(Satisfait :-)	Très satisfait :-)
Activités sportives				
Animations culturelles et musicales (concerts, festival, fest-noz)				
Animations commerciales (braderie, marchés, vide-greniers)				
Animations familiales (ou pour enfants)				

Vous pouvez préciser votre réponse :

.....
.....
5) Quelles types d'animations aimeriez-vous voir (ou revoir) à Quiberon ?
.....
.....
.....
.....
.....

6) Comment avez-vous eu connaissance des animations proposées à Quiberon ?

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bouche à Oreille | <input type="checkbox"/> Office de Tourisme | <input type="checkbox"/> Affiche/Flyer |
| <input type="checkbox"/> Sites Internet | <input type="checkbox"/> Réseaux Sociaux | <input type="checkbox"/> Panneaux Lumineux |
| <input type="checkbox"/> Quiberon Flash Info | <input type="checkbox"/> Magazine de la ville | <input type="checkbox"/> Presse Locale |
| <input type="checkbox"/> Autre(s) : | | |

7) Question d'identification

Vous êtes :

- Femme Homme

Vous avez :

- <18 ans 18-25 ans 26-35 ans 35-50 ans 50-65 ans > 66 ans

Vous êtes :

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Artisans, Commerçants et Chefs d'entreprise | <input type="checkbox"/> Agriculteurs exploitants |
| <input type="checkbox"/> Cadres, Professions intellectuelles sup. | <input type="checkbox"/> Professions Intermédiaires |
| <input type="checkbox"/> Employés | <input type="checkbox"/> Ouvriers |
| <input type="checkbox"/> Etudiants | <input type="checkbox"/> Retraités |
| <input type="checkbox"/> Autres personnes sans activité professionnelle | |

Votre résidence principale

Code postal : _____

Ville :

Pays :

*La Ville de Quiberon vous remercie du temps que vous
avez consacré à la réponse de ce questionnaire*

Annexe n°3 : Diaporamas proposés



Couverture du diaporama

Rapport de stage

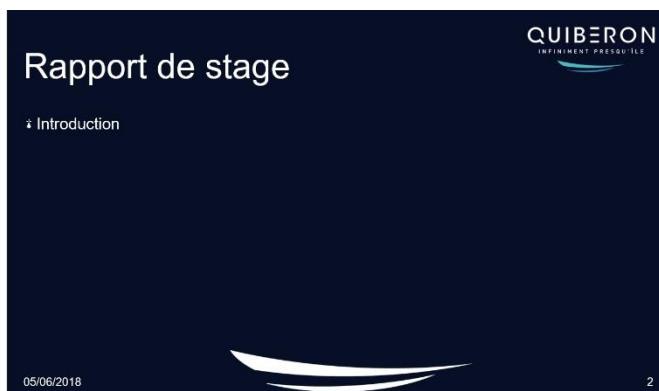
↳ Introduction

QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ILE

05/06/2018

2

Diaporama Essai n°1



Diaporama Essai n°2

Rapport de stage

↳ Introduction

QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ILE

05/06/2018

2

Diaporama Essai n°3



Diaporama Essai n°4

Rapport de stage

↳ Introduction

QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ILE

05/06/2018

2

Diaporama Essai n°5

L'Equib

La lettre d'information des agents de la Ville de Quiberon

Mai 2018 n° 51

Zoom sur l'Hôtel de Ville

Rozenn Oriard, responsable du service financier



Rozenn, peux-tu nous parler de ton parcours ?

J'ai un parcours un peu atypique, puisque j'ai commencé par des études de Langues et Lettres, j'ai fait un peu de Psychologie, et même suivi une formation pour devenir cordonnier ! Et puis un jour, j'ai changé d'orientation, j'ai été assistante en import/export au Terminal Fruitier de Saint-Nazaire, avant de partir en Normandie travailler chez SEINARI Groupement d'Intérêt Public, chargé de promouvoir l'innovation en région. Je suis arrivée dans le Morbihan en 2016, suite à la mutation de mon mari. En août 2017, on m'a proposé un remplacement d'un mois à la mairie de Quiberon en tant que responsable du service financier, j'ai finalement intégré les effectifs de la mairie en qualité de contractuelle.

Quelles sont tes missions au quotidien ?

Je m'occupe de la gestion des finances. Cela implique de vérifier le respect des budgets élaborés avec le Directeur Général des Services, M. Bourserie. Il faut aussi superviser les régies, gérer le suivi des marchés publics,

suivre une analyse prospective et projective bénéfique à la ville, ou encore continuer la mise en place de la comptabilité analytique que mon collègue Michel Belz avait commencée avant mon arrivée.

Qu'aimes-tu dans ton métier ?

Avec ce poste, je suis repartie de zéro. Il faut savoir s'adapter au quotidien, mais j'aime les nouveaux challenges ! Ce n'est jamais monotone, il faut savoir rebondir, s'adapter, et garder le cap sur les budgets. Ici, je suis un peu « le dragon des budgets » !

*Interview réalisée par Juliette Poupon
Stagiaire en communication*

Les ressources humaines communiquent

DROIT À L'INFORMATION SUR LES RETRAITES CNRACL SAISIE DES COHORTES 2018



Les agents nés en 1958 et 1963 recevront de la caisse des dépôts et consignations, une estimation indicative globale de pension (EIG) en 2018.

Les agents nés en 1968, 1973, 1978 et 1983 seront quant à eux destinataires d'un relevé individuel de situation (RIS).



A noter dans votre agenda, les élections professionnelles des représentants du personnel des trois versants de la fonction publique se tiendront le 6 décembre



Bienvenue

Aérodrome : Corentin Pierre

CTM : Philippe Kermorvant

Police Municipale : Eric Peltret,
André Lécossois, Jean Harnois



À Pierre Rajabally qui quitte les effectifs pour de nouvelles aventures.

À Dominique Jeanne et Patrick Lautram qui quittent leurs fonctions à la Commune de Quiberon pour faire valoir leurs droits à la retraite à compter du 1er mai 2018.



INFO CNAS :

Après Facebook, essentiellement dédié aux bénéficiaires, le CNAS renforce sa présence sur les réseaux sociaux. Vous pouvez désormais suivre et partager les actualités du CNAS sur Twitter (@cnasfrance) et Linkedin (CNAS France). A vos marques, prêts ... tweetez !

La direction de la communication du CNAS.

Agenda du mois

Jusqu'au mercredi 2 mai
Animations sur le thème de la piraterie, Grande Plage

Mardi 1 au mercredi 30 mai
Exposition Vinyles et platines, médiathèque.

Mercredi 2 mai Conférence « Les réseaux maçonniques : histoire et influence » par Serge Gallardo, Université du Temps Libre.

Jusqu'au jeudi 3 mai
Exposition Maryvonne Le Gurun, salle d'exposition de l'Hôtel de Ville.

Jusqu'au dimanche 6 mai
Exposition Annaig Bellec, salle d'exposition de l'Hôtel de Ville.

Jusqu'au mardi 15 mai
Exposition photos « Couleurs du Sri Lanka », médiathèque.

Mardi 15 mai Conférence « Glaciologie : pôle nord contre pôle sud » par Daphné Boiron, Université du Temps Libre.

Du vendredi 4 au jeudi 10

mai Exposition « Art et couleurs », salle d'exposition de l'Hôtel de Ville.

Samedi 5 mai Prix des Embruns, 15h, médiathèque.

Du vendredi 11 au jeudi 17
mai Exposition Françoise Kerrien, salle d'exposition de l'Hôtel de Ville.

Mercredi 16 mai Conférence « Voyage en Antarctique » par Daphné Boiron, 14h, médiathèque.

Vendredi 18 mai Atelier tablettes, 16h30, médiathèque.

Samedi 19 mai Carte Blanche à ... Georges Le Pessec, 14h30, médiathèque.

Samedi 26 mai Bébés lecteurs (jusqu'à 5 ans), 10h30, médiathèque.

Retrouvez
l'agenda des animations
sur www.quiberon.com



Mercredi 9 mai 2018

15h

Médiathèque



Mercredi 9 mai
Concert de Djok, 15h, jardin de la médiathèque.



Lundi 28 mai
Comédie musicale
« Un Américain à Paris », 20h, Cinéma Le Paradis.
Tarifs : Plein 14€, Réduit 10€

Annexe n°5 : Visuel du site internet www.ville-quiberon.fr

The screenshot shows the official website of Quiberon. At the top, there's a header with the city's name "QUIBERON" and the tagline "INFINIMENT PRESQU'ÎLE". Below the header, there are navigation links for "QUIBERON", "VIE MUNICIPALE", "VIE LOCALE", "CADRE DE VIE", and "DÉVELOPPEMENT DURABLE". On the right side of the header, there are icons for social media (Facebook, Email) and a "Station Classée de tourisme" logo.

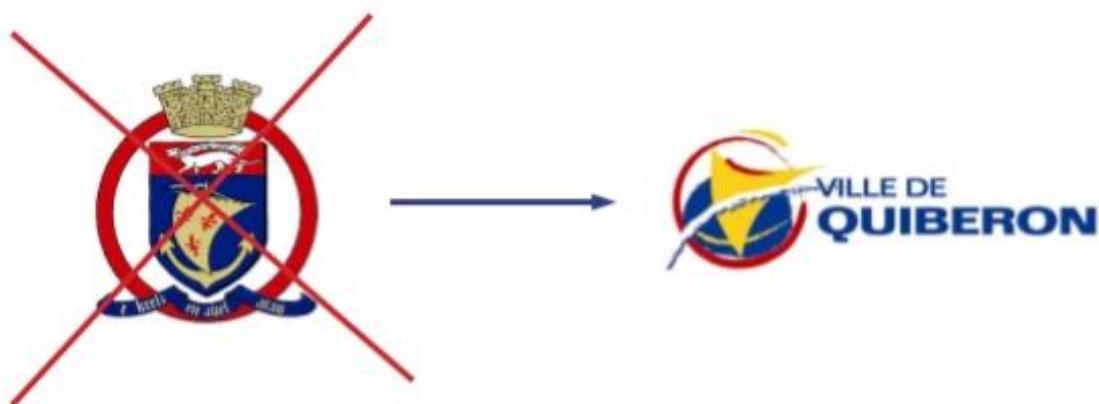
Below the header, there are two large images: one of a couple sitting on rocks by the sea, and another of a lighthouse and buildings along the coastline. To the right of these images, contact information is provided: "TEL 02 97 30 24 00", "HÔTEL DE VILLE 7 rue de Verdun CS 90801 – 56178 Quiberon Cedex", and operating hours ("Ouvert du lundi au vendredi 8h30 - 12h30 et 13h30 - 17h30 Le samedi 9h - 12h uniquement état civil").

The main content area features a section for the "Fête du Sport 2018" (June 16, Grande Plage, Quiberon), followed by "Les brèves / Actualités" (including news items about the municipal council meeting, a cinema screening, a concert, and a flower competition). On the right side, there are sections for "S'INFORMER" (with links to newsletters and RSS feeds) and "POLITIQUE SPORTIVE DES ENJEUX FORTS" (with a link to the municipal bulletin).

Annexe n°6 : Ancienne charte graphique de Quiberon

Logo Ville de Quiberon

En terme de communication, le logo Ville de Quiberon remplace le blason de la Ville.
Pour donner une image cohérente de la Ville, seul le logo Ville de Quiberon doit être utilisé.



Logo Ville de Quiberon

Interdiction de déformer le logo.
Utiliser seulement de façon homothétique.



Logo quadri



100 % C
90 % M

PMS
Reflex blue C



Logo sur aplat



10 % C
100 % M
100 % J

PMS
200 C



Logo noir et blanc



20 % C
100 % M
100 % J

PMS
109 C

Annexe n°7 : Extrait du Code de Marque



QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ÎLE

UNE NOUVELLE MARQUE
pour une attractivité renforcée

À vec la création de notre marque, Quiberon innove et affiche ses valeurs et ses ambitions.

Notre lien si intime avec l'océan, notre position géographique singulière, la force de notre caractère breton, la douceur de notre climat, notre ouverture au monde et la qualité de notre accueil, c'est tout cela que nous voulons désormais affirmer.

Cette marque, constituée d'un logo, d'un nouveau discours et d'un univers graphique, sera désormais notre repère collectif, une fierté partagée.

Bernard HILLIET
Maire de Quiberon

CETTE MARQUE EST FAITE POUR VOUS !
DÉCOUVREZ DANS CE GUIDE LES ESSENTIELS
POUR EN BENÉFICIER GRATUITEMENT
ET FACILEMENT.



QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ÎLE

5175 HABITANTS
407 COMMERCANTS ET ENTREPRISES
UNE AVANÇÉE
14 KM
DANS LA MER
7 CAMPINGS

125 000 VISITEURS / AN
une des plus belles
BAIES DU MONDE

QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ÎLE

14 | 14 CHAMBRES D'HÔTES
1 centre
DE THALASSOTHÉRAPIE



© Alainmouau / Pixy du Fou / Sotra / Etapplife - Collection : bigstockphoto.com





QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ÎLE

Présentation & modalités de partage

GUIDE DE LA MARQUE

QUIBERON
INFINIMENT PRESQU'ÎLE