

EVENEMENTS PARIS 7



DOSSIER DE COMMUNICATION & DE PARTENARIAT

**Evènements Paris 7
4, rue Guy de la Brosse 75005 Paris
Contact : eventp7@free.fr**

Mot Du Président

Ce dossier est destiné aux sociétés commerciales et aux structures institutionnelles orientées vers le public étudiant parisien. Il propose un partenariat à court ou long terme pour celles qui cherchent à améliorer leur image de marque auprès de la population universitaire et dynamiser le lancement de produits. De plus, il permettra d'avoir une vue d'ensemble sur les actions de l'association EVENEMENTS PARIS 7 au sein de l'université Paris Diderot –Paris 7.

Au travers d'un tel dossier, nous sommes capables de vous présenter nos objectifs et nos besoins. Vous découvrirez, de plus, quelques éléments économiques nous permettant aujourd'hui de vous adresser une demande de partenariat. L'enjeu des dossiers de communication, autant interne qu'externe, permet de fluidifier la formalisation des objectifs et des besoins de l'association envers ses tiers. Ne laissant rien au hasard dans la réalisation de nos démarches, nous sommes conscients de la valeur ajoutée apportée par une trace écrite, mais cette initiative marque aussi notre volonté et notre capacité à être d'une entière transparence envers nos partenaires.

Après plusieurs expériences réussies, l'association a précisé sa mission, analysé ses besoins et recensé ses potentiels afin de vous faire une offre de partenariat sérieuse, prenant en compte bien sûr votre intérêt à la suivre dans cette passionnante aventure, une aventure "Win to win".

Nous sommes capables de toucher rapidement et largement un public à forte élasticité prix, mais aussi attentif à sa démarche de consommation, la crise aidant. Une entreprise qui investirait pour améliorer l'avenir des étudiants, investirait d'abord pour maintenir ou élargir sa clientèle actuelle ou future. Si celle-ci s'engage dès maintenant, si elle accompagne notre association d'étudiants de l'université Paris 7 dès sa création, la marque gagnera à coup sûr, en estime, en découverte et en bouche-à-oreille, sans que cela soit même visible sur son budget.

Pour le partenaire, un investissement faible à court terme pour une forte rentabilité à court, moyen et long terme. Toute une génération de public à capter et à fidéliser. Notre potentiel est là, votre savoir-faire fera le reste. Nous vous offrons un réseau, des contacts et nous vous faisons bénéficier de notre notoriété pour mettre en valeur, faire connaître vos manifestations ou vos produits. Et cette mine, cette niche n'existe que sur le terrain, votre public étant déjà acquis grâce à vos plans médias, nous ne vous proposons que de dénicher quelques pourcentages de part de marché supplémentaires ou de toucher un public "autarcique" auquel vous n'avez pas accès.

Yacine Darmoul,

Président de Evénements Paris 7

1/- Présentation de l'association et contexte

2/-Les Projets de l'association

2.1/-Champs d'actions

2.2/-Projets réalisés

2.3/-Projets actuels

2.4/-Projets futurs

3/-Les Partenariats

3.1/- Modalités

3.1.1/-Partenariat majeur

3.1.2/- Partenariat ponctuel

3.1.3/-Partenariat en service et nature

3.2/- Retombées offertes

4/-Stratégie de communication

4.1/- Principe de fonctionnement du réseau

4.2/- Médias de promotion et de diffusion de l'information

4.2.1/- Support papier

4.2.2/- Internet & Communication

4.2.3/- Street Marketing

1/-Présentation de l'association et contexte

L'université Paris Diderot - Paris 7 est une université pluridisciplinaire qui accueille environ 26 000 étudiants répartis de manière à peu près égale dans les trois secteurs qui la compose : Sciences, Lettres & Sciences Humaines et Santé. Elle est à un moment historique de son développement. En effet, les six premiers bâtiments du nouveau campus de l'université sont maintenant en service ou vont l'être très prochainement sur le site Paris Rive Gauche.

Evénements Paris 7 est une association de loi 1901, dont le but est de relancer la vie étudiante sur le campus de Paris VII. L'association a été publiée au journal officiel des associations n°0044 à la date du 1^{er} novembre 2008 et enregistrée à la Préfecture de Police de Paris sous le numéro d'annonce 01642 (Cf Annexe 1 Les status et déclaration).

Dans le cadre d'un vaste projet associatif, une fédération étudiante a vu le jour au sein de l'Université Paris 7 - Denis Diderot. Elle se compose d'étudiants et d'associations de filières indépendantes et non politiques investis dans la vie universitaire. La fédération représente officiellement tous les étudiants de Paris 7, développe chez tous les étudiants l'esprit associatif et enfin promeut des actions et animations culturelles à destination des étudiants. Dans ce cadre, Evénements Paris 7, se veut l'outil de communication de la fédération.

Les objectifs de l'association sont multiples. En premier lieu, Evénements Paris 7, comme nous l'avons dit, se veut l'outil, l'organe de communication de l'Université Paris Diderot. Elle assure d'une part la promotion et la diffusion massive des projets proposés par les associations de l'université et d'autre part, soutient et organise des événements culturels et festifs au sein de la faculté.

L'université est au cœur d'un quartier en plein essor. L'ouverture à ce quartier nous a paru naturelle et essentielle au rayonnement de l'université. Pour cela, l'association relaie et diffuse l'information provenant des 'partenaires jeunesse' du 13^{ème} arrondissement (MJC, PIJE) mais s'insère aussi dans les réseaux associatifs et institutionnels (Conseil de la Jeunesse, Conseil de quartier, SEMAPA).

Parallèlement à ces activités de communication, nous travaillons sur la création d'une structure de formation continue et d'apprentissage à destination des étudiants et des associations (intra et extra université). Cette formation continue et cet apprentissage touche plusieurs domaines à savoir la création d'association, la réalisation d'événements, la structuration des idées via divers outils (documents types, documents d'information, business plan, plans d'actions, utilisation d'outils informatiques..)

Nous proposons enfin du 'consulting' dans le domaine de la réalisation d'événements de tout types (conception, prévision, réalisation, restitution). Cette aide est orientée principalement vers les associations de l'université.

Nous souhaitons développer notre association vers une structure moderne et performante. Grâce au statut d'association que nous avons acquis, nous avons le moyen de développer des projets, des idées, des valeurs de solidarité et de convivialité. Notre structure dessine un cadre dans lequel l'étudiant peut apprendre et se former sur la création et la réalisation de projets. Nous devons créer et offrir des outils, car dans nos propres démarches, nous avons eu du mal à trouver des informations orientées stratégie. Nous offrons des démarches, des feuillets d'information et un soutien sous forme de rendez-vous pour l'apprentissage de la réalisation et de la structuration des idées. Nous souhaitons former une communauté solidaire sur le partage du savoir et des procédures possibles, pour nous, les jeunes et les générations à venir.

2/-Les Projets de l'association

2.1/-Champs d'actions

Nos actions et priorités s'articulent autour de plusieurs pôles :

- culturels : pièces de théâtre, courts-métrages, documentaires, concerts, musées, etc...
- sportifs : compétitions, fils rouge, etc...
- scientifiques : voyages d'études, forums, conférences, etc...
- professionnels : forums, etc...
- solidarité et humanitaire : voyages humanitaires, journées d'action, etc...
- divertissements : soirées étudiantes, cinéma, 'bon plan', etc...

2.2/-Projets réalisés

"Ecllosion" fut le premier événement majeur organisé par Evénements Paris 7. Le 13 Novembre 2008, seulement deux mois après la création de l'association, nous avons réuni plus de 700 personnes sur une péniche, le River's King, amarrée ce soir là au pied du Louvre.

Cet événement a été réalisé tout d'abord pour marquer le début, "l'éclosion", de la vie étudiante de l'université Paris 7. Nous souhaitons bien sûr regrouper les étudiants à l'occasion d'une soirée "boîte de nuit" mais aussi les informer de nos intentions et nos futures activités dans le cadre de la vie étudiante.

Réalisation :

Nous avons réalisé un travail de sondage en aval de l'événement pour connaître les attentes et les désirs des étudiants. Le sondage nous a permis d'adapter nos projets. Nous sommes passés par une société d'événementiel pour réaliser cet événement.

Travail sur la communication de la soirée :

Tout le processus de communication autour de la soirée s'est étalé sur une période de quatre semaines.

Les 3 premières semaines ont été consacrées à la publicité de la soirée. Pour cela, 4000 flyers ont été distribués, accompagnés d'une centaine d'affiche A3.

Les dix derniers jours ont été massivement consacrés à la vente des pré-ventes. Nous avons collaboré avec le service de sécurité intérieure de l'université pour installer un stand au sein de l'université.

Retours

Les étudiants, dans une quasi unanimité, sont prêts à nous soutenir et désirent que la vie étudiante à l'université Paris 7 se dynamise.

Le Batofar et Evénements Paris 7 (Protoplay made in Japan):

1999-2009 : le Batofar a dix ans ! Qu'il semble loin le jour de février 1999 où, au cœur d'un quartier encore en construction, s'allumait pour la première fois le phare d'un bateau, tout de rouge vêtu. Un lieu unique et atypique qui allait rapidement marquer de son empreinte la vie artistique et culturelle de la capitale. Dix ans aujourd'hui que le Batofar rythme la nuit parisienne. Vous pouvez compter sur eux pour célébrer l'événement comme il se doit. Les festivités dureront jusqu'en décembre !

Lieu multiple, l'ancien bateau-feu, accueille le public dans différents espaces :

Une salle de concerts / club

Une cantine d'accès libre, en forme de « bar musical », ouverte le week-end

Une terrasse « fumeur », surplombant la Seine

Une « plage » de mai à septembre sur le quai

Aujourd'hui, le Batofar a assis une ligne artistique qui se donne pour objectif de mettre en lumière les figures historiques ou montantes des musiques électroniques mais aussi des courants hip hop, soul et afro. Depuis deux ans, l'équipe développe également une ambitieuse politique de développement culturel axée sur l'expérimentation artistique et les actions tournées vers le public (stages, ateliers ou parcours pédagogiques).

2.3/-Projets actuels

Afterwork étudiante : De 18h au dernier métro, permettant aux étudiants de rencontrer différents étudiants qui ne sont pas dans leur licence, pour favoriser la mixité des savoir et des compétences rien de mieux qu'un verre, un petit fond musical et beaucoup d'audace pour développer son réseau de relation.

Accueil des étudiants ERASMUS

Dans une optique de rayonnement de l'université dans ce nouveau quartier et largement au-delà du cadre national, nous souhaitons mettre en place l' « International Student Pack » pour permettre aux étudiants fraîchement arrivés à Paris d'être guidés dans la réalisation de leurs diverses démarches administratives. Les étudiants étrangers représentent une forte demande d'aide, nous souhaitons leur apporter une aide claire et ludique à la réalisation de leurs démarches. Nous souhaitons le mettre à disposition, à partir de la rentrée 2009/2010.

Contenu du pack

Il se présenterait sous forme d'une pochette cartonnée et contiendrait plusieurs documents permettant de répondre et guider l'étudiant dans les thématiques suivantes :

- 1) Se déplacer
- 2) Se loger
- 3) Ouvrir un compte bancaire
- 4) S'inscrire à l'université
- 5) S'affilier à la Sécurité Sociale et la Mutuelle Etudiante
- 6) S'assurer
- 7) S'intégrer rapidement dans la vie universitaire

3/-Les Partenariats :

Au niveau du processus de partenariat avec des enseignes telle que la votre, nous sommes conscients des attentes en terme de qualité culturelle du projet, de son éthique et de sa crédibilité financière. Nous sommes capables, grâce à la maîtrise de plusieurs outils, de vous fournir les informations utiles et nécessaires à la réalisation de l'ensemble de nos projets.

Grâce à l'utilisation de supports de communications originaux et percutants, nous serons en mesure de développer et véhiculer une image jeune et dynamique de votre enseigne auprès d'étudiants désireux et demandeurs d'une vie étudiante animée. Nous souhaitons affilier des enseignes sponsor telle que la vôtre à l'image de marque d'Evénements Paris 7.

Pour cela, vous disposerez d'espaces privilégiés sur les des médias de promotion et d'information qui participeront à la réalisation de nos projets (affiches, flyers, site internet...)

3.1/-Modalités

Nous souhaitons être adaptables à vos besoins et à vos attentes. C'est pourquoi nous avons la possibilité de moduler nos modalités de partenariat en fonction de vos objectifs.

Nous vous proposons trois types de partenariats possibles :

3.1.1/-Partenariat majeur

Prise en charge de la totalité du montant recherché ou d'un montant conséquent par le partenaire. Association de ce dernier à l'ensemble des activités et éventuellement invitation à participer aux décisions (membre du conseil d'administration, participation aux réunions de travail...). Les retombées dans ce type de partenariat sont maximales.

3.1.2/-Partenariat ponctuel

Ce partenariat peut intervenir dans le cadre du financement d'un concert, d'une soirée étudiante. Les budgets annoncés différeront selon la nature de chaque projet. Le principe de ce type de partenariat est de vous assurer un maximum de visibilité en amont et en aval des événements. Les retombées sont moins importantes et liées principalement au dit évènement.

3.1.3/-Partenariat en service et nature

Ce type de partenariat se traduit par une aide logistique et matérielle : transports, assurances, matériaux, fournitures, etc...

Ceux-ci sont adressés en priorité aux institutions.

Les objectifs, l'intérêt, les souhaits de retombées, les moyens financiers, les modes de décisions, la fonction du responsable sponsoring sont à votre libre choix. Nous laissons ici la porte ouverte à la discussion et au partage de nos compétences.

3.2/-Retombées offertes.

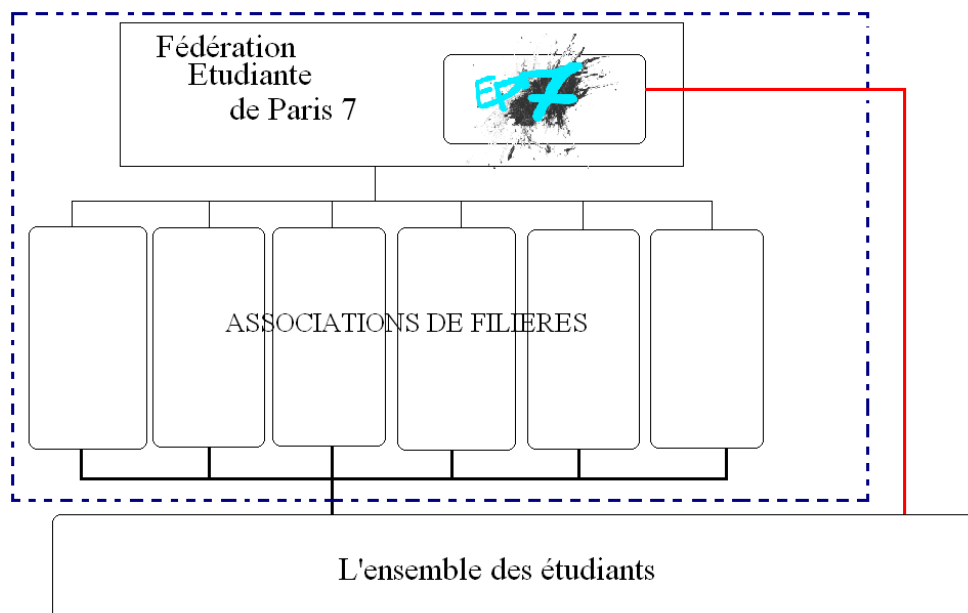
Nous vous offrons une meilleure visibilité dans une université entreprenante et des relations publiques dans un quartier moderne en pleine expansion.

- Présence de votre logo ou d'un espace réservé sur tous les documents promotionnels et d'information : plaquette d'information, affiches, flyers, invitations, cd-rom, site internet, journal ou autre publication, tee-shirts...
- Association à la campagne presse : invitation et prise de parole lors de la conférence de presse, mention dans le communiqué de presse et le dossier de presse.
- Présence visuelle et/ou physique sur les lieux de l'évènement (panneau, banderole, stand...)
- Présence aux éventuelles inaugurations : prise de parole, ...
- Promotion des offres de nos partenaires auprès des étudiants (organisation de forums, distribution, échantillons, lots tombola)

4/-Stratégie de communication :

Nous organisons l'information et la communication de l'université à travers deux réseaux étroitement liés : le tissu associatif d'une part et les étudiants faisant parti ou non d'une association d'autre part.

4.1/-Principe de fonctionnement du réseau



Nous mettons en place un système permettant de faire remonter l'information émanant des associations de filières (projets, événements..) jusque sur le réseau 'EP7' et créer une dépendance à ce réseau. Ce processus permettra de fluidifier la circulation de l'information et de toucher une très grande et diverse population d'étudiants.

Nous vous présentons maintenant, l'ensemble de notre stratégie mise en place pour structurer le réseau que nous vous proposons. Nous avons commencé par la création d'une image de marque EP7 pour une meilleure identification des étudiants.

4.2/-Médias de promotion et de diffusion de l'information :

4.2.1/-Support papier

Nous utilisons tous les types de supports papier qui permettent une information concise, claire et visuelle c'est-à-dire des flyers, plaquettes d'informations, affiches.

Toute cette information doit être distribuée ou affichée, engageant donc un investissement humain de terrain mais aussi et surtout une étude des points d'informations stratégiques.

Nous avons réalisé une étude de la zone de chalandise de l'université Paris 7, zone géographique d'où provient la majorité du public visé. La compréhension et l'analyse de ces zones de chalandise est un point essentiel de l'étude de couverture, du travail d'optimisation de la diffusion et au développement de réseaux de points de vente. Nous connaissons également l'environnement de la zone de chalandise en terme de desserte par les transports en commun ainsi que de l'existence de pôles d'attraction aux alentours de la faculté (cafés, restaurants...)

4.2.2/-Internet & Communication :

Nous sommes actuellement présent sur internet par le biais du site "Facebook", par la création d'un groupe dénommé au nom de l'association :

<http://www.facebook.com/home.php#/group.php?gid=26192215796&ref=ts>

Quelques mois à peine après sa création, il rassemble déjà plus de 600 membres. Nous sommes pour l'instant fixés sur ce support de communication qui permet une interactivité assez importante avec les étudiants de Paris 7. Malgré cela les possibilités d'actions restent limitées et nous sommes actuellement en train de travailler sur un projet d'un site internet avec des personnes compétentes dans ce domaine (informaticiens, graphistes).

Nous sommes conscients que la convergence de l'information est quelque chose de fondamental. Nous ne voulons pas multiplier nos réseaux et lieux d'informations afin d'éviter une dispersion de l'information.

Nous avons de plus créé un groupe de travail grâce à l'outil Google Groups.

<http://groups.google.fr/group/eventp7>

Ce groupe de travail permet aux différents acteurs des projets soutenus par l'association de communiquer entre eux et de partager des documents de manière simple et efficace.

4.2.3/-Street-Marketing

Nous souhaitons mettre en place une campagne de street marketing destinée à tous les étudiants de Paris 7. Une opération de la sorte permettra de renforcer la communication, de créer du trafic et de booster les ventes. Nous souhaitons, lors de cette opération créer l'évènement, surprendre, marquer les esprits mais aussi rapprocher votre enseigne des étudiants et vous offrir un gain de visibilité. Cette opération développera à coup sûr un sentiment positif de proximité et de sympathie. Un autre avantage du street marketing, qui n'est pas (non négligeable) négligeable, sont les coûts faibles engendrés par l'opération.

Nous avons identifié les zones de passage et de rassemblement de la population universitaire à atteindre afin de mener une opération très ciblée.



Ces zones sont des points névralgiques de l'université. En effet, ils sont des lieux de passage (passerelle, bibliothèque) et de réunion (restaurants universitaires, bibliothèque) fortement fréquentés par les étudiants et notamment aux heures du déjeuner. Nous avons une très bonne connaissance du terrain et connaissons les habitudes des étudiants nous permettant un positionnement stratégique pour une efficacité maximale.