



Nemabe

Cahier de conception

2026-2027

Axel BAMBINI - SALLAY

Enzo GHESQUIERE

Amelie GLEAVE

Nathan LAGLER

Marylou LEBRUN

Badis MECHTAR

Sommaire

- Introduction analyse
- Analyse et réflexion préliminaire
- Conception de l'identité de l'agence
- Charte graphique
- Dossier de planification
- Conception du site web
- Réseaux sociaux
- Conception et organisation de l'événement
- Teaser promotionnel
- Gestion de projet
- Stratégie de communication
- Cahier des charges
- Bilan et conclusion
- Annexes

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

Introduction

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

1.1 Présentation du projet

Nemabe est une agence d'infographie fictive que nous avons imaginée et construite à six, en première année de BUT MMI à l'IUT de Toulon.

les membres du projet étant :

Enzo Ghesquiere, Amelie Gleave, Nathan Lagler, Axel Bambini, Marylou Lebrun et Badis Mechtar.

Le projet a été lancé à la demande de M. Christophe Lachaume, qui a joué le rôle du commanditaire. Sur plus de 4 mois, de février à juin 2026, nous avons pris en charge la création complète de cette agence : son nom, son identité visuelle, son site web, sa communication sur les réseaux sociaux, un teaser vidéo et un événement physique. C'est un projet qui touche à tous les aspects du BUT MMI et qui nous a demandé autant de rigueur technique que de sens créatif.



1.0
Introduction

2.0 Analyse et
réflexion
préliminaire

1.2 Contexte

L'idée de départ est simple : M. Lachaume souhaitait lancer une agence d'infographie professionnelle et nous a confié la mission de la concevoir et de la faire exister. Ce cadre académique est volontairement proche d'une situation professionnelle réelle (délais fermes, livrables précis, échanges réguliers avec le commanditaire). Le marché de la communication visuelle dans lequel nous nous inscrivons est exigeant : les entreprises cherchent des partenaires fiables, capables de leur construire une image solide et cohérente sur tous les supports. C'est exactement ce contexte qui a guidé nos choix tout au long du semestre.

1.3 Objectifs

Du côté de l'agence, notre objectif était de créer quelque chose de complet et de crédible : une identité visuelle forte, un site web fonctionnel avec espace client et version anglaise, une présence sur les réseaux sociaux, un événement physique autour du citron et un teaser pour en faire la promotion. Tout cela devait être défendable devant un investisseur lors de notre soutenance finale.

Du côté pédagogique, ce projet était l'occasion de mettre réellement en pratique ce que nous apprenons en formation, pas seulement en design ou en développement, mais aussi en gestion d'équipe, en respect des délais et en prise de décision collective.

1.0
Introduction

2.0 Analyse et
réflexion
préliminaire



Analyse et réflexion préliminaire

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

2.1 Analyse du besoin

Avant de créer quoi que ce soit, nous avons dû comprendre ce qu'on attendait vraiment de notre agence. Le commanditaire avait un besoin clair : lancer une structure crédible, capable de convaincre des clients et des investisseurs dès le départ. Or dans le domaine de l'infographie, une agence est jugée en premier lieu sur sa propre image. Si notre identité visuelle manquait de cohérence ou si notre site web semblait bâclé, aucun client ne nous aurait fait confiance pour s'occuper du sien. Le besoin fondamental était donc de construire une image irréprochable sur tous les supports, print comme digital, avant même de parler de prestation.

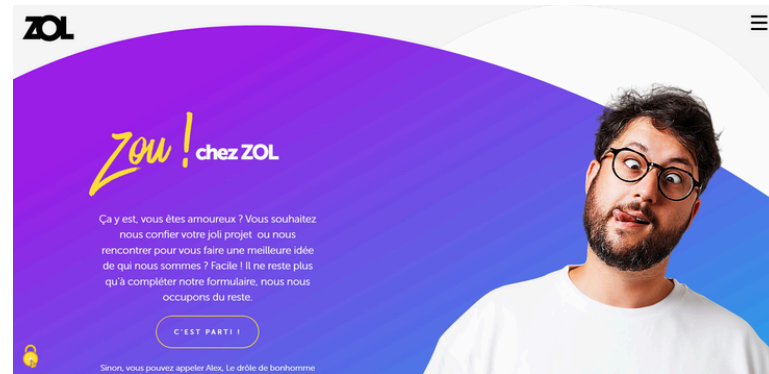
1.0 Introduction

**2.0 Analyse et
réflexion
préliminaire**

3. Conception de
l'identité de
l'agence

2.2 Étude de la concurrence

Pour comprendre dans quel environnement nous allons évoluer, nous avons analysé quatre agences. ZOL et Wecomeet représentent les acteurs bien établis du marché : offre complète, forte présence en ligne, clientèle professionnelle.



Pineapple Squad et l'Agence ROM se positionnent davantage sur le terrain créatif, avec une identité graphique soignée et une relation client construite dans la durée.



Ce qui ressort de cette analyse, c'est que toutes ces agences partagent trois points communs : une identité visuelle immédiatement reconnaissable, un portfolio varié et un site web structuré. Ces trois points sont devenus des priorités non négociables pour nous.

1.0 Introduction

2.0 Analyse et réflexion préliminaire

3. Conception de l'identité de l'agence

2.3 Public cible

Nous nous adressons principalement aux TPE, PME et indépendants qui ont conscience de l'importance de leur image mais ne savent pas forcément comment la construire eux-mêmes. Ce sont des clients qui attendent un vrai accompagnement, pas juste une livraison de fichiers. En complément, nous cibons également les associations et les porteurs de projets qui ont des besoins visuels ponctuels (affiches, flyers, petites identités). Ce second public est intéressant en phase de lancement parce qu'il nous permet de travailler vite, sur des formats variés, et de construire un portfolio concret sans attendre des missions plus importantes.

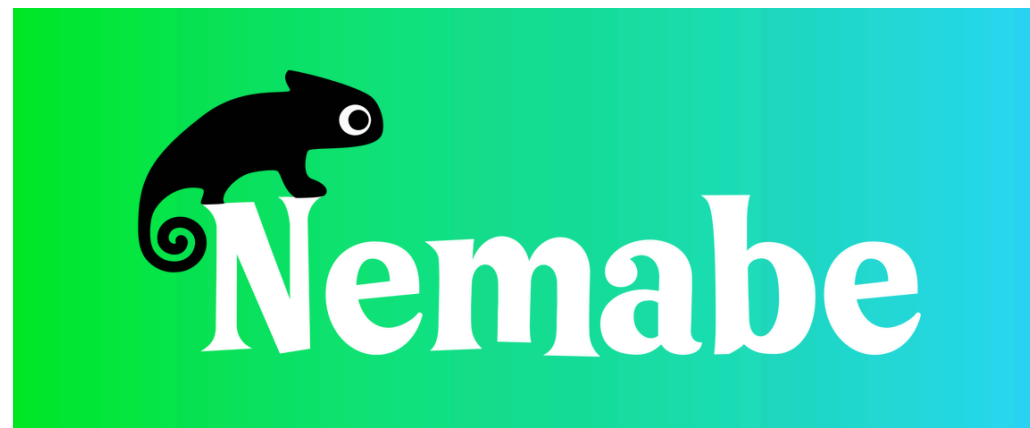
1.0 Introduction

**2.0 Analyse et
réflexion
préliminaire**


3. Conception de
l'identité de
l'agence

2.4 Positionnement de l'agence

Ce qui nous distingue de nos concurrentes, c'est notre positionnement sur l'adaptabilité. Le slogan "S'adapter pour mieux créer" n'a pas été choisi au hasard : il traduit notre façon de travailler, qui refuse l'approche uniforme. Le caméléon, symbole de notre logo, incarne cette idée. Tout est produit en interne, ce qui nous permet de garantir une cohérence visuelle de bout en bout. Notre identité graphique elle-même (palette vert/bleu, typographies modernes, univers dynamique) reflète ce positionnement : une agence créative, jeune, et capable de s'adapter à n'importe quel contexte.



- 1.0 Introduction
- 2.0 Analyse et réflexion préliminaire**
- 3. Conception de l'identité de l'agence



Conception de l'identité de l'agence

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

3.1 Recherche du nom



“Fil conducteur”
en grec

“être en
anglais”

Nemabe, être le fil conducteur de l'infographie

Le choix du nom a également fait l'objet d'une longue réflexion. Nous souhaitions trouver un nom original, marquant et porteur de sens, avec une signification qui reflète notre vision du projet. Après plusieurs séances de recherche et de brainstorming, nous avons choisi Nemabe. Ce nom repose sur un double sens : « Nema », qui évoque l'idée de fil conducteur, et « Be », qui signifie être. Ensemble, ils forment l'expression « être le fil conducteur ». Ce choix traduit notre ambition de guider, d'accompagner et de créer un lien entre les différents éléments de notre projet. Court, moderne et facile à retenir, ce nom nous a semblé idéal pour construire une identité forte et transmettre nos valeurs dès le premier contact.

3.1 Recherche du nom

3. Conception de
l'identité de
l'agence


3.2 Création du logo



Pour l'évolution de notre logo, nous avons mené plusieurs séances de brainstorming afin de définir une identité visuelle forte et facilement reconnaissable. Après avoir exploré différentes pistes graphiques, nous avons choisi de nous orienter vers la figure du caméléon. Cet animal représente l'adaptabilité, l'innovation et la capacité à évoluer selon son environnement, des valeurs qui correspondent à notre projet. Nous avons réalisé plusieurs croquis et testé différentes formes, couleurs et styles avant d'aboutir à la version finale. Chaque modification avait pour objectif de rendre le logo plus moderne, plus impactant et plus mémorable. Grâce à ce travail de réflexion et d'amélioration continue, nous avons créé une identité visuelle unique qui permet à notre projet de se démarquer et d'être immédiatement identifiable.

3.2 Création du logo

3. Conception de l'identité de l'agence



Charte graphique

4.1 Logo principal

Le logo de Nemabe constitue l'élément central de son identité visuelle et reflète les valeurs de créativité, d'adaptabilité et de dynamisme de l'agence.

Il associe un symbole de caméléon, représentant la polyvalence et la capacité d'adaptation, à un logotype en typographie moderne et lisible, assurant une identification claire de la marque, cette combinaison crée une identité distinctive et cohérente.

Le logo doit être utilisé en priorité dans sa version complète afin de garantir son impact visuel. Son utilisation est recommandée sur fond blanc pour une lisibilité optimale, et reste possible sur fond dégradé sous réserve de préserver sa visibilité.

Toute altération ou modification du logo est interdite afin de maintenir la cohérence de l'identité visuelle.



Logo principal



Logo principal en couleur

4.2 Versions secondaires et déclinaisons

Pour garantir une identité visuelle cohérente sur tous les supports, le logo de Nemabe dispose de plusieurs déclinaisons. La version complète, associant le symbole du caméléon et le logotype, constitue la signature principale et doit être privilégiée.

Le logotype seul ou avec son slogan permet de représenter la marque lorsque le symbole n'est pas nécessaire, tandis que le symbole seul, conservé dans son orientation et ses proportions, est réservé aux usages digitaux tels que photos de profil, favicons ou interfaces.

Le slogan du logo peut changer de position entre à gauche, centré ou à droite tout en restant en dessous du logotype

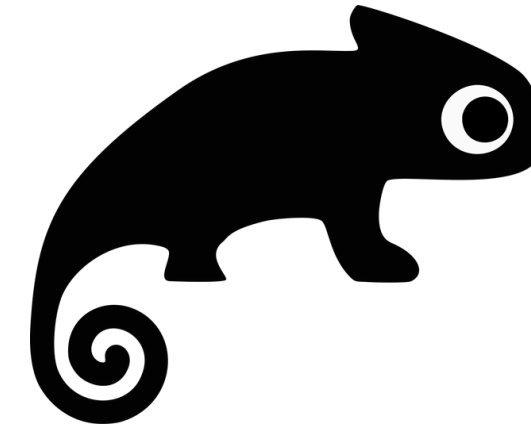
Chaque déclinaison garantit lisibilité, cohérence et reconnaissance de la marque dans tous les contextes.

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

Logotype seul dégradé



Caméléon seul classique



Logotype avec slogan centré



Caméléon seul dégradé



4.2 Versions secondaires et déclinaisons

4.0 Charte graphique

4.3 Couleurs principales

Les couleurs principales de l'identité visuelle de Nemabe reposent sur une association de vert et de bleu, traduisant à la fois créativité, dynamisme et modernité. Elles constituent le cœur de la palette graphique et sont utilisées en priorité sur l'ensemble des supports de communication. Le noir #000000 ainsi que le blanc #FFFFFF sont aussi considérés comme couleurs principales.

Couleur : #00E926 (vert vif)
HEX : #00E926
RGB : 0, 233, 38
CMJN (CMYK) : 100%, 0%, 84%, 9%

Couleur : #FFFFFF (blanc)
HEX : #FFFFFF
RGB : 255, 255, 255
CMJN (CMYK) :
0%, 0%, 0%, 0%

Couleur : #000000 (noir)
HEX : #000000
RGB : 0, 0, 0
CMJN (CMYK) :
0%, 0%, 0%, 100%

Couleur : #2CD5FF (bleu clair)
HEX : #2CD5FF
RGB : 44, 213, 255
CMJN (CMYK) : 83%, 16%, 0%, 0%

4.3 Couleurs principales

4.0 Charte graphique

4.4 Couleurs secondaires

Les couleurs secondaires de l'identité visuelle de Nemabe viennent compléter la palette principale en apportant flexibilité et variations d'usage, tout en conservant la cohérence graphique. Elles sont utilisées de manière ponctuelle pour enrichir les compositions ou créer des différenciations visuelles selon les contextes.

La couleur #FE65B2 (rose) utilisée de façon plus occasionnelle, permet d'introduire une rupture visuelle et de faire évoluer l'identité sur certains supports spécifiques. Le #17DF98 (vert menthe) quant à lui, agit comme une teinte intermédiaire, assurant une transition harmonieuse entre les couleurs principales et renforçant l'équilibre global de la palette. Les nuances de gris sont autorisées. Pour l'évènement "citron", le jaune #FFDE59 sera utilisé

4.4 Couleurs secondaires

4.0 Charte graphique

Couleur : #17DF98 (vert menthe / turquoise)
HEX : #17DF98
RGB : 23, 223, 152
CMJN (CMYK) : 90%, 0%, 32%, 13%

Couleur : #FFDE59 (jaune)
HEX : #FFDE59
RGB : 255, 222, 89
CMJN (CMYK) : 0%, 13%, 65%, 0%

Couleur : #FE65B2 (rose)
HEX : #FE65B2
RGB : 254, 101, 178
CMJN (CMYK) : 0%, 60%, 30%, 0%

4.5 Typographie principale

Pour les typographies on a opté pour LT Funk qui est utilisé uniquement pour le logo et divers éléments print

LT Funk Aa

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZz _-'.,;:!?@&§~^`"°|(){}[]/\<>"#

On se servira de la typographie Etna sans serif pour les écritures des gros titres

Etna Aa

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZz _-'.,;:!?@&§~^`"°|()()[]/\<>"#

Les typographies sont toutes
libres de droit

4.5 Typographie
principale

4.0 Charte
graphique

4.6 Typographie secondaire

Enfin, on utilisera la typographie Abeezee pour les écritures de paragraphes

A Bee Zee Aa

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUu

VvWwXxYyZz

_ - ' . , ; : ! ? @ & § ~ ^ ` ° | () { } [] / \ < > " #

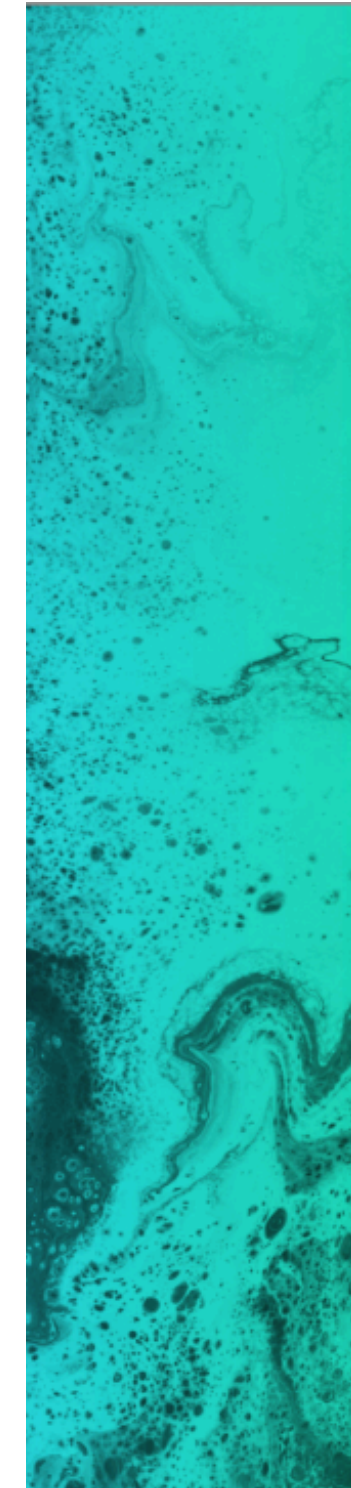
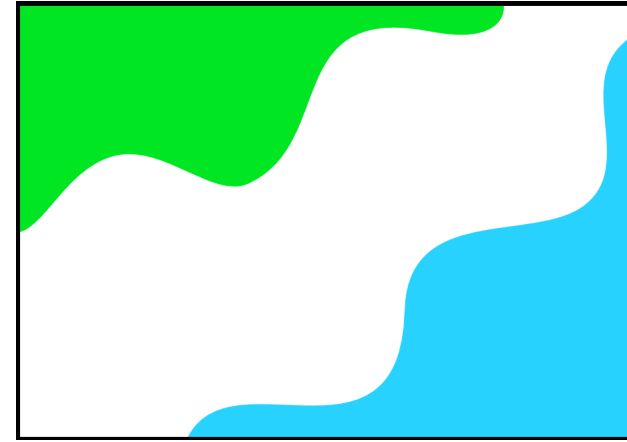
4.6 typographie
secondaire

4.0 Charte
graphique

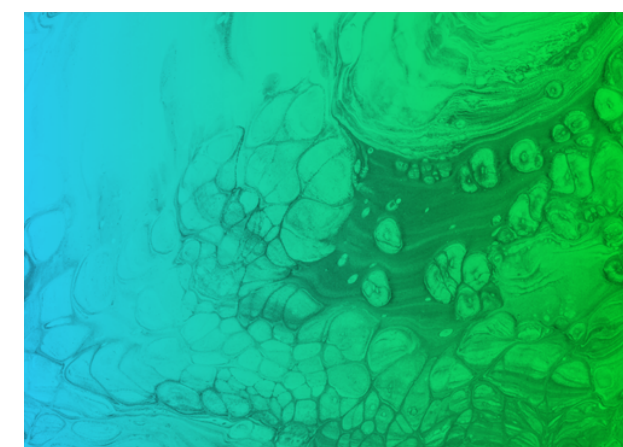
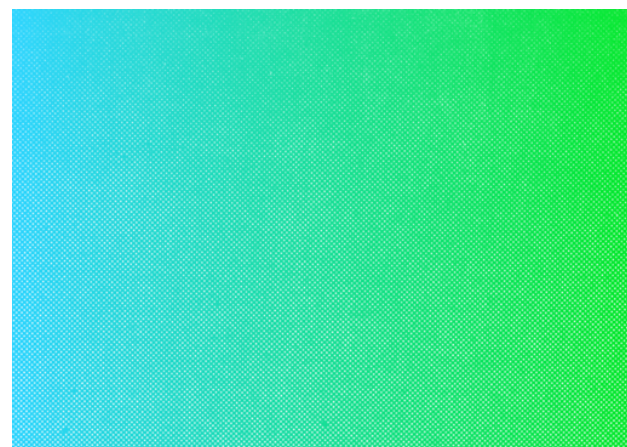
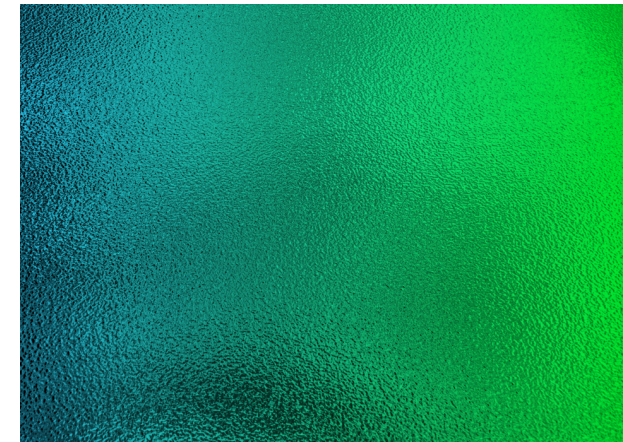


4.7 Motifs et formes

L'identité visuelle de Nemabe s'appuie sur des motifs et formes aux lignes douces et arrondies, créant un sentiment de mouvement et de fluidité dans les visuels.



Ces éléments peuvent inclure la représentation du caméléon, des fonds à courbes, des fonds Caméléon Nemabe, ainsi que diverses textures, à condition de respecter les couleurs définies par la charte.



Il y en a également 60 qui ont été réalisés en interne pour nous aider lors de la création de post instagram, de diapositive ou de fond pour mettre en valeur le logo.

4.7 Motifs et formes

4.0 Charte graphique



4.8 Motifs et formes

Le caméléon pourra être utilisé de différentes manières en combinaison avec les motifs et formes, tant que les règles rédigées dans la charte sont respectées.

L'icône de profil, ou d'autres éléments graphiques pourront être conçus à partir de cela, ils devront nous être communiqués et partagés avant toute utilisation majeure.



4.8 Motifs et formes

4.0 Charte graphique

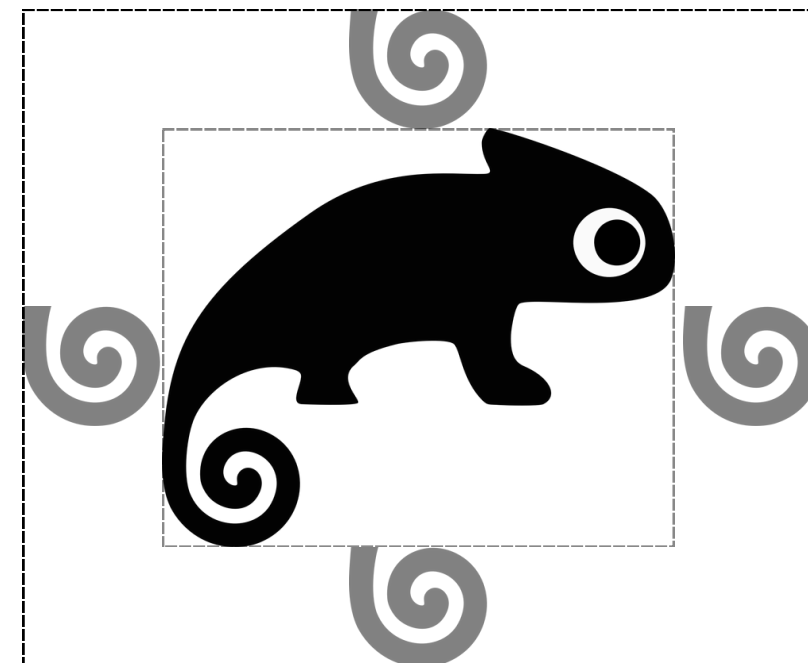
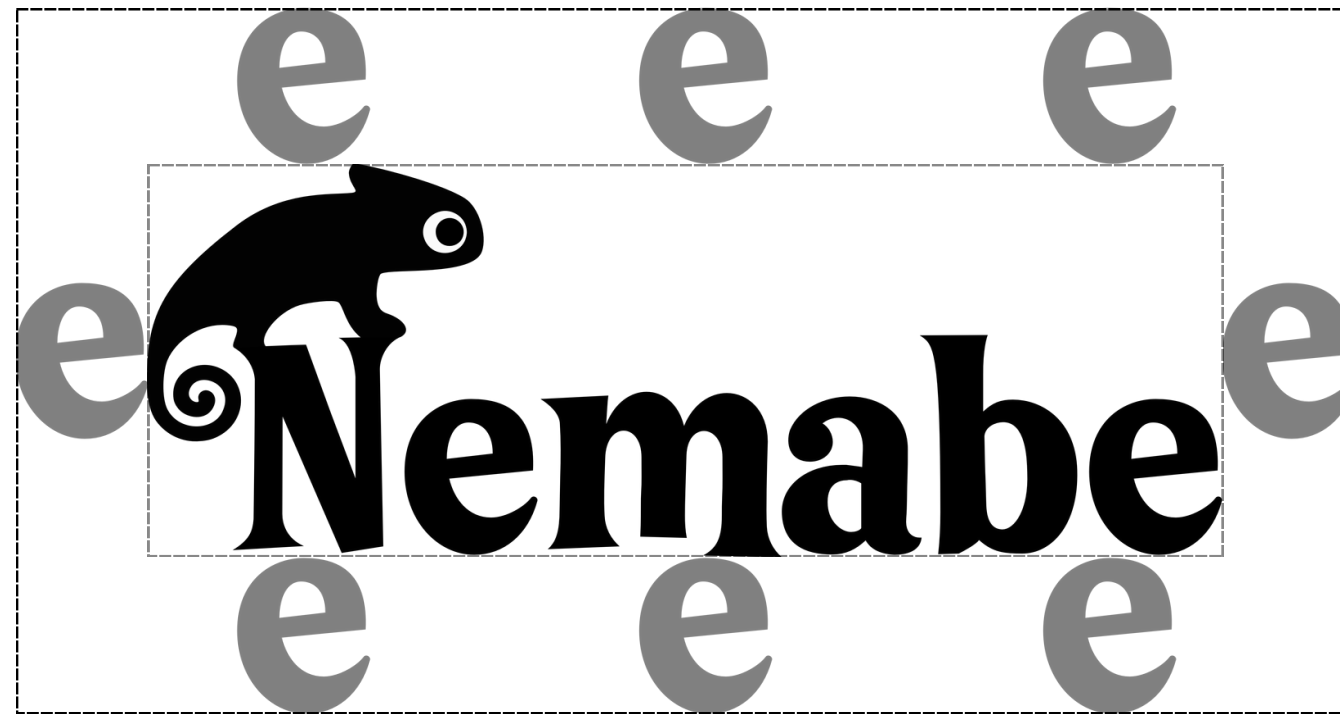
4.9 Zone de protection

Afin de préserver l'impact visuel et la lisibilité du logo Nemabe, une zone de protection minimale doit être respectée autour de chaque version du logo.

Aucun élément graphique, texte ou bord de document ne doit empiéter sur cet espace.

La zone de protection est définie selon des unités proportionnelles aux éléments du logo : pour le logo complet et le logotype seul, l'unité correspond à la hauteur et largeur de la lettre "E" du logotype, tandis que pour le symbole seul, elle correspond à la spirale de la queue du caméléon.

Cette unité doit être respectée de manière égale sur tous les côtés (haut, bas, gauche et droite) afin d'assurer une visibilité optimale et de maintenir l'intégrité de l'identité visuelle.



4.9 Zone de protection

4.0 Charte graphique



Dossier de planification

6.1 Organisation générale du projet

La planification du projet Nemabe a permis d'organiser les différentes étapes de conception et de production tout en assurant une répartition efficace des tâches entre les membres de l'équipe. Pour garantir le respect des délais et des objectifs fixés, plusieurs outils de gestion de projet ont été utilisés, notamment un diagramme de Gantt pour la planification temporelle des activités et un diagramme PERT pour identifier les dépendances entre les tâches. Un suivi régulier a également été mis en place afin d'ajuster le planning en fonction de l'avancement du projet.

S6 - 04/02/2026 : Constitution des équipes, élection des chefs de projet

S8 - 22/02/2026 : Cahier des charges (CL)

S9 - 28/02/2026 : Nom et Logo (CL + Bara)

S10 - 08/03/2026 : Dossier de planification (CL)

S12 - 22/03/2026 : Charte graphique (CL + Bara)

S14 - 04/04/2026 : Revue du projet (CL)

S21 - 24/05/2026 : Site vitrine opérationnel (CL + Errante)

S22 - 28/05/2026 : Présentation Teaser (CL, Herman) + évènement terminé

S23 - 04/06/2026 : Cahier de conception + résultats communication et évènement + cahier de maintenance / installation site (CL)

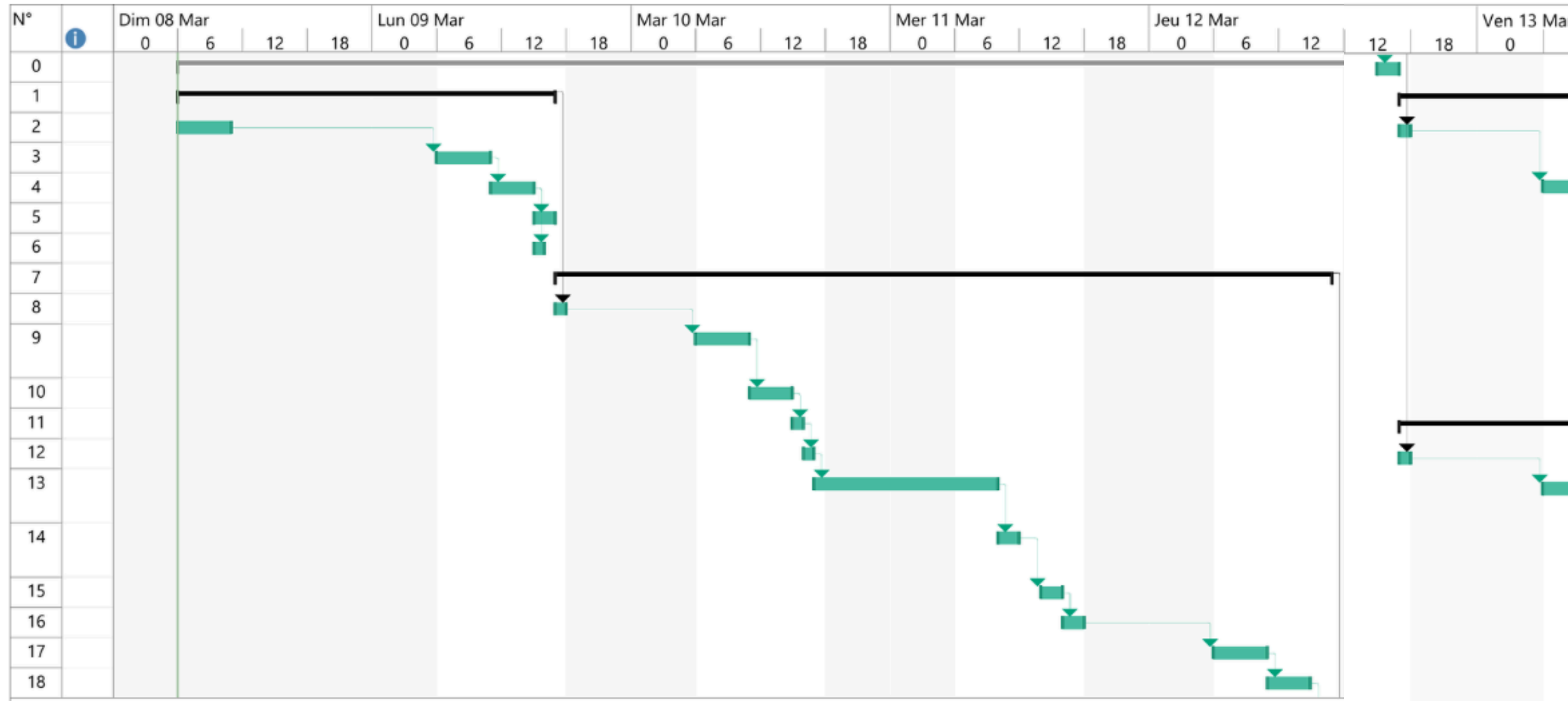
S24 - 11/06/2026 : Soutenance du projet

5.0 Charte graphique

**6.0
Planification**

7.0 Conception du
site web

6.2 diagramme de Gantt



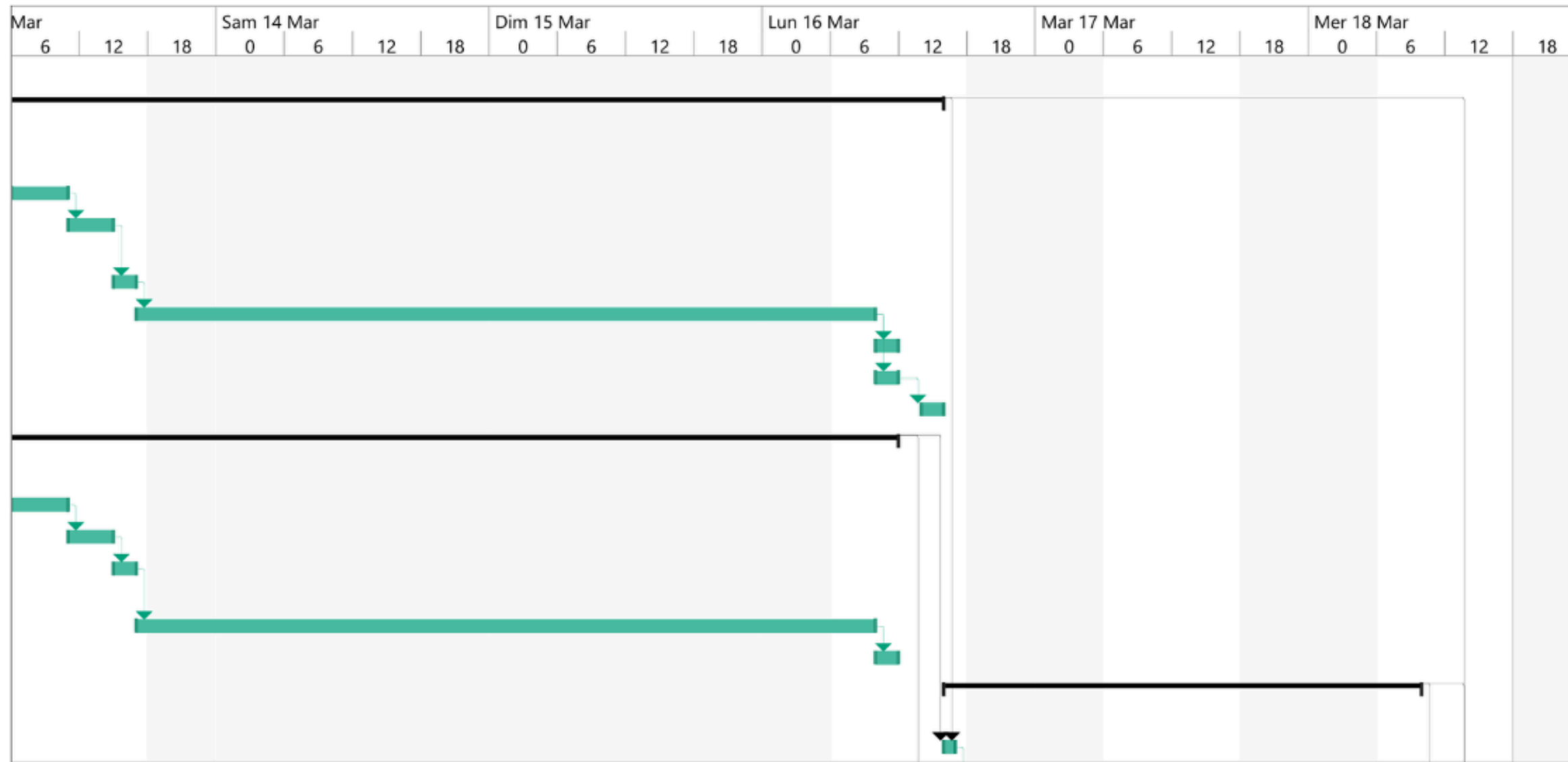
Projet : Projet_Nemabe Date : Dim 08/03/26	Tâche		Récapitulatif inactif		Tâches externes	
	Fractionnement		Tâche manuelle		Jalons externes	
	Jalon		Durée uniquement		Échéance	
	Récapitulative		Report récapitulatif manuel		Avancement	
	Récapitulatif du projet		Récapitulatif manuel		Progression manuelle	
	Tâche inactive		Début uniquement			
Jalon inactif		Fin uniquement				

5.0 Charte graphique

6.0
Planification

7.0 Conception du
site web

6.2 Diagramme de Gantt



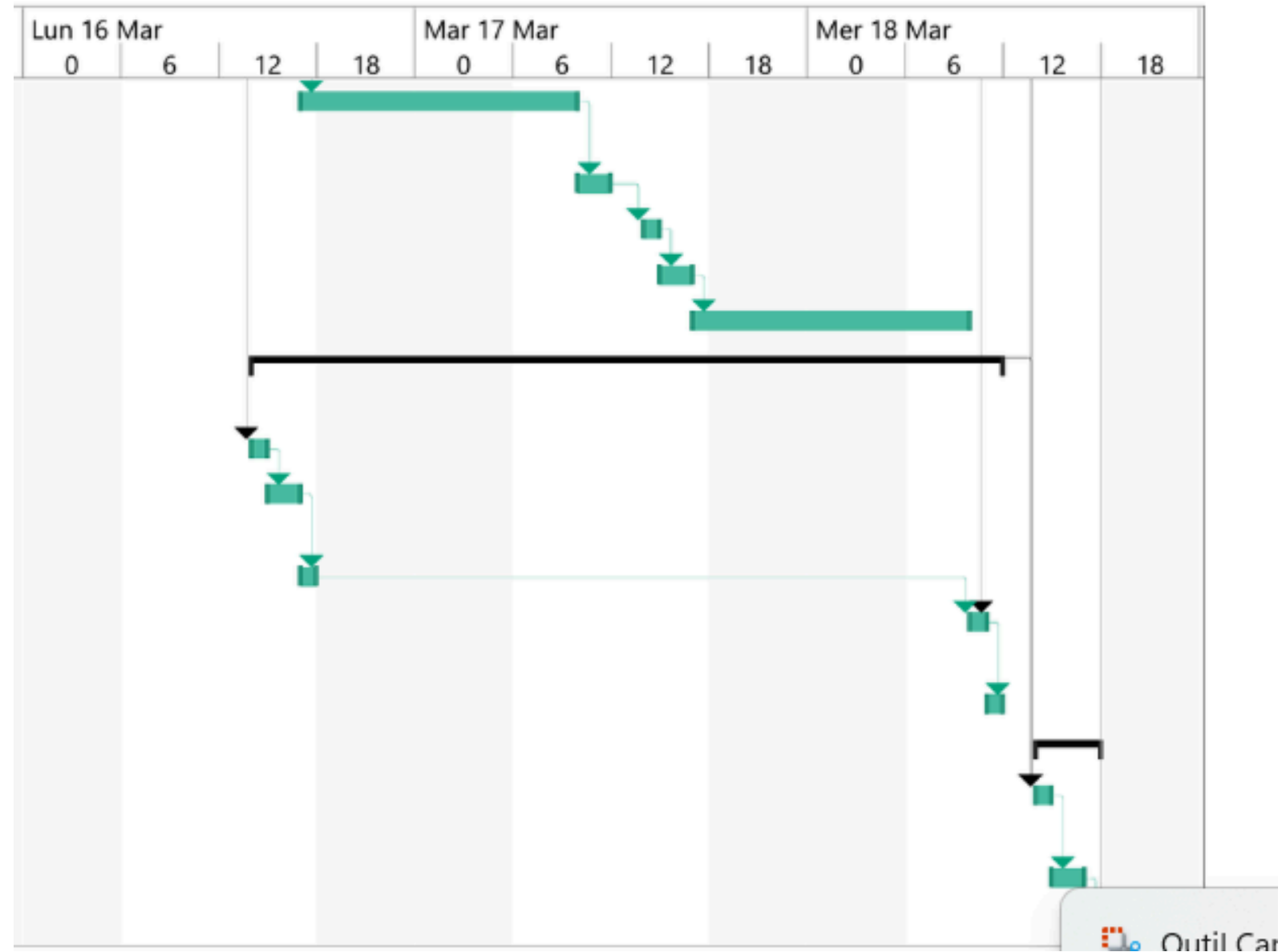
5.0 Charte graphique

6.0
Planification

7.0 Conception du
site web

Projet : Projet_Nemabe Date : Dim 08/03/26	Tâche	■	Récapitulatif inactif	▬	Tâches externes	▬
	Fractionnement	⋯	Tâche manuelle	▬	Jalons externes	◆
	Jalon	◆	Durée uniquement	▬	Échéance	↓
	Récapitulative	▬	Report récapitulatif manuel	▬	Avancement	▬
	Récapitulatif du projet	▬	Récapitulatif manuel	▬	Progression manuelle	▬
	Tâche inactive	▬	Début uniquement	⌈		
	Jalon inactif	◇	Fin uniquement	⌋		

6.2 Diagramme de Gantt



5.0 Charte graphique

6.0
Planification

7.0 Conception du
site web

6.3 suivi et ajustement

Tout au long du projet, le planning prévisionnel a été globalement respecté et aucune échéance n'a dû être modifiée. Certaines livraisons ont néanmoins été réalisées dans des délais très serrés, avec parfois quelques heures de retard par rapport à la date prévue. Malgré ces contraintes, l'ensemble des objectifs a été atteint dans le calendrier fixé au départ. Afin d'assurer un suivi efficace de l'avancement, l'équipe a organisé des réunions hebdomadaires permettant de faire le point sur les tâches en cours, d'identifier les éventuelles difficultés et de répartir le travail entre les différents membres. Cette organisation régulière a favorisé une bonne coordination de l'équipe et a permis de maintenir le projet sur la bonne trajectoire jusqu'à sa finalisation.

Le diagramme de Gantt est un outil de planification essentiel dans un projet de création d'agence, car il permet d'organiser et de visualiser l'ensemble des étapes nécessaires à sa mise en place. Présenté sous la forme d'un calendrier, il indique les dates de début et de fin de chaque tâche, leur durée ainsi que les éventuelles dépendances entre elles. Dans le cadre de la création d'une agence, il peut inclure des étapes telles que l'étude de marché, la réalisation du business plan, les démarches administratives, la recherche de locaux, le recrutement du personnel, la création des supports de communication et le lancement de l'activité. Son principal intérêt est de faciliter le suivi de l'avancement du projet, d'anticiper les retards et de s'assurer que les objectifs sont atteints dans les délais prévus. En intégrant un diagramme de Gantt à un dossier de planification, le porteur de projet démontre sa capacité à gérer efficacement les différentes phases de création de son agence et à structurer son développement de manière cohérente et réaliste.

5.0 Charte graphique

6.0
Planification

7.0 Conception du
site web



Le site web

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

7.1 Les objectifs du site

Le site web a été conçu comme un site vitrine ayant pour objectif principal de présenter l'agence, son identité ainsi que les produits et services qu'elle propose. Il constitue un support de communication central permettant aux visiteurs de découvrir l'univers de l'agence, ses valeurs et son expertise.

La page d'accueil met notamment en avant le teaser promotionnel afin de renforcer l'attractivité du site et de promouvoir l'image de l'agence de manière dynamique. Le site a également pour vocation de valoriser les différentes réalisations du projet et de renforcer la crédibilité de l'agence auprès de son public cible.

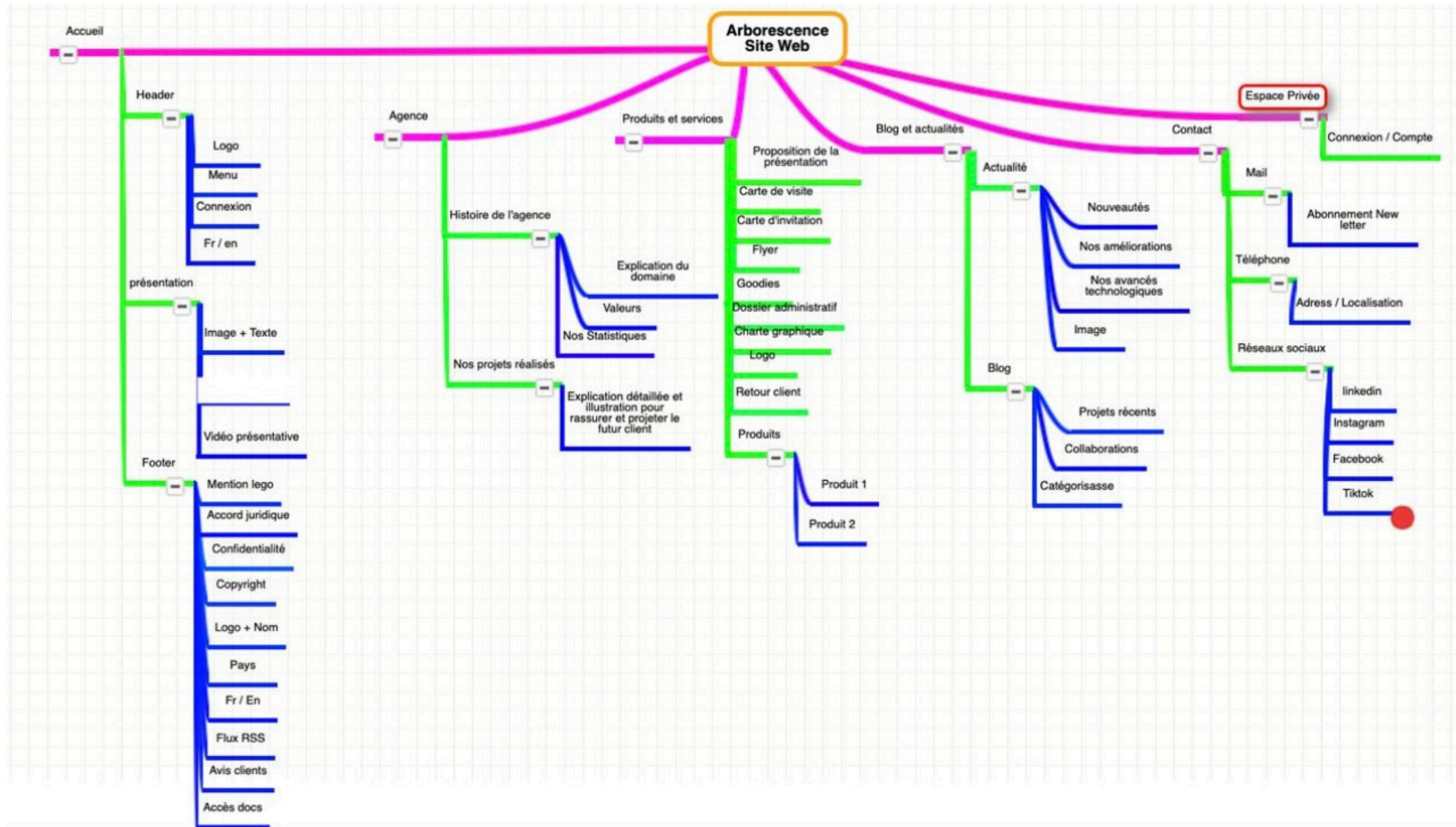
Par ailleurs, la présence d'un blog permet de partager des informations, des actualités et du contenu pertinent en lien avec l'activité de l'agence. Enfin, une page de contact dédiée facilite les échanges avec les visiteurs en leur permettant de prendre rapidement contact avec les membres de l'équipe pour obtenir des renseignements ou faire appel aux services proposés.

6.0 Dossier de
planification

**7.0 Conception
du site web**

8.0 Réseaux
sociaux

7.2 L'arborescence



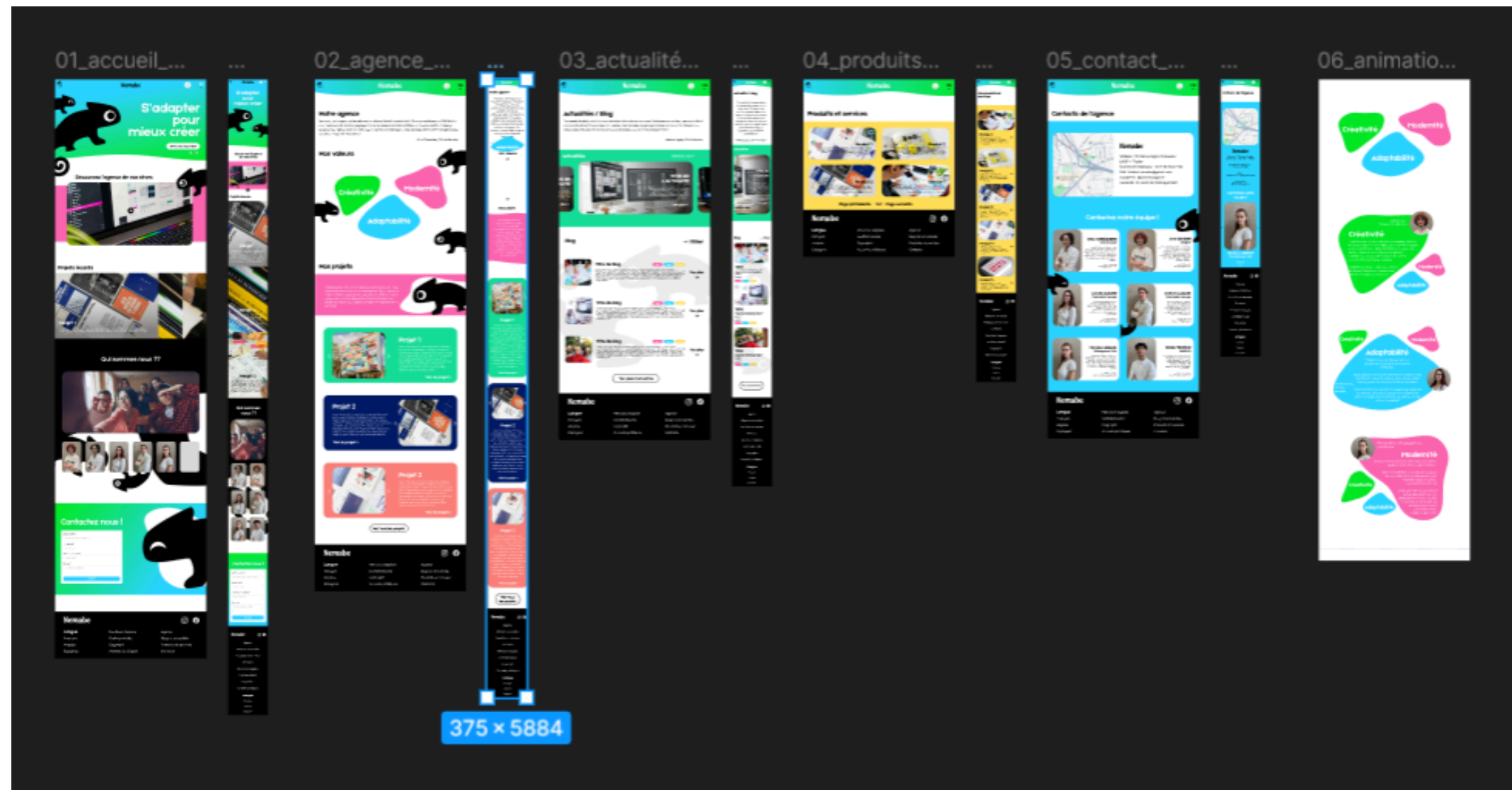
6.0 Dossier de planification

7.0 Conception du site web

8.0 Réseaux sociaux

7.3 La maquette

https://www.figma.com/design/Rk4PtGnkQhOgEXCwj6yEue/Groupe_A2_Nemabe?node-id=238-1513&t=aw8jKNdUmr5gZT4v-1



6.0 Dossier de planification
7.0 Conception du site web
8.0 Réseaux sociaux

7.3 La maquette

La réalisation d'une maquette filaire (ou wireframe) avant la création d'un site web vitrine est une étape importante, car elle permet de définir la structure et l'organisation du site avant de commencer son développement et son design graphique. Cette maquette sert à visualiser l'emplacement des différents éléments, tels que les menus, les textes, les images, les boutons ou les formulaires de contact. Elle facilite la réflexion sur l'expérience utilisateur en s'assurant que la navigation soit claire, intuitive et adaptée aux besoins des visiteurs. De plus, elle permet d'identifier et de corriger d'éventuels problèmes d'organisation en amont, ce qui réduit les modifications coûteuses lors de la phase de développement. La maquette filaire constitue donc un véritable plan de construction du site web, garantissant une conception plus efficace, cohérente et conforme aux objectifs du projet.

6.0 Dossier de
planification

**7.0 Conception
du site web**

8.0 Réseaux
sociaux

7.4 maintenance du site web

Le site web de l'agence Nemabe a été développé sous WordPress et est hébergé sur la plateforme Hostinger. La maintenance du site sera assurée par l'équipe de l'agence afin de garantir sa disponibilité, sa sécurité et son bon fonctionnement dans le temps. Les sauvegardes automatiques proposées par l'hébergeur permettront de sécuriser les données du site et de faciliter leur restauration en cas de problème technique.

Une veille régulière sera effectuée afin de mettre à jour WordPress, le thème utilisé et les éventuelles extensions installées, garantissant ainsi la compatibilité et les performances du site. L'équipe assurera également la mise à jour des contenus des différentes pages vitrines afin de maintenir des informations actuelles et cohérentes avec l'image de l'agence. Enfin, des contrôles périodiques seront réalisés pour vérifier le bon affichage du site sur les différents supports et navigateurs, ainsi que le bon fonctionnement des moyens de contact mis à disposition des visiteurs.

6.0 Dossier de planification

7.0 Conception du site web

8.0 Réseaux sociaux

7.4 Choix des fonctionnalités

Site bilingue (français et anglais)

Le choix de proposer le site web de l'agence Nemabe en français et en anglais répond à une volonté d'ouverture vers un public plus large. Cette fonctionnalité permet de rendre les contenus accessibles à des visiteurs internationaux, d'améliorer la visibilité de l'agence auprès de clients potentiels situés à l'étranger et de renforcer son image professionnelle. Un site bilingue constitue également un atout en matière de communication et de développement commercial.

Intégration d'un flux RSS

L'intégration d'un flux RSS permet aux visiteurs de suivre facilement les actualités, les nouveautés et les publications de l'agence. Cette fonctionnalité favorise la diffusion rapide des informations et permet aux utilisateurs de rester informés sans avoir à consulter régulièrement le site. Elle participe également à la mise en valeur du contenu produit par l'agence.

Protection des contenus et copyright

Une mention de copyright a été ajoutée au site afin de protéger les contenus publiés, qu'il s'agisse des textes, des images, des créations graphiques ou de tout autre élément appartenant à l'agence. Cette mention rappelle que les contenus sont soumis aux droits de propriété intellectuelle et qu'ils ne peuvent pas être reproduits ou utilisés sans autorisation préalable.

6.0 Dossier de planification

7.0 Conception du site web

8.0 Réseaux sociaux

7.4 Choix des fonctionnalités

Politique de confidentialité

Une page dédiée à la confidentialité a été mise en place afin d'informer les utilisateurs sur la manière dont leurs données personnelles sont collectées, utilisées et protégées. Cette rubrique renforce la transparence du site et permet de répondre aux exigences du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Elle contribue à instaurer un climat de confiance entre l'agence et ses visiteurs.

Mentions légales

Le site dispose également d'une page de mentions légales regroupant l'ensemble des informations obligatoires relatives à son exploitation. Cette page précise notamment l'identité de l'éditeur du site, les coordonnées de l'hébergeur ainsi que les conditions d'utilisation. La présence de ces informations permet d'assurer la conformité juridique du site et de renforcer sa crédibilité.

Espace de connexion réservé aux examinateurs

Un espace de connexion sécurisé a été développé afin de permettre aux examinateurs d'accéder à des ressources spécifiques liées au projet. Cette fonctionnalité offre un accès contrôlé à certains documents ou informations qui ne sont pas destinés au grand public. Elle garantit une meilleure organisation des contenus tout en assurant leur confidentialité.

6.0 Dossier de planification

7.0 Conception du site web

8.0 Réseaux sociaux

7.4 Choix des fonctionnalités

Moyen de contact

Afin de faciliter les échanges avec les visiteurs, plusieurs solutions de contact ont été intégrées au site. Un formulaire de contact permet aux utilisateurs d'envoyer directement leurs demandes ou leurs questions depuis le site. En complément, des numéros de téléphone sont mis à disposition afin de favoriser une prise de contact rapide et directe. Ces différents moyens de communication améliorent l'accessibilité de l'agence et renforcent la relation avec les clients potentiels.

Une expérience professionnelle

L'ensemble de ces choix de conception a été réalisé dans le but de proposer un site web professionnel, accessible et conforme aux bonnes pratiques du numérique. Ces fonctionnalités améliorent l'expérience utilisateur, renforcent la confiance des visiteurs et contribuent à valoriser l'image de l'agence Nemabe auprès de ses différents publics.

6.0 Dossier de planification

7.0 Conception du site web

8.0 Réseaux sociaux



Réseaux sociaux

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

8.1 Ligne éditoriale

La stratégie de communication digitale repose sur une ligne éditoriale **professionnelle, créative** et **dynamique**.

L'objectif: refléter l'identité de l'agence en mettant en avant son expertise dans les domaines de l'infographie, du multimédia et de la communication visuelle.

Les publications abordent plusieurs thématiques :

- Présentation des services de l'agence
- Mise en avant des réalisations graphiques
- Valorisation des compétences de l'équipe
- Promotion de l'événement de lancement
- Actualités et conseils liés au design graphique et à la communication visuelle.

8.1 Ligne éditoriale

8.2 Objectifs des publications

8.2 Objectifs des publications

Les publications sur les réseaux sociaux poursuivent plusieurs objectifs :

- Faire connaître l'agence NEMABE auprès du grand public
- Développer la notoriété de la marque
- Promouvoir l'événement de lancement organisé autour du concept du citron
- Informer le public sur les activités de l'agence
- Attirer de potentiels clients et partenaires
- Créer une communauté engagée autour de l'univers graphique de NEMABE.

Cette présence digitale constitue un levier essentiel pour renforcer la visibilité de l'agence dès son lancement.

**8.2 Objectifs
des
publications**

8.3 Création des
contenus

8.3 Création des contenus

La création des contenus suit plusieurs étapes :

- Définition du message à transmettre
- Recherche d'inspirations graphiques
- Réalisation des maquettes
- Vérification du respect de la charte graphique
- Publication sur les réseaux sociaux.

Pour la conception des visuels, différents logiciels ont été utilisés tels que Canva et Affinity. Ces outils permettent de produire des contenus professionnels adaptés aux formats des réseaux sociaux.

Les choix graphiques reposent sur l'utilisation des couleurs principales de la marque, notamment le vert et le bleu, associées à des compositions modernes et dynamiques. Les typographies retenues garantissent également la cohérence visuelle entre les différents supports de communication.

**8.3 Création
des contenus**

8.4 Nos contenus

8.4 Nos contenus

Post 1 : Présentation de l'agence

Cette publication présentait l'identité de l'agence, ses domaines d'activité ainsi que ses valeurs. Le design mettait en avant le logo, le slogan « S'adapter pour mieux créer » et les couleurs principales de la charte graphique.

Objectif :

- Faire connaître l'agence
- Créer une première impression professionnelle
- Développer la notoriété de la marque.

**8.4 Nos
contenus**

**8.5 Résultats et
cohérence**

8.4 Nos contenus

Post 2 : Réel de présentation de l'équipe

Le deuxième contenu publié était un réel vidéo présentant les membres de l'équipe ainsi que leurs rôles respectifs au sein du projet. Cette publication permettait de mettre en avant l'aspect humain de l'agence et de valoriser les compétences de chaque membre.

Objectif :

- Humaniser la marque
- Présenter l'équipe fondatrice
- Renforcer la proximité avec le public.

**1.4 Nos
contenus**

**8.5 Résultats et
cohérence**

8.4 Nos contenus

Post 3 : Affiche de l'événement

Cette publication présentait l'affiche officielle de l'événement. Elle regroupait les informations essentielles telles que les sponsors, les lots à gagner ainsi que les éléments visuels liés au concept de l'événement.

Objectif :

- Promouvoir l'événement
- Informer le public
- Valoriser les partenaires et sponsors.

**1.4 Nos
contenus**

**8.5 Résultats et
cohérence**

8.4 Nos contenus

Post 4 : Règles du jeu et objectifs de l'événement

Ce post avait pour but d'expliquer le fonctionnement de l'événement et les règles que les participants devaient respecter. Il détaillait également les objectifs et le déroulement général de l'animation.

Objectif :

- Informer les participants ;
- Faciliter la compréhension du concept ;
- Encourager la participation.

**1.4 Nos
contenus**

**8.5 Résultats et
cohérence**

8.4 Nos contenus

Post 5 : Remerciements aux sponsors

Le dernier post publié après l'événement était consacré aux remerciements des sponsors et partenaires ayant soutenu le projet. Cette publication valorisait leur contribution et témoignait de la reconnaissance de notre équipe.

Objectif :

- Remercier les partenaires ;
- Valoriser les collaborations réalisées ;
- Renforcer les relations professionnelles.

**1.4 Nos
contenus**

**8.5 Résultats et
cohérence**

8.5 Résultats et cohérence avec la stratégie

L'ensemble des publications respecte la stratégie de communication définie pour le projet. Elles contribuent à construire une image professionnelle et moderne de l'agence tout en assurant une cohérence visuelle sur tous les supports.

Les réseaux sociaux jouent un rôle central dans le projet puisqu'ils permettent de promouvoir l'événement, d'accroître la notoriété de NEMABE et de développer sa visibilité auprès de sa cible. Ils constituent également un moyen efficace de créer une relation directe avec les futurs clients et partenaires.

8.5 Résultats et cohérence avec la stratégie

9.1 Teaser et gestion de projet



Teaser et gestion de projet

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

9.1 Objectifs

Le teaser promotionnel a été réalisé afin d'accompagner le lancement de l'agence NEMABE et de renforcer sa visibilité. Ce format vidéo permet de présenter rapidement l'identité, les valeurs et le savoir-faire tout en captant l'attention du public. Il constitue un support de communication efficace pour promouvoir l'agence de manière dynamique et professionnelle.

À travers ce teaser, nous souhaitons montrer l'importance de l'écoute du client et du professionnalisme dans les métiers de la communication visuelle. La mise en scène oppose une agence peu sérieuse, qui ne répond pas aux attentes du client, à NEMABE, qui propose un accompagnement adapté et des solutions de qualité. Ce contraste permet de mettre en avant les valeurs et illustre le slogan : « S'adapter pour mieux créer ».

9.1 Objectifs

9.2 Concept
créatif

9.2 Concept créatif

L'idée principale du teaser repose sur la comparaison entre deux agences aux approches opposées. La première agence est présentée de manière négative, avec un environnement peu accueillant et un manque d'écoute envers le client. À l'inverse, NEMABE est mise en avant comme une agence moderne, professionnelle et capable de répondre efficacement aux besoins de ses clients. Ce contraste permet de valoriser nos compétences et nos valeurs.

Nous avons souhaité créer une ambiance à la fois humoristique et professionnelle. Les scènes de la première agence utilisent une atmosphère volontairement désorganisée afin de souligner ses défauts, tandis que les séquences consacrées à NEMABE mettent en avant un environnement plus dynamique, sérieux et moderne. Cette opposition renforce l'impact du message transmis.

Pour la réalisation du teaser, nous nous sommes inspirés des vidéos promotionnelles d'entreprises et des contenus publicitaires utilisant la comparaison pour démontrer les avantages d'un produit ou d'un service. Nous avons également repris certains codes visuels du monde de la communication et du marketing afin de rendre le message clair, accessible et mémorable.

9.2 Concept
Créatif

9.3 Storyboard

9.3 Storyboard

Le teaser débute par la présentation d'une agence peu professionnelle. Les premières scènes montrent un graphiste travaillant dans un environnement sombre et désorganisé. Malgré les demandes du client, celui-ci ne prend pas en compte ses attentes et propose un accompagnement de faible qualité.

La seconde partie du teaser introduit l'agence NEMABE. Les scènes mettent en avant un environnement de travail moderne, des échanges constructifs avec le client ainsi qu'un travail collaboratif entre les membres de l'équipe. Plusieurs plans montrent également la réalisation de créations graphiques et l'implication des différents intervenants dans le projet.



9.3 Storyboard

9.4 Réalisation

9.4 Réalisation

La réalisation du teaser a nécessité l'utilisation de différents équipements audiovisuels. Le tournage a été effectué à l'aide de deux appareils photo Canon EOS 80D montés sur trépieds afin de garantir la stabilité des plans. Pour la captation sonore, nous avons utilisé deux micros-cravates reliés à un enregistreur Zoom, permettant d'obtenir une meilleure qualité audio lors des dialogues. L'ensemble de ce matériel nous a permis de réaliser des prises de vue et de son adaptées aux objectifs du projet.

Le tournage s'est déroulé dans deux environnements distincts afin de renforcer le contraste entre les deux agences présentées dans le teaser. Pour la première agence, un fond noir et une mise en scène minimaliste ont été utilisés afin de créer une ambiance inconfortable et peu accueillante. À l'inverse, les scènes de NEMABE ont été tournées dans un espace de travail ouvert (open space), reflétant une image plus professionnelle, organisée et dynamique. Ce choix de lieux participe directement à la compréhension du message transmis par la vidéo.

Le montage a suivi les étapes classiques de production audiovisuelle : dérushage des séquences, sélection des meilleures prises, assemblage des plans et ajustements finaux. Afin de renforcer l'opposition entre les deux agences, différents effets sonores ont été utilisés. Dans la première partie, aucun fond musical n'a été ajouté afin de créer une atmosphère pesante. Des bruitages de lumières clignotantes ont également été intégrés pour accentuer l'aspect délabré du studio. À l'inverse, la seconde partie est accompagnée d'une musique douce et chaleureuse qui met en valeur l'ambiance conviviale, le professionnalisme et le sérieux de l'agence NEMABE.

9.4 Réalisation


9.5 Résultat final

9.5 Résultat final

[https://drive.google.com/drive/folders/1A7p3oe8EIPD6HzHDT0doyVLID2DYP6v6?
usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1A7p3oe8EIPD6HzHDT0doyVLID2DYP6v6?usp=sharing)

9.5 Résultat
final

10.1 Présentation
du concept



Conception et organisation de l'événement

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

10.1 Présentation du concept

Afin d'accompagner le lancement de l'agence NEMABE, un événement original a été imaginé autour du concept du « citron ». Ce choix permet de créer un univers visuel fort et facilement identifiable tout en offrant une expérience originale au public.

L'événement constitue une opportunité de présenter l'agence, ses compétences et ses réalisations dans un cadre convivial favorisant les échanges.

10.1
Présentation
du concept

10.2 Objectifs de
l'événement

10.2 Objectifs de l'événement

L'événement poursuit plusieurs objectifs :

- Faire connaître l'agence NEMABE
- Développer sa notoriété
- Promouvoir ses services auprès du public
- Créer une expérience mémorable pour les participants
- Favoriser les rencontres avec de potentiels clients et partenaires
- Renforcer l'image professionnelle et innovante de l'agence.

10.2 Objectifs
de
l'événement

10.3 Public cible

10.3 Public cible

L'événement s'adresse principalement :

- Aux étudiants et jeunes professionnels intéressés par les métiers de la communication
- Aux entrepreneurs et porteurs de projets
- Aux entreprises à la recherche de prestations graphiques
- Aux partenaires institutionnels et sponsors
- Au grand public intéressé par la création visuelle.

Ce choix est cohérent avec les activités de l'agence et permet de toucher les futurs clients potentiels.

**10.3 Public
cible**

**10.4 Organisation
logistique**

10.4 Communication de l'événement

Plusieurs supports de communication ont été utilisés afin d'assurer la promotion de l'événement :

- Affiches
- Publications sur les réseaux sociaux
- Invitations
- Flyers
- Supports numériques diffusés sur le site internet et les plateformes digitales.

L'ensemble de ces supports respecte la charte graphique de NEMABE afin de garantir une communication homogène.

10.4
Communication
de
l'événement
10.5
Déroulement

10.5 Déroulement

Le déroulement prévisionnel de l'événement est le suivant :

1. Accueil des participants
2. Présentation de l'agence NEMABE
3. Découverte des réalisations graphiques
4. Présentation du concept de l'événement
5. Animations et échanges avec les visiteurs
6. Rencontre avec les partenaires et sponsors
7. Clôture de l'événement.

10.5
Déroulement

10.6
Bilan de
l'événement

10.6 Bilan de l'événement

L'événement a permis de promouvoir efficacement l'agence et de renforcer sa visibilité auprès du public ciblé.

Les principaux points positifs concernent :

- La cohérence de l'identité visuelle
- L'intérêt suscité auprès des participants
- La mise en valeur des compétences de l'agence.
-

Certaines difficultés ont pu concerner l'organisation logistique, la gestion du temps ou la coordination des différents intervenants.

Cette expérience a permis de mieux comprendre les enjeux liés à la communication événementielle et a apporté des enseignements utiles pour les futurs projets de l'agence.

**10.6 Bilan de
l'événement**

**10.7
Bilan de
l'événement**



Gestion de projet

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

11.1 Méthodologie de travail

Pour créer l'agence Nemabe en quatre mois, notre groupe de six étudiants s'est séparé le travail par spécialités (gestion de projet, graphisme, développement web, communication et vidéo) afin de pouvoir avancer sur plusieurs tâches en même temps. Comme nous travaillions beaucoup à distance, nous avons organisé des réunions toutes les semaines pour faire le point sur l'avancement, régler les problèmes et adapter notre planning. Ce rythme nous a permis de réussir, même si un peu plus de communication interne nous aurait évité un gros coup de stress lors des dernières semaines du projet, où de nombreux livrables arrivaient en même temps.

11.1
Méthodologie
de travail

11.2 Répartition
des rôles

11.2 Répartition des rôles

Dans notre groupe de six, chacun avait un rôle précis adapté à ses compétences. Enzo était le chef de projet et s'occupait de la gestion globale, des plannings et du cahier des charges. Marylou gérait toute la partie développement web pour créer le site sur WordPress. Amélie et Nathan travaillaient ensemble comme Community Managers pour s'occuper de la communication, des réseaux sociaux et de l'événement. Enfin, Axel et Badis étaient les graphistes chargés de toute l'identité visuelle, du logo caméléon et de la charte graphique.

Nous avons choisi cette organisation car c'était beaucoup plus efficace pour avancer et diviser le travail. Cependant, nous n'étions pas bloqués de façon stricte sur nos rôles : dès qu'un spécialiste avait besoin d'aide ou qu'il y avait une surcharge de travail sur une tâche, tout le monde s'entraidait pour faire progresser le projet. C'était la meilleure méthode pour bien gérer notre temps avec les autres cours et s'assurer que l'ensemble du projet soit prêt dans les délais.

11.2
Répartition
des rôles

11.3 Outils utilisés

11.3 Outils utilisés

Pour collaborer efficacement et mener à bien toutes les missions de l'agence Nemabe, nous avons utilisé plusieurs outils numériques adaptés à nos besoins. D'abord, Google Drive nous a permis de stocker, organiser et partager tous nos documents de manière sécurisée afin que toute l'équipe puisse y accéder facilement. Pour suivre l'avancement de nos tâches au quotidien, nous avons choisi Trello et son système de cartes à déplacer selon l'état des productions. Notre communication interne a été entièrement gérée sur Discord, qui était l'outil principal pour échanger rapidement par écrit, faire nos réunions à distance et partager nos écrans pour valider notre travail. Enfin, pour toute la partie création, nous avons combiné deux logiciels : Canva pour concevoir rapidement des visuels adaptés aux formats des réseaux sociaux, et Affinity comme outil principal pour réaliser des créations graphiques plus poussées et travailler proprement sur l'identité visuelle de l'agence.

**11.3 Outils
utilisés**

**11.4 Difficultés
rencontrées**

11.4 Difficultés rencontrées

Durant le projet, notre principale difficulté a été la gestion du temps. Comme notre emploi du temps était partagé avec les autres cours, nous avons eu une grosse surcharge de travail sur les dernières semaines car beaucoup de livrables arrivaient en même temps. Cela a aussi compliqué la coordination de l'équipe : comme nous travaillions beaucoup à distance, les informations ont parfois mal circulé et cela nous a mis sous pression pour respecter les dates limites. Enfin, nous avons eu des contraintes techniques, comme le fait de devoir respecter des formats d'impression très précis ou le manque de temps pour tester toutes les fonctionnalités de notre site WordPress.

**11.4 Difficultés
rencontrées**

**11.5 Solutions
apportées**

11.5 Solutions apportées

Pour résoudre ces problèmes, notre groupe a su réagir rapidement en s'entraidant dès qu'une surcharge de travail apparaissait sur une tâche. Pour améliorer notre coordination à distance et faire mieux circuler les informations, nous avons renforcé nos discussions sur Discord et utilisé Trello de manière plus précise pour suivre les priorités. Enfin, face aux contraintes techniques et au manque de temps pour le site WordPress, nous avons partagé nos compétences pour régler les bugs ensemble et nous assurer que tous les fichiers soient rendus au bon format et dans les délais.

**11.5 Solutions
apportées**

12 Stratégie de
communication



Cahier des charges

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

13.1 Besoins identifiés

Notre projet part de besoins concrets exprimés par le commanditaire.

Il lui fallait une identité de marque complète (nom, logo, charte graphique) pour que l'agence existe visuellement.

Il lui fallait un site web pour être visible et crédible en ligne. Il lui fallait une stratégie de communication pour se faire connaître.

Et il lui fallait des preuves concrètes de notre capacité :

un teaser, un événement physique, une présence active sur les réseaux. À tout cela s'ajoutait la nécessité de produire une documentation officielle complète pour assurer la continuité du projet au-delà de notre soutenance.

13.2 Objectifs du projet

Nos résultats attendus étaient clairement définis. Nous devions livrer un logo finalisé avec toutes ses déclinaisons et une charte graphique applicable sur tous les supports. Notre site web devait être en ligne, responsive, avec espace client sécurisé et version anglaise. Le teaser devait être diffusé. L'événement Citron devait avoir eu lieu le 23 mai 2026. Nos réseaux sociaux devaient être animés de façon cohérente. Et l'ensemble de nos documents officiels devait être remis avant la soutenance du 11 juin 2026.

12. Stratégie de communication

13. Cahier des charges

14. Bilan et conclusion

13.3 Contraintes

Identifiant	Livrables	Tâches	Durée	Prédécesseur	Ressources
1.	LOGO & IDENTITÉ VISUELLE		9h		
1.1	-	Recherche conceptuelle	2h		Équipe projet
1.2	-	Croquis et esquisses logo	2h	1.1	Designer
1.3	-	Vectorisation du logo final	2h	1.2	Designer
1.4	-	Choix de la typographie	2h	1.3	Designer, Développeur Web
1.5	-	Palette de couleurs	1h	1.3	Designer
2.	CHARTRE GRAPHIQUE		21h		
2.1	-	Introduction & objectifs	1h	1.	Designer
2.2	-	Logo principal & versions secondaires	2h	2.1	Designer
2.3	-	Restrictions de logo et versions monochromes	2h	2.2	Designer
2.4	-	Palette colorimétrique	1h	2.3	Designer
2.5	-	Typographie	1h	2.4	Designer
2.6	-	Éléments graphiques additionnels	2h	2.5	Designer
2.7	-	Style iconographique et photographique	2h	2.6	Designer
2.8	-	Mise en page	2h	2.7	Designer
2.9	-	Applications print	2h	2.8	Designer
2.10	-	Applications digitales	2h	2.9	Designer, Développeur Web
2.11	-	Goodies & supports événementiels	2h	2.10	Designer, Community Manager
2.12	-	Ton éditorial & fichiers sources	2h	2.11	Designer, Community Manager
3.	SITE VITRINE		15h		
3.1	-	Définition de l'arborescence et des pages principales	1h	2.	Développeur Web
3.2	-	Maquettes des pages principales	2h	3.1	Designer
3.3	-	Intégration du CMS WordPress source	2h	3.2	Développeur Web
3.4	-	Intégration de l'HTML	2h	3.3	Développeur Web
3.5	-	Intégration des modules et du CSS complémentaire	2h	3.4	
3.6	-	Intégration des contenus digitaux	2h	3.5	Développeur Web, Designer
3.7	-	Optimisation responsive multi-supports du site	2h	3.5	Développeur Web
3.8	-	Test et corrections du site	2h	3.7	Développeur Web
4.	TEASER VIDÉO		11h		
4.1	-	Concept et script du teaser	1h	2.	Équipe projet
4.2	-	Storyboard et animations graphiques	2h	4.1	Équipe projet
4.3	-	Captation vidéo et création des visuels	2h	4.2	Designer, Équipe projet
4.4	-	Captation vidéo complémentaire	2h	4.3	Équipe projet
4.5	-	Montage vidéo et intégration des animations	2h	4.4	Équipe projet
4.6	-	Finalisation des rendus vidéos et export final	2h	4.5	Équipe projet, Chef de projet
5.	CAMPAGNE PUBLICITAIRE ET ÉVÈNEMENT CITRON		10h		
5.1	-	Définition du concept événementiel	1h	3. ; 4.	Équipe projet
5.2	-	Planification logistique et administrative	2h	5.1	Chef de projet
5.3	-	Création des supports visuels	2h	5.2	Designer
5.4	-	Promotion et communication de l'évènement	1h	5.3	Community Manager
5.5	-	Préparation des tests et outils de mesure de communication	2h	5.4	Community Manager
5.6	-	Mise en route et finalisation des installations de l'évènement	2h	5.5	Community Manager
6.	COMMUNICATION & RÉSEAUX SOCIAUX		6h		
6.1	-	Création des comptes pour les réseaux sociaux	1h	4.	Community Manager
6.2	-	Création des visuels des publications	2h	6.1	Designer
6.3	-	Rédaction et planification des publications	1h	6.2	Community Manager
6.4	-	Publication du teaser et posts concernant l'évènement	1h	6.3 ; 5.	Community Manager
6.5	-	Suivi des KPI et analyse des interactions	1h	6.4	Community Manager
7.	FINALISATION ET SOUTÈNANCE		4h		
7.1	-	Vérification de la cohérence et de la qualité des livrables	1h	3. ; 5. ; 6.	Équipe projet, Chef de projet
7.2	-	Préparation à l'oral et brief avec l'équipe projet	2h	7.1	Équipe projet
7.3	-	Remise officielle du dossier final	1h	7.2	Chef de projet

Temps : Dix-neuf semaines en tout, avec des jalons réguliers et non déplaçables. Les semaines 21 à 24 ont été les plus chargées : site, événement, teaser et soutenance arrivaient presque en même temps, ce qui nous a demandé une organisation sans faille en amont.

Ressources : Nous étions six étudiants dont le temps était partagé avec les autres cours, sans local physique dédié, en travail majoritairement à distance.

Contraintes techniques : Fichiers print en PDF 300 dpi mode CMJN, fichiers web en PNG/JPG/SVG mode RVB. Site responsive et multi-navigateurs, respect du RGPD. Toutes nos créations sont originales et les droits sur les ressources utilisées sont respectés.

12. Stratégie de communication

13. Cahier des charges

14. Bilan et conclusion

13.4 Livrables attendus

Le logo regroupe notre version principale et toutes ses déclinaisons livrées en fichiers sources .af et en exports .png.

La charte graphique formalise l'ensemble de nos règles visuelles : couleurs, typographies, usage du logo et applications sur tous les supports.

Le site web est notre vitrine responsive mise en ligne avec nom de domaine, intégrant un espace client et une version anglaise.

Le teaser est une vidéo promotionnelle que nous avons produite de A à Z.

L'événement Citron comprend toute la logistique, les supports visuels et la communication autour.

Les réseaux sociaux regroupent nos comptes officiels animés avec des contenus conformes à notre charte.

12. Stratégie de communication

13. Cahier des charges

14. Bilan et conclusion



Bilan et conclusion

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

14.1 Résultats obtenus

L'ensemble des livrables prévus a été produit et rendu dans les délais. Notre logo est finalisé dans toutes ses versions et notre charte graphique est appliquée de façon cohérente sur tous nos supports. Notre site web est en ligne et responsive. Notre teaser a été monté et diffusé sur les canaux de l'agence. L'événement Citron s'est tenu le 23 mai 2026. Nos réseaux sociaux ont été animés tout au long du semestre. Tous nos documents officiels ont été remis selon le calendrier établi.



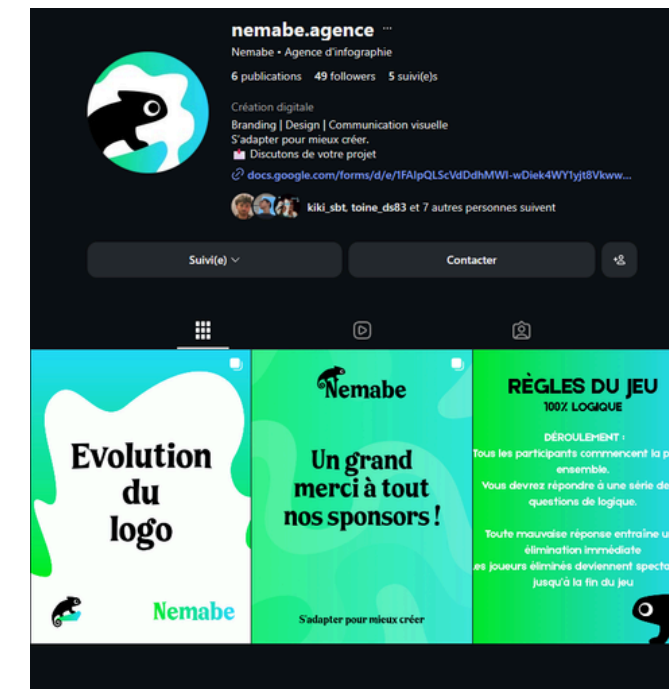
13. Cahier des charges
14. Bilan et conclusion

14.2 Points forts

La cohérence de notre identité visuelle est probablement notre plus grande réussite. Du logo aux publications réseaux sociaux en passant par le site et les supports de l'événement, l'image de Nemabe reste reconnaissable et homogène partout.

Notre organisation a également bien fonctionné : nous avons des rôles clairs dès le départ, Notion nous a permis de garder le fil et nous avons globalement respecté notre planning.

La diversité de nos livrables est aussi un vrai point fort, nous avons su passer du design graphique au développement web, de la vidéo à l'événementiel, sans perdre en qualité ni en cohérence.



13. Cahier des charges
14. Bilan et conclusion

14.3 Axes d'amélioration

Notre principal problème a été la surcharge de travail sur les dernières semaines. Trop de livrables importants se sont retrouvés concentrés sur la même période, ce qui nous a mis sous pression alors qu'une meilleure anticipation aurait pu l'éviter. Notre communication interne a aussi montré ses limites par moments : sans points d'équipe suffisamment réguliers, des informations ont parfois mal circulé entre nous. Côté site web, certaines fonctionnalités auraient mérité plus de temps de tests. Et pour nos réseaux sociaux, définir des objectifs chiffrés dès le début aurait rendu notre suivi beaucoup plus concret.

14.4 Compétences acquises

Ce projet nous a beaucoup apporté sur plusieurs plans. En travail d'équipe, collaborer sur plusieurs mois à six personnes aux profils différents nous a demandé de l'écoute, des ajustements permanents et une vraie capacité à faire avancer les choses même quand on n'était pas toujours d'accord. En gestion de projet, rédiger un cahier des charges, tenir un Gantt et anticiper les risques ne s'improvise pas, nous l'avons appris en le faisant vraiment. En création graphique, construire une identité visuelle complète de zéro a été une mise en pratique directe d'Adobe CC et Figma dans des conditions proches du réel. En communication, passer de la rédaction d'un document officiel à l'animation des réseaux sociaux ou à l'organisation d'un événement nous a montré à quel point ce métier est pluriel.

13. Cahier des charges

14. Bilan et conclusion

14.5 Conclusion générale

Nemabe a été bien plus qu'un exercice académique. En simulant la création d'une vraie agence, nous avons été forcés de prendre des décisions réelles, d'assumer nos choix créatifs et de produire des livrables qui tiennent la route. Ce n'est pas parfait, nos axes d'amélioration sont réels, mais l'essentiel est là : une agence qui existe visuellement, un projet livré dans sa totalité et une équipe qui repart avec des compétences concrètes. Ce que Nemabe nous laisse, c'est une première expérience sérieuse de ce que peut représenter le travail en agence, et une base solide pour aborder la suite de notre formation avec plus d'assurance.

Nemabe

S'adapter pour mieux créer

13. Cahier des charges

14. Bilan et conclusion

Lien livrables

Voici un lien qui regroupe tous les documents administratifs ainsi que graphiques dans un même dossier

https://drive.google.com/file/d/1q7Z0RIFsFx4zNh61_3LQOchW6JP3edcs/view?usp=drive_link

Nemabe
S'adapter pour mieux créer

13. Cahier des charges

14. Bilan et conclusion