



DOSSIER DE PRODUCTION

Estelle Collart, Marie-Joséphine Cuvelier, Emma Gilbert, Cédric Müller, Amaury Saoudi

TABLE DES MATIÈRES

Table des matières	2
Présentation du projet	3
Note d'intention	4
Synopsis	5
Présentation de l'univers	6
Architecture Transmédia	7
Développement et analyse technique	9
Nos médias : réseaux sociaux	10
Nos médias : site web	11
Nos médias : podcast	12
Nos médias : rendez-vous	13
Développement	14
Logiciels utilisés	17
Système graphique	18
Inspirations	19
Charte graphique	20
Éléments graphiques	21
Financement et budget	22
Statut	23
Financement	25
Présentation de l'équipe	28
Étapes de développement	31
Production	32
Difficultés & futur du projet	33
Bibliographie	34



PRÉSENTATION DU PROJET

NOTE D'INTENTION

Le projet Objectif Imago a vu le jour, car nous souhaitons participer à notre échelle à la protection de l'environnement. Nous voyons au quotidien des contenus sur les réseaux sociaux qui nous informent à ce sujet et la majorité de ces informations sont plutôt alarmantes et négatives.

Comme nous, de nombreuses personnes sont parfois un peu perdues face aux défis liés au changement climatique. Il nous paraît donc intéressant de proposer un objectif commun mensuel pour traiter un sujet en profondeur, progressivement, tout en rassemblant une communauté, car c'est en agissant ensemble que l'impact sera décisif.

De plus, il nous semble important de montrer les projets locaux positifs pour l'environnement, que ce soient des associations, des producteurs locaux, des commerçants, des activistes, des créateurs, etc. Chacun fait bouger les choses avec son projet et ses convictions. Nous voulons aller à leur rencontre et les mettre en avant à travers nos contenus sur les réseaux sociaux, notre site, nos vidéos, notre podcast et nos rendez-vous.

L'idée derrière le projet n'est pas d'instaurer un climat moralisateur, mais plutôt d'inciter chacun à collaborer en fonction de sa situation personnelle. Nous souhaitons une approche bienveillante dans notre manière de transmettre le message. Nous voulons aussi que nos contenus soient accessibles et qu'ils proposent différentes options pour que chacun puisse trouver ce qui lui convient.

En mettant en place notre projet, Objectif Imago, nous espérons donc réussir à inspirer autant de personnes que possible et leur donner envie de se lancer dans un quotidien plus respectueux de l'environnement.

SYNOPSIS

Avec Objectif Imago, nous avons pour ambition d'inspirer et d'aider les personnes qui se sentent concernées par l'écologie, mais qui ne savent pas par où commencer à développer un mode de vie plus écoresponsable, grâce à des objectifs mensuels.

Cet objectif est d'abord annoncé sur nos réseaux sociaux. Nous y expliquons aussi les problèmes liés à cette thématique, proposons quelques solutions et mettons en avant des personnes qui agissent localement pour faire bouger les choses. Notre site propose des articles pour aller plus loin, des capsules vidéos et une carte interactive permettant de découvrir des initiatives proches de chez soi. Le podcast permet un échange entre un membre de notre équipe et un expert afin d'aider à dépasser les blocages de nos auditeurs. Chaque thématique est clôturée par un rendez-vous avec des membres de notre communauté dans le but d'encourager les rencontres, de mettre en place des actions dans la vraie vie et de s'inspirer les uns des autres.

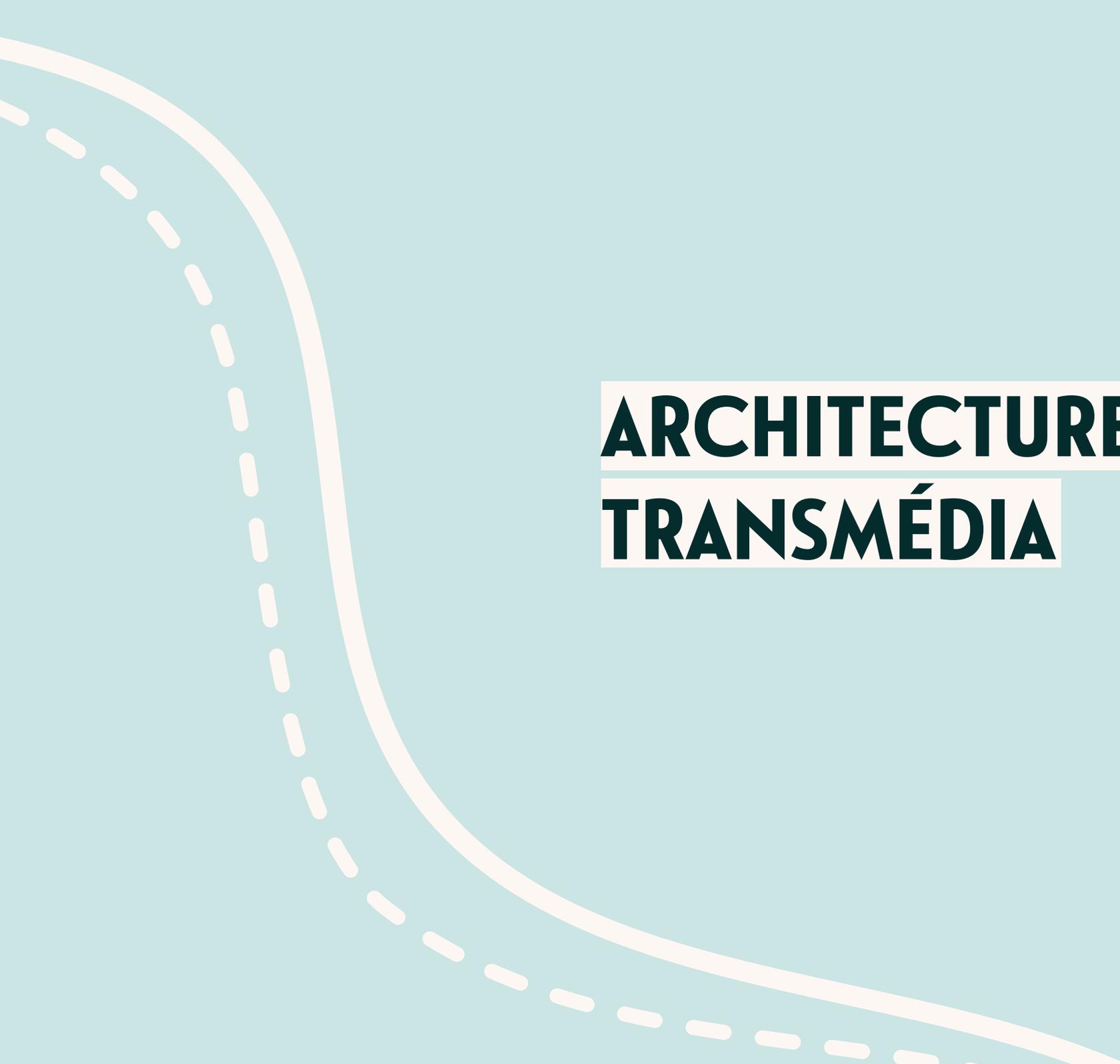
Objectif Imago permet donc aux personnes qui veulent agir pour l'environnement de s'informer sur divers sujets, d'être sensibilisées et pour finir, s'engager, de manière individuelle et/ou collective, à leur échelle et selon leurs moyens.

PRÉSENTATION DE L'UNIVERS

Notre projet s'inscrit dans un **contexte bien réel**. Le réchauffement climatique est un phénomène mondial qui touche de façon inégale les différents pays du monde. Pour éviter de nous disperser et rester le plus efficace possible, nous avons choisi de cibler la partie francophone de la Belgique, c'est-à-dire la **Wallonie et Bruxelles**. De cette manière, nos conseils et les initiatives locales mises en avant sont les plus pertinents pour nos utilisateurs.

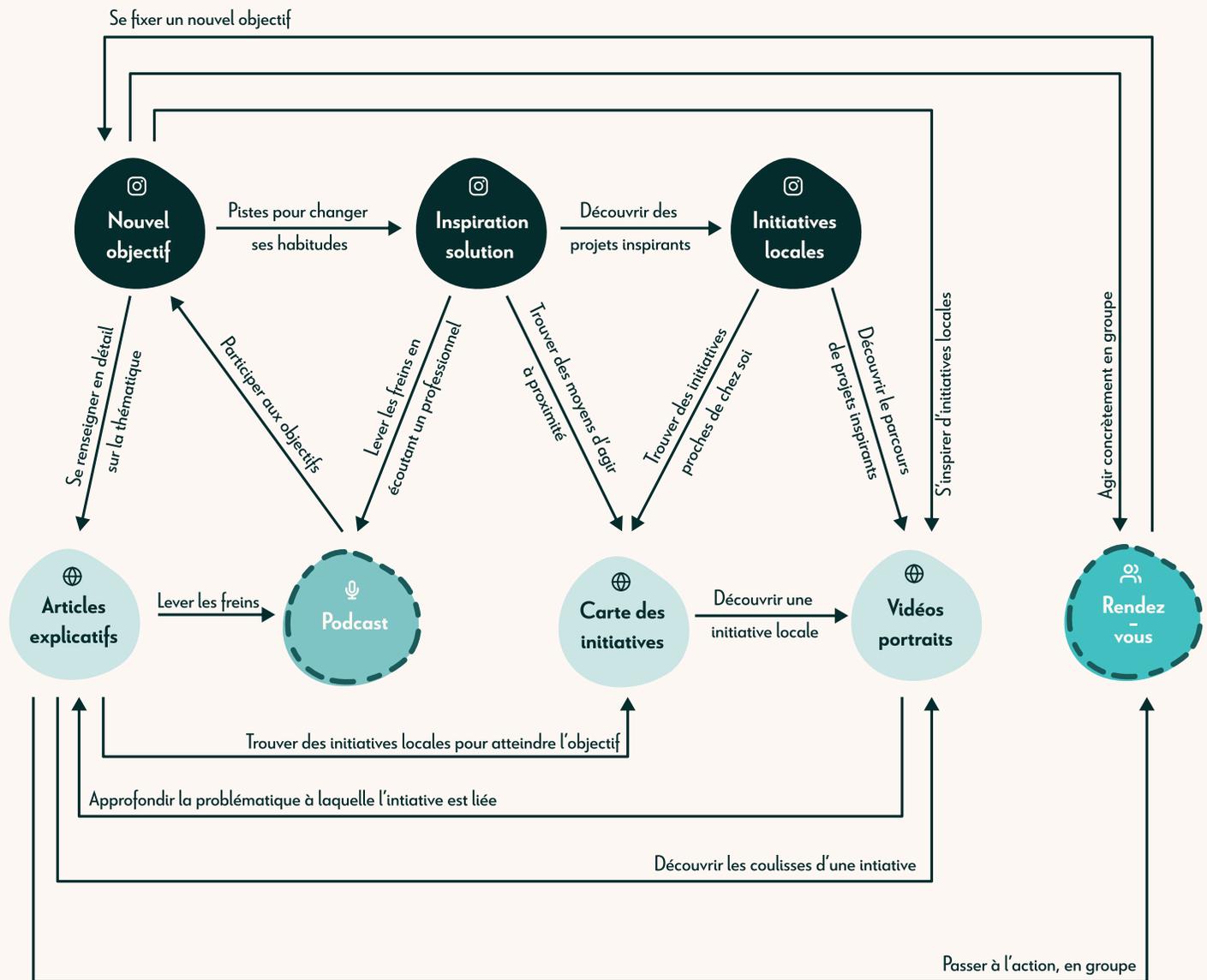
Derrière notre nom se cache une vision : celle de chercher constamment à **s'améliorer**. Nous avons bien conscience que personne n'est parfait et notre projet ne veut pas avoir une approche culpabilisante face à l'écologie. Nous avons toutefois remarqué tout autour de nous qu'énormément de personnes avaient envie de faire plus, d'aller plus loin. Objectif Imago, représente cela avec un nom qui en est une métaphore. En effet, Imago est le terme utilisé pour parler du stade final, adulte, d'un insecte. Objectif Imago, c'est donc se mettre comme but de se métamorphoser, **d'améliorer son mode de vie**.

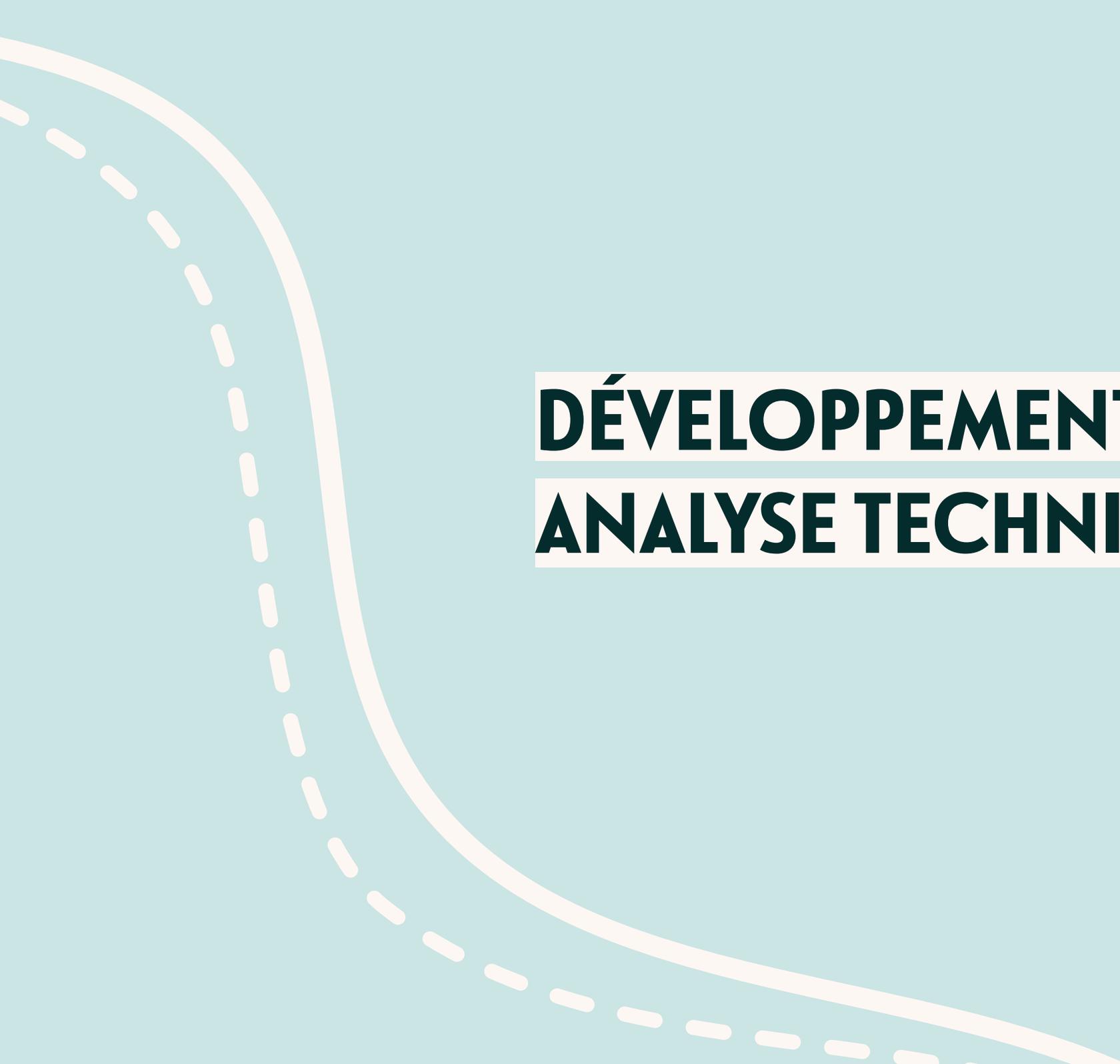
Du ton employé, aux initiatives mises en avant en passant par notre système graphique, l'ensemble du projet a été pensé pour transmettre nos valeurs : écologie, collectivité, passage à l'action, inspiration et positivité. Ainsi, notre projet est **humain et convivial**.



ARCHITECTURE TRANSMÉDIA

Interaction des utilisateurs





DÉVELOPPEMENT ET ANALYSE TECHNIQUE

NOS MÉDIAS : RÉSEAUX SOCIAUX

Nos réseaux sociaux sont séparés en 4 grandes parties : les publications “nouvel objectif”, les publications “inspiration-solution”, les publications initiatives et enfin celles qui nous permettent de faire la communication de nos autres médias.

Via des stories, nous mettons aussi en avant certaines actions liées à l’environnement (pétitions, manifestations...), afin d’inciter notre communauté à agir dans la vie réelle.

Dimension principalement informative - Interactivité sociale

www.instagram.com/objectif.imago/ - www.facebook.com/objectif.imago

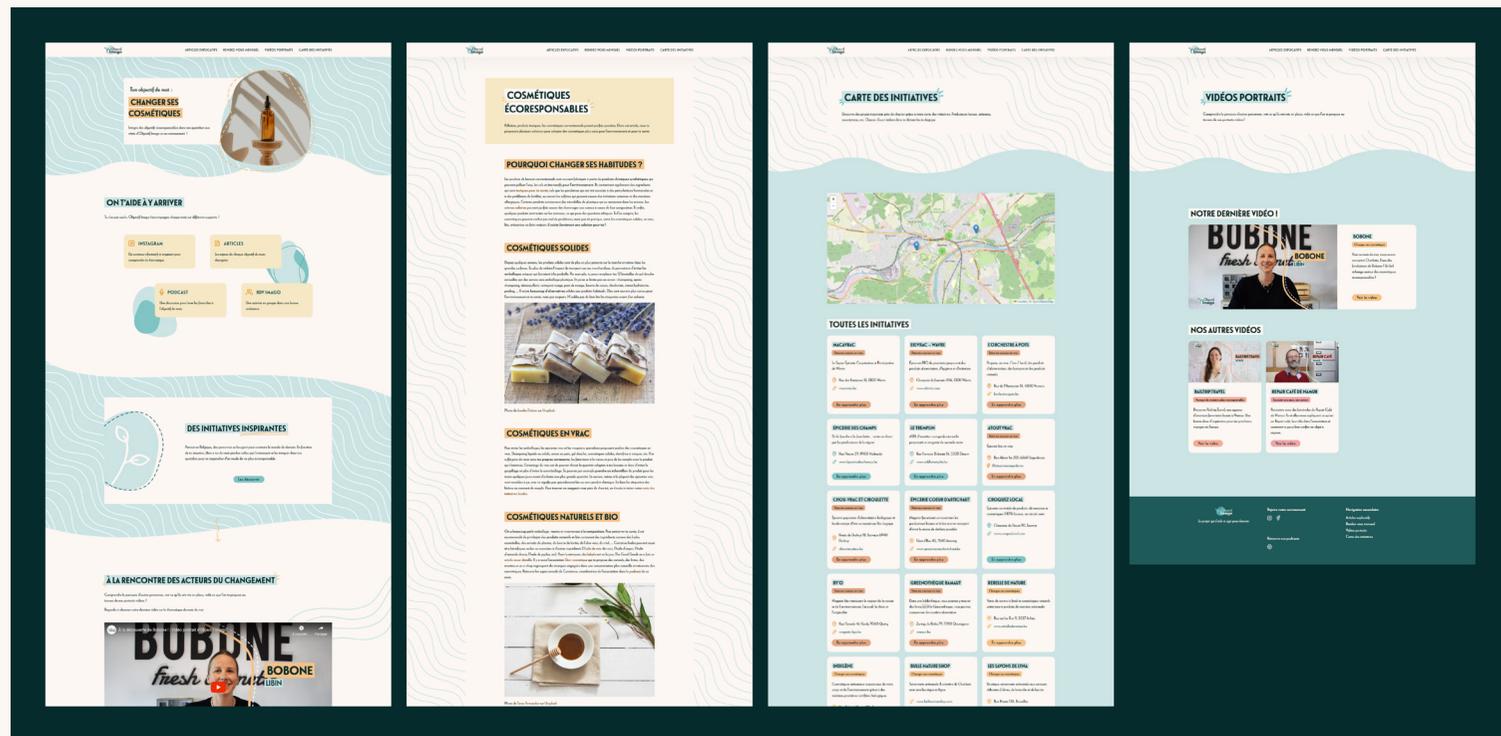
<p>L'OBJECTIF DE MAI</p> <p>Changer ses cosmétiques</p> 	<p>POURQUOI C'EST IMPORTANT ?</p> <ul style="list-style-type: none"> Certains produits conventionnels peuvent contenir des produits chimiques qui frissent par polluer les sols, l'eau et qui peuvent être toxiques pour ta santé. La production des produits cosmétiques, c'est une grande quantité d'emballages plastiques qui se retrouvent parfois dans la nature. 	<p>COMMENT CHANGER SES COSMÉTIQUES ?</p> 	<p>PLUSIEURS SOLUTIONS S'OFFRENT À TOI</p> <ol style="list-style-type: none"> Les cosmétiques solides Ils te permettent d'éviter les bouteilles en plastique et de réduire tes déchets. Les cosmétiques en vrac Les magasins vrac proposent souvent des produits comme le shampoing, gel douche, le dentifrice, ... 	<p>MAISON ÉOLE INITIATIVE LOCALE</p>  <p>Qui a dit que les vignes ne servaient qu'à faire du bon vin ? La Maison Éole a décidé de créer une gamme de cosmétiques à partir de leurs vignes !</p> 	 <p>Maison Éole est une marque créée par un couple de passionnés qui a voulu mettre en valeur les trésors du vignoble. Ils se sont alors lancés l'objectif de créer la première gamme de cosmétique belge conçue à partir de vignes.</p> 
<p>POURQUOI C'EST IMPORTANT ?</p> <ul style="list-style-type: none"> La crème solaire dans la mer a un impact direct sur les coraux dans certaines zones marines. Certains produits contiennent des microbilles et des poilletes en plastique qui se retrouvent souvent dans les océans et mettent des siècles à se dégrader. 	<p>TU AS DÉJÀ ESSAYÉ LES COSMÉTIQUES ÉCORESponsables ?</p> <p>Partage le et tag nous en story !</p> 	<p>PLUSIEURS SOLUTIONS S'OFFRENT À TOI</p> <ol style="list-style-type: none"> Les cosmétiques naturels et bios En les utilisant, tu limites les risques de rejeter des composants polluants dans la nature et les risques sur ta santé. Les cosmétiques artisanaux et locaux Cela fera vivre les petits artisans près de chez toi et tu évites de consommer des produits qui ont dû faire de longs trajets avant d'arriver chez toi. 	<p>QUELLE SOLUTION VAS-TU ADOPTER ?</p> <p>Fais-le nous savoir en nous taguant dans ta story !</p> 	<p>MAISON éole</p> <p>Dans leur boutique, tu pourras donc découvrir tout type de produits de soin pour ta peau, parfums ou autres accessoires pour t'aider à prendre soin de toi.</p> 	<p>DÉCOUVRE-LA :</p> <ul style="list-style-type: none"> 📍 Enclos de Warilles, 4C, 7040 Quévy-Le-Grand 🌐 www.maisoneole.com 📧 Maison Éole 📱 @maisoneole 

NOS MÉDIAS : SITE WEB

Au-delà des informations pratiques qui s’y retrouvent, le site contient des éléments qui enrichissent véritablement l’expérience. Des **articles** permettant de creuser les différentes thématiques sont postés mensuellement. Une **carte** répertorie les initiatives locales, ajoutées soit par notre équipe, soit par les utilisateurs eux-mêmes. Enfin, les visiteurs peuvent être inspirés par les parcours de personnes agissant à leur manière au travers de nos **vidéos portraits**.

Dimension informative & inspirante - Interactivité sociale

<https://objectif-imago.be>



NOS MÉDIAS : PODCAST

Le podcast propose une discussion entre un membre de l'équipe et une personne ayant adopté un mode de vie écoresponsable (professionnel du milieu ou pas) selon la thématique du mois. Cette discussion a pour intérêt de lever les freins des auditeurs, ceux-ci nous ont principalement été transmis via les stories sur Instagram.

Dimension encourageante - Interactivité sociale

https://open.spotify.com/show/objectif_image

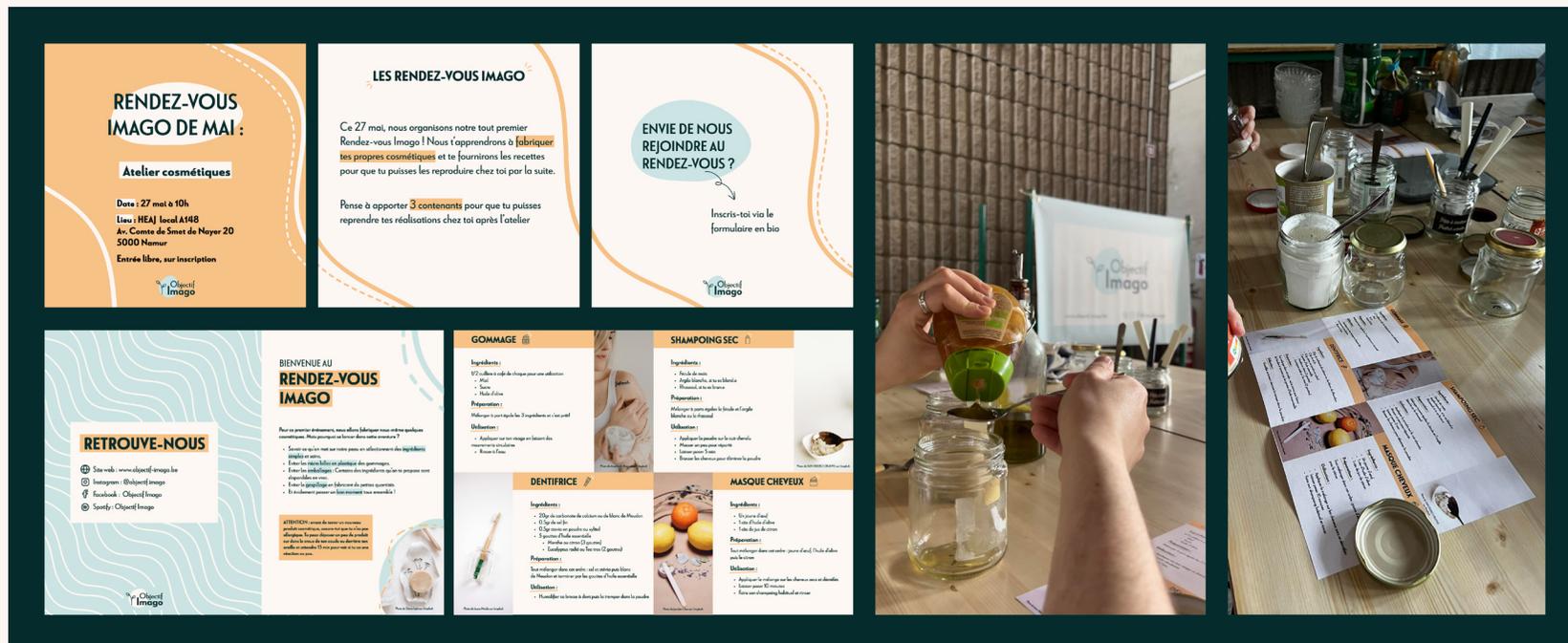
The screenshot shows the Spotify interface for the podcast 'Objectif Imago'. At the top, there are navigation arrows, the podcast title 'Objectif Imago', a 'S'abonner' button, and icons for a playlist and a profile. The main content area lists three episodes:

- Épisode 3 - Changeons nos cosmétiques !**
Qu'est ce que la « slow cosmétique » ? Comment choisir ses produits pour être plus respectueux de notre santé mais également de l'environnement ?
25 mai · 19 min 28 s
- Épisode 2 - Soutenons une association ou une action !**
Rejoindre une association ou prendre part à une action collective, beaucoup y pensent mais peu le font vraiment. Dans cet épisode, on t'emmène à la rencontr...
29 mars · 19 min 47 s
- Épisode 1 - Parlons VRAC !**
Au delà d'être une tendance, la consommation en vrac est un véritable mode de consommation éco-responsable qui se répand de plus en plus ! Il permet de...
19 févr. · Écouté ✓

NOS MÉDIAS : RENDEZ-VOUS

Une fois par mois, nous proposons à notre communauté de nous retrouver pour une **activité à réaliser en groupe**. Ce rendez-vous mensuel suit la thématique du mois et peut avoir **plusieurs formes** : ateliers manuels, marches de ramassage de déchets, visite de constructeurs de tiny houses, etc.

Dimension ludique & inspirante - Interactivité sociale



DÉVELOPPEMENT

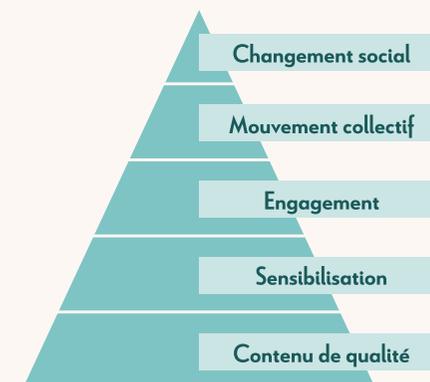
Contenu de qualité : donner des informations sur des supports travaillés

Sensibiliser : montrer ce qui existe, pourquoi c'est intéressant de le faire, ce que ça apporte

Engager : permettre aux utilisateurs de passer à l'action

Mouvement collectif : atteignable à long terme, avec une communauté développée et engagée

Changement social : idéal à atteindre, mais impossible dans l'état actuel du projet



Nous nous sommes inspirés de cette pyramide et de ces objectifs afin de créer et développer nos différents médias.

Média	Objectif	Contenu	Avantage pour l'utilisateur
Instagram FB	Contenu de qualité	Publications "nouvel objectif" Communication autour du projet	Découvrir la thématique du mois et les différents médias du projet. Inciter l'utilisateur à prendre part au projet et à le découvrir entièrement.
	Sensibiliser	Publications initiatives Publications inspirations / solutions	Découvrir de nouvelles initiatives et en apprendre + sur la thématique du mois avec des pistes de solutions.
	Engagement	Participation à l'habitude du mois → partager sa participation + inciter les utilisateurs à compléter la carte (à la fin des post → inciter à participer) Story bilan habitude avec ceux qui ont participé	Avoir des idées de choses à mettre en place. Être encouragé à agir par l'effet de groupe. Être valorisé quand on a agi.

DÉVELOPPEMENT

Média	Objectif	Contenu	Avantage pour l'utilisateur
Site web	Contenu de qualité	Carte Article Infos globales (projet & rdv)	Se renseigner sur des initiatives proches de chez soi. Avoir des solutions directes. Compléter ses connaissances.
	Sensibiliser	Vidéos portraits	S'inspirer pour agir en découvrant les projets et leur histoire + côté humain.
	Engagement	Encoder des initiatives sur la carte (utilisateurs)	Partager ses connaissances et des solutions pour les autres.
Podcast	Sensibiliser	Discussion-débat pour lever les freins	Côté humain. S'identifier aux parcours d'autres personnes. Débats constructifs. Lever les freins.
Rendez-vous	Engagement <i>Mouvement collectif (à terme)</i>	Peut avoir plusieurs formes : ateliers, marches de ramassage de déchets, visite de constructeurs, de tiny houses, d'artisan, départ collectif vers des manifestations, etc.	Rencontrer de nouvelles personnes. Agir en groupe de façon concrète.

DÉVELOPPEMENT

Voici l'exemple d'un mois de publication. (Bleu = post - vert = story - orange = réel)

May 2023							< Today >
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun	
May 1 Changer la banner... Nouvel objectif ...	2 Demande f... 1 Annonce nouve...	3	4 Post inspi/solut...	5 Annonce RDV	6	7	
8 Post initiati... 1	9 Rappel freins p... Rappel objectif	10	11 Rappel rdv Article cos... 4 Annonce article	12	13	14	
15 Post initiative I...	16 Rappel objectif Rappel rdv	17	18 Reel annonce vi... Vidéo mai - Bo...	19	20	21	
22 Post initiative I...	23 Rappel objectif	24	25 Reel annonce p... Podcast cosmé...	26	27 RDV mai (cosm...	28	
29 Annonce Map	30 Rappel podcast Reel feedback r...	31	Jun 1 Dossier de pro... Nouvel objectif ...	2	3	4	

LOGICIELS UTILISÉS



Figma : charte graphique, publications RS, wireframes & design site web, miniatures des vidéos, architecture transmédia



Suite Adobe : charte graphique, motion design, montages vidéos & podcasts



Sublime Text, Visual Studio Code : codage du site web en HTML, CSS/Sass, PHP et Javascript



GitHub et GitHub Desktop : gestion des versions du code



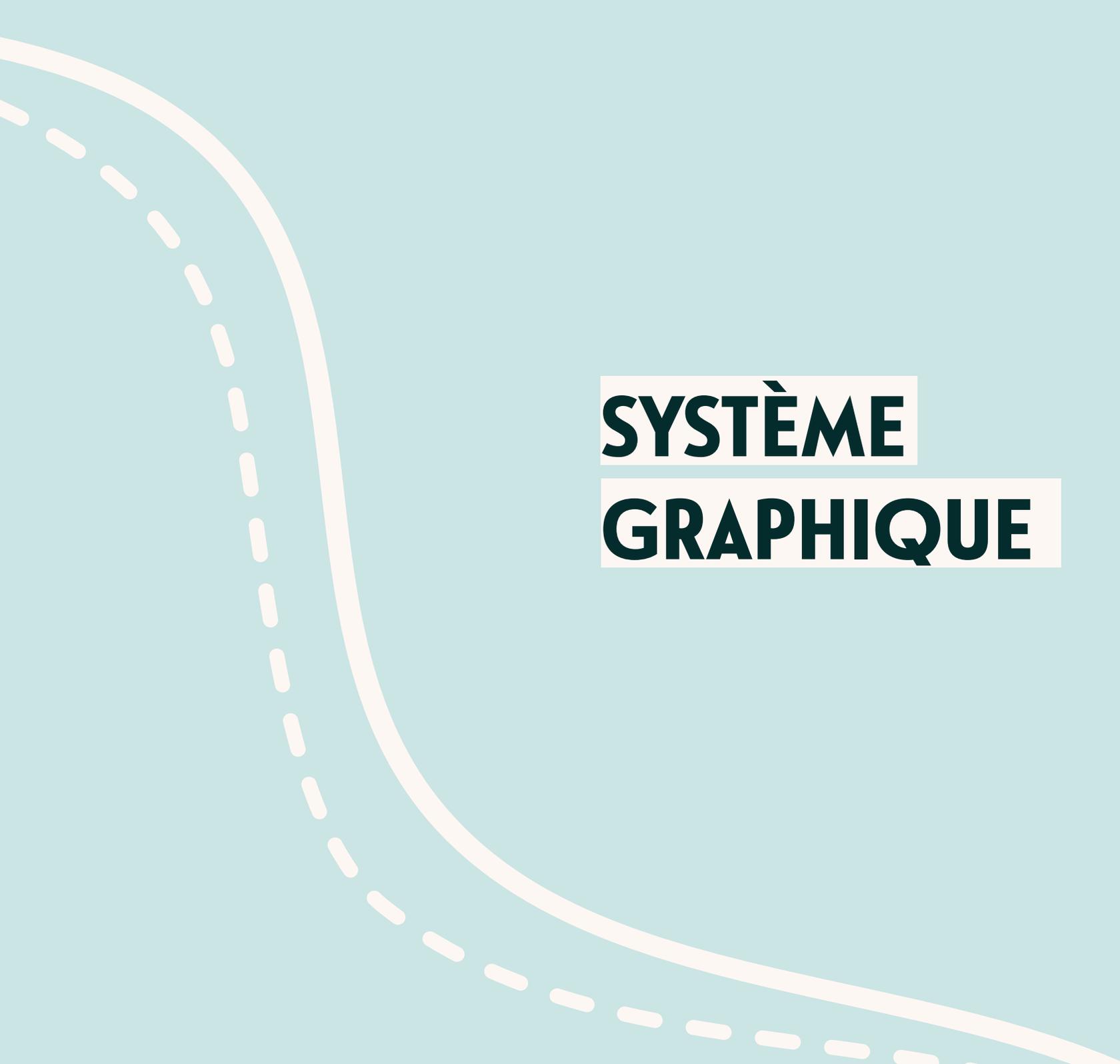
Wordpress : interface d'administration du site



Miro : premières versions de l'architecture transmédia et diagramme de Gantt



Notion : organisation et gestion globale du projet



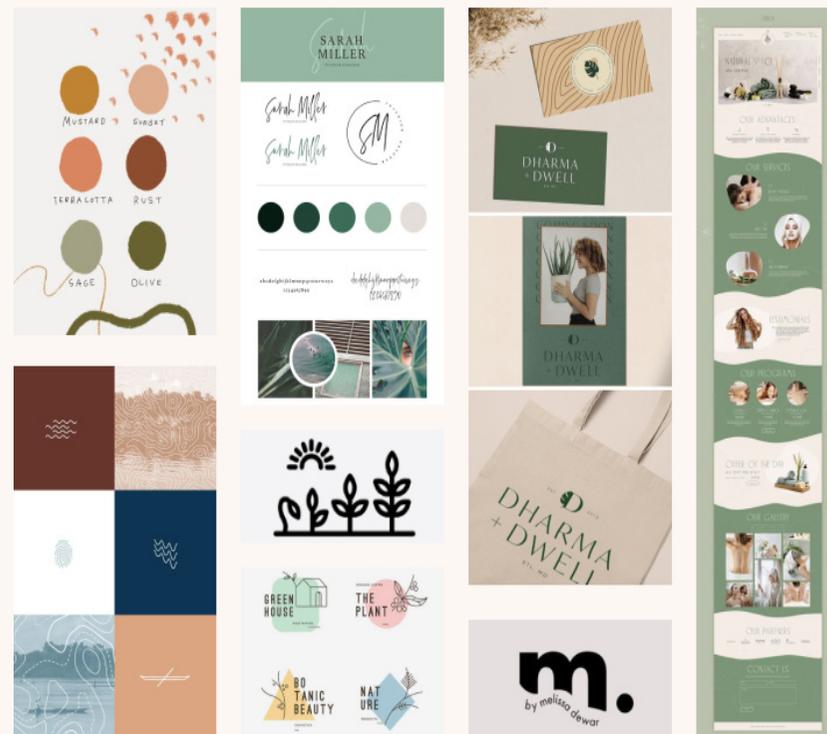
SYSTÈME GRAPHIQUE

INSPIRATIONS

Notre système graphique est inspiré de notre thématique et vient appuyer notre volonté de créer un projet positif pour l'environnement.

Nous nous sommes inspirés de couleurs naturelles, des vagues et des lignes topographiques.

Nous avons exploré plusieurs pistes pour le logo autour du papillon symbolisant l'imgo ou de la feuille symbolisant la nature et la transition.



CHARTRE GRAPHIQUE

Le vert nous semblait évident vu le lien avec l'écologie et la nature. Nous avons choisi un vert d'eau que nous avons décliné du plus clair au plus foncé. À cela, nous avons ajouté un beige clair pour créer notre palette de base.

Afin de différencier les thématiques de chaque mois, nous avons sélectionné 4 couleurs chaudes et naturelles qui permettent de contraster avec les tons majoritairement froids de notre première palette.

Nous avons choisi la police Le Havre qui a autant un côté géométrique qui peut représenter le côté fiable qu'un côté arrondi qui représente le sympathique, positif du projet.

PALETTE DE BASE



#FDF7F3 #CBE4E4 #7FC4C4 #42B6B6 #47A2A2 #1A5A5A #052C2C

PALETTE OBJECTIFS DU MOIS



#E3A681 #FOA7A8 #F4AD97 #F7C287

POLICE

Le Havre AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjK
kLlMmNnOoPpQqRrSsTt
UuVvWwXxYyZz

ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

Le logo rappelle également notre thématique avec son motif de feuille qui pousse. Il symbolise le côté évolutif du projet, les nouvelles choses que nous devons mettre en place pour l'avenir.

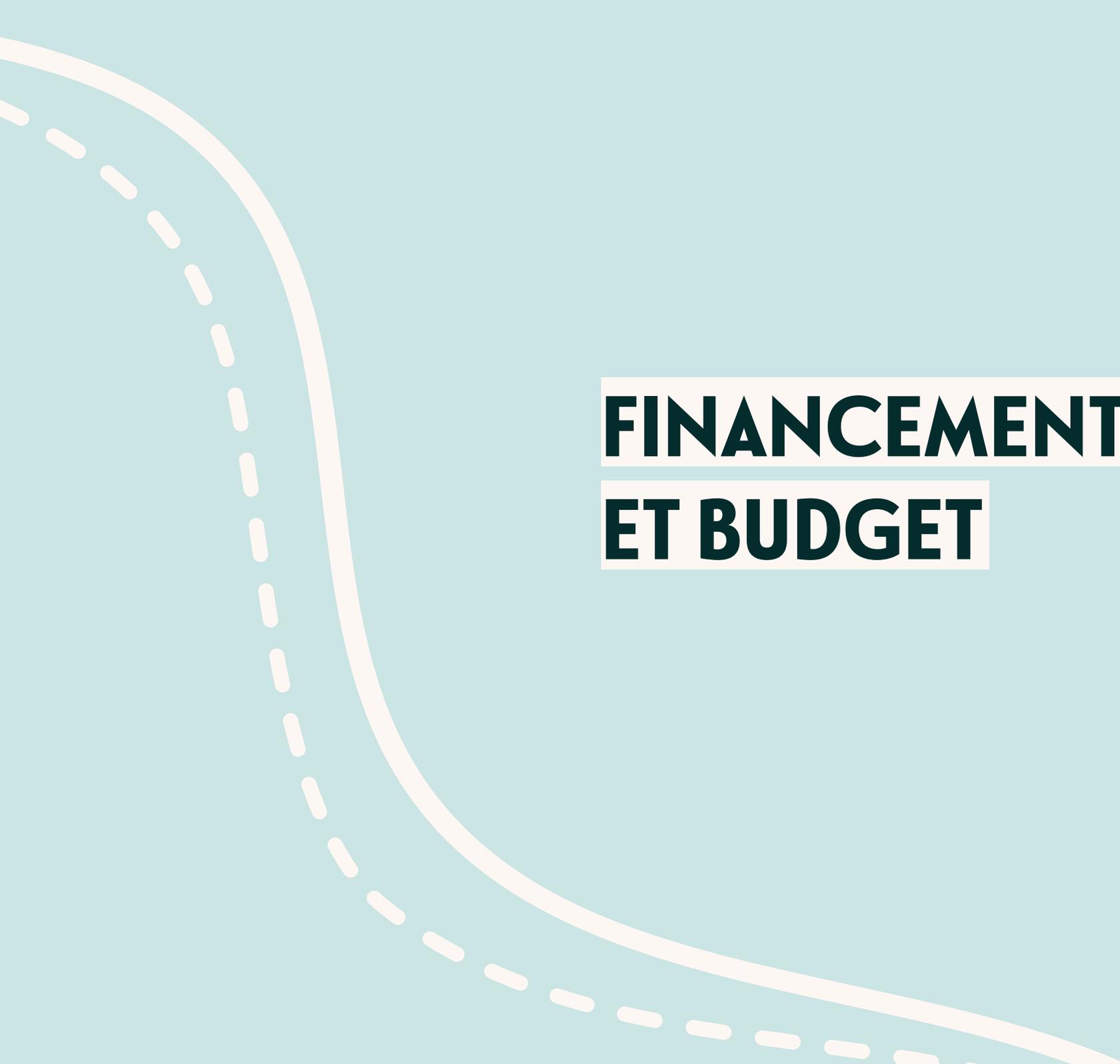
Les vagues déclinées pour tous nos médias représentent la mise en mouvement. Les éléments graphiques quant à eux viennent apporter une touche d'irrégularité, un côté fait-main et organique au graphisme.

LOGO



ÉLÉMENTS GRAPHIQUES





FINANCEMENT ET BUDGET

STATUT

Nous allons pérenniser notre projet sous la forme d'une ASBL (Association Sans But Lucratif). Cela va nous permettre de structurer et d'organiser les activités du projet. De plus, notre projet ne possède pas de vocation commerciale. Nous avons réfléchi à une manière de financer le projet via une petite activité commerciale, mais on s'éloignait des valeurs de celui-ci.

La responsabilité de nos membres sera limitée, ce qui signifie que ceux-ci ne seront pas personnellement responsables d'éventuelles dettes.

En tant qu'ASBL, nous pourrions percevoir plus facilement des subventions et des financements publics, qui peuvent aider à financer le projet et à le rendre plus viable. Nous avons déjà contacté des organismes proposant des subventions et des appels à projet. (annexe)

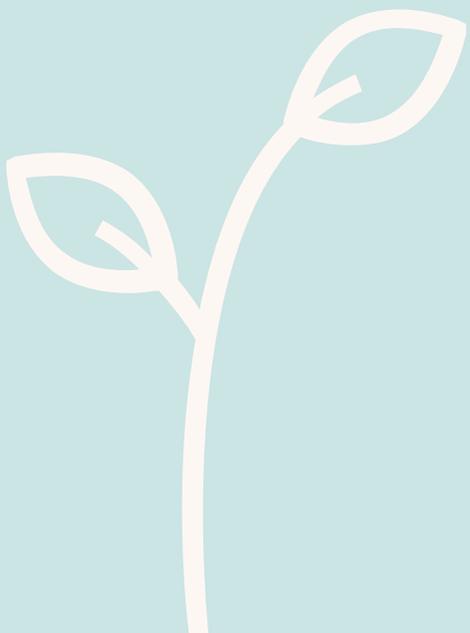
Ce type d'organisation est d'autant plus intéressant que notre projet est centré sur l'écologie et les alternatives écoresponsables pour un avenir plus durable. Cette préoccupation est de plus en plus considérée par les pouvoirs publics et particulièrement la région wallonne qui sera donc certainement plus encline à financer notre association et nos activités.

L'appel à projet auquel nous avons participé en novembre dernier n'a pas répondu de manière favorable et aucun n'était ouvert aux candidatures lors du développement de notre projet. Étant dorénavant dans une phase plus aboutie, nous pensons renouveler notre demande en novembre prochain. Il pourrait financer notre projet à hauteur de 5 000€ ce qui couvre un peu plus que nos prévisions actuelles.

STATUT

Nous avons pris la décision d'être actifs au sein de l'association comme bénévoles à temps partiel. La plupart des associations que nous avons rencontrées lors de tournages agissent de cette manière et ce choix correspond plus aux valeurs du projet. Nous lancerons un appel pour recruter des bénévoles et ainsi, continuer le projet et le faire évoluer.

Nous avons par ailleurs commencé à réfléchir à la possibilité de contacter d'autres associations afin d'en apprendre plus sur leur parcours et de créer d'éventuelles collaborations. Des membres du projet vont également participer au Déclik Tour organisé par "Déclik en Perspective" dans le but de découvrir des entreprises en économies sociales et de faire mûrir le projet Objectif Imago.



FINANCEMENT

Nous avons réalisé une **prévision des coûts** de notre projet sur **3 ans** grâce à des **hypothèses** de coûts comme l'achat de matériel pour nos différents tournages, les coûts liés au site web et logiciels nécessaires à la création de nos contenus.

L'année 1 (2023), la plupart des coûts sont compensés par un **apport en nature** comme les salaires, les divers abonnements, la location des locaux ou encore le matériel de tournage. Les rendez-vous mensuels seront payants avec une prévision de 15 personnes dont la participation s'élèvera à 15€.

Le solde négatif tient compte des locations de salles à partir de notre départ de la Haute École, un montant lié aux imprévus et les publications payantes des réseaux sociaux pour toucher plus de personnes. Ces montants pourraient être **revus à la baisse** si aucun subside n'est débloqué d'ici à la fin de l'année.

Pour l'année 2 (2024), les coûts liés aux locations de salles augmentent légèrement puisque nous louons une journée par mois pendant 12 mois contre 6 mois la première année. Cette location pourrait disparaître dans le cas d'un **partenariat** avec une association qui dispose déjà de locaux. Les réseaux sociaux coûtent aussi plus cher, car nous souhaitons publier des contenus sponsorisés pour booster notre impact et agrandir notre communauté.

Les **financements** nécessaires deviendront **minimes** et selon les **appels à projet et les subsides** que nous réussirons à décrocher, la rémunération d'un administrateur ou le développement de projet comme un festival, deviendront possibles.

FINANCEMENT

Plan trésorerie			
REVENUS	2023	2024	2025
Financier direct			
Participation RDV	1 575,00 €	2 700,00 €	2 700,00 €
Subsides, financement, ...			
Subsides	- €	- €	- €
Apports personnels en nature			
Caméras	2 500,00 €	- €	- €
Micro cravate	60,90 €	60,90 €	- €
Micro Podcast	178,00 €	- €	- €
Light diffuseur	77,40 €	- €	- €
Light Background	109,00 €	- €	- €
Apport en industrie			
Salaires	60 000,00 €	60 000,00 €	60 000,00 €
TOTAL REVENUS	64 500,30 €	62 760,90 €	62 700,00 €

FINANCEMENT

COÛTS			
CHARGES DIRECTES			
Location de salles			
Maison de l'écologie	330,00 €	660,00 €	660,00 €
Matériel divers (audiovisuel, ...)			
Caméras	2 500,00 €	- €	- €
Micro cravate	60,90 €	60,90 €	- €
Micro Podcast	178,00 €	- €	- €
Light diffuseur	77,40 €	- €	- €
Light Background	109,00 €	- €	- €
Matériels divers rdv	400,00 €	600,00 €	1 200,00 €
Imprévus			
Imprévus	800,00 €	800,00 €	800,00 €
CHARGES INDIRECTES			
Salaires			
Salaires	60 000,00 €	60 000,00 €	60 000,00 €
Logiciels & Site Web			
Hébergement Web	47,40 €	47,40 €	47,40 €
Adobe	251,96 €	755,88 €	755,88 €
Nom de domaine du site	10,80 €	10,80 €	10,80 €
Promotion & communication			
Boost RS	400,00 €	1 200,00 €	1 200,00 €
Autres			
Frais de déplacement	240,00 €	240,00 €	240,00 €
TOTAL COÛTS	65 405,46 €	64 374,98 €	64 914,08 €
REPPORT A-1	- €	- 905,16 €	- 2 519,24 €
SOLDES	- 905,16 €	- 2 519,24 €	- 4 733,32 €



PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

ESTELLE COLLART

Estelle a commencé ses études supérieures par un bachelier en relations publiques, elle a ensuite entrepris un master en transmédia pour développer ses compétences en gestion de projet, mais également sa créativité. Après avoir participé à un projet contre le harcèlement scolaire lors de sa première année de master, elle décide de changer de projet et de s'orienter vers celui qui se rapproche le plus de ses valeurs.

Pour ce projet, elle s'est principalement occupée de la gestion des contacts avec les intervenants extérieurs, du montage des vidéos, de la rédaction des publications pour les réseaux sociaux et de certains contenus ainsi que de l'organisation des rendez-vous.



MARIE-JOSÉPHINE CUVELIER

Après quelques années dans le monde de la bijouterie et de la gemmologie, Marie-Joséphine a entrepris une reconversion professionnelle en design web et mobile à la Haute école Albert Jacquard. Passionnée par tout ce qui touche à la création et à la conception de projet, elle a ensuite continué ses études en transmédia. L'environnement étant un sujet de préoccupation important à ses yeux, il lui a semblé logique de choisir ce sujet pour le TFA et ensuite le TFE du master.

Pour ce projet, elle s'est occupée de la direction artistique, du design du site, de la création de contenus pour réseaux sociaux, des tournages vidéos, de l'enregistrements des podcasts, du motion design, des articles et des rendez-vous.



EMMA GILBERT

Diplômée d'un bachelier en communication appliquée, Emma se lance en 2021 dans un master en transmédia à la HEA dans un but d'approfondir sa maîtrise des différents médias. Passionnée par la thématique de l'environnement, elle décide d'en faire le sujet principal de son TFA qu'elle prolongera l'année suivante en TFE avec de nouvelles personnes.

Durant cette année, Emma s'est occupée des réseaux sociaux, de la direction artistique du projet, des tournages des vidéos, du montage et de l'enregistrement des podcasts.



CÉDRIC MÜLLER

Après des études en infographie pour la fin de ses secondaires, Cédric poursuit un bachelier en développement web à la Haute École de la province de Liège. S'en suit un an dans le monde professionnel où il travaille dans le domaine de l'industrie 4.0 puis reprend des études à la Haute École Albert Jacquard.

Dans ce projet de fin d'études, Cédric s'est particulièrement occupé du design et du codage du site internet d'Objectif Imago, ainsi que certains tournages des vidéos.

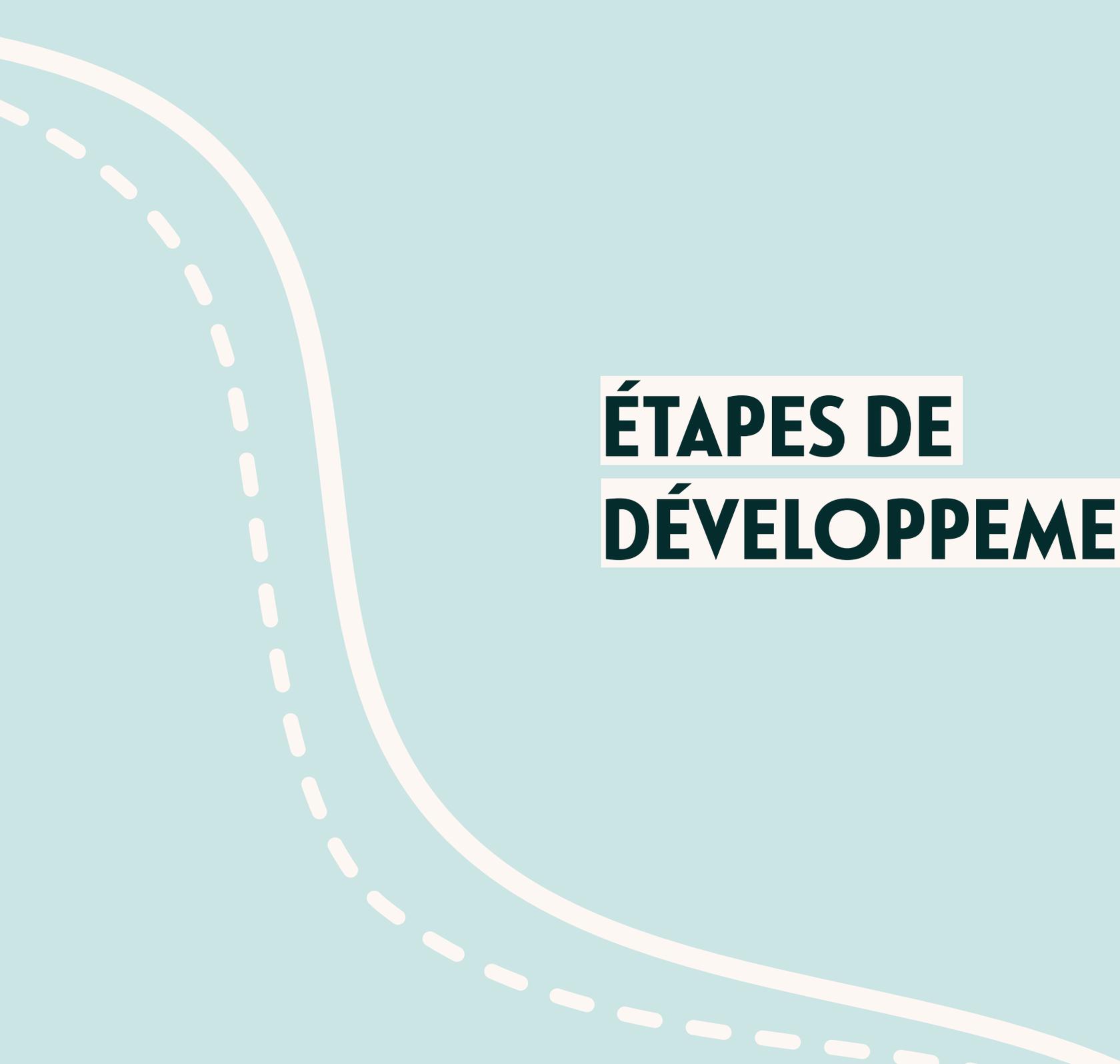


AMAURY SAOUDI

Titulaire d'un bachelier en marketing, Amaury a poursuivi son cursus au sein de la Haute École Albert Jacquard avec un master spécialisé dans le transmédia dans le but de développer des compétences plus créatives. Il a rejoint ce projet lié à l'environnement pour changer des divers projets commerciaux développés pendant son bachelier.

Dans ce projet, Amaury s'est essentiellement occupé de l'aspect financier et marketing du projet ainsi que de la gestion du podcast.





ÉTAPES DE DÉVELOPPEMENT

PRODUCTION

Une fois le projet redéfini correctement, nous nous sommes lancés dans le concret et dans la création du nouveau projet, Objectif Imago.

Nous avons commencé la production des différents médias. Nous souhaitons avoir tous nos médias opérationnels et pouvoir faire vivre l'expérience complète à nos utilisateurs au mois de mai. Nous souhaitons proposer plus que des prototypes en cette fin d'année et avons donc décidé de produire réellement chacun de nos médias.

Afin de le faire correctement et de ne pas se surmener dès le départ, nous avons décidé de publier ces nouveaux contenus progressivement en dévoilant et en ajoutant chaque mois un nouveau média.

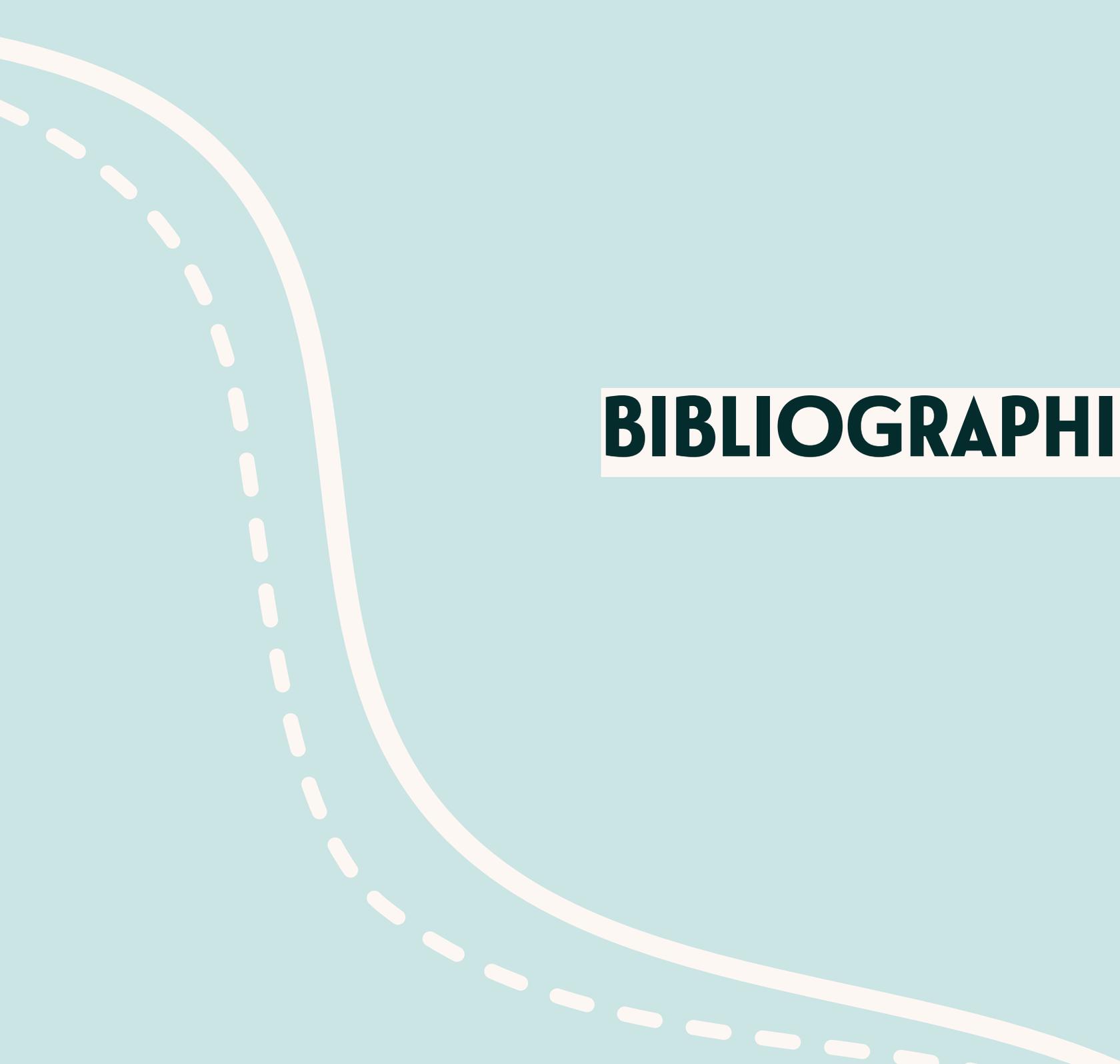


DIFFICULTÉS & FUTUR DU PROJET

Le plus gros défi à relever, une fois que plusieurs médias se côtoyaient, était de réussir à agencer nos agendas avec ceux des différents acteurs extérieurs que nous souhaitons rencontrer. Nous avons aussi rencontré des difficultés pour réussir à combiner cela avec les dates de publications prévues. Nous avons tout de même fait de notre mieux à chaque fois, même s'il a parfois été question d'ajustement et de rectifications.

À l'avenir, nous souhaitons pouvoir faire perdurer le projet et le faire passer en ASBL pour avoir une vraie structure et avoir plus de possibilités. Avant de nous lancer concrètement dans ce bénévolat, nous voulons voir comment agencer cela avec nos agendas respectifs et nos futures professions.

Lorsque nous aurons atteint une communauté de plus grande ampleur, nous envisageons de créer, en plus, un festival afin de rassembler les initiatives et notre communauté lors d'un événement festif. Nous aimerions également ouvrir un serveur Discord pour que notre communauté puisse échanger, s'entraider autour de nos objectifs mensuels et qu'elle puisse ainsi se fédérer davantage.



BIBLIOGRAPHIE

Barbhuiya, T. (2021, July 11). persona che tiene le bacchette di legno marroni. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/EDBy1syonFg>

Before you continue. (n.d.). https://www.google.com/search?q=maison+eole&rlz=1C1PNJJ_frBE-996BE996&sxsrf=APwXEdpobLLINp2-wDQaT4MAlebSDQRTA:1685537040773&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiKqsjkyp__AhWNNNewKHcqBCEsQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1280&bih=592&dpr=1.5#imgsrc=d4R74YCO6nNnmM

Behance. (n.d.). <https://www.behance.net/gallery/107363447/Landing-page-for-SPA-salon>

BomSymbols. (2017, May 17). Airplane. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/airplane-1065271/>

Chen, J. (2020, March 25). fruit de citron jaune à côté de la fourchette d'argent sur le textile floral blanc et bleu. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/1j1mEZbag4l>

Daksina, D. (2017, November 9). Tshirt. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/tshirt-1407512/>

D'Arras. (2019, January 27). typographie.ml. Pinterest. <https://www.pinterest.fr/pin/285908276331947556/>

Dharma + Dwell Natural Sustainable Brand Design Inspiration. (2023, May 14). Pinterest. <https://www.pinterest.fr/pin/425590233553094268/>

DinosoftLab. (2017, September 23). Jar. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/jar-1275852/>

Dubois, A. (2020, September 23). Fromage blanc sur table en bois brun. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/6j0MUsmS4fQ>

Facebook. (n.d.-a). <https://www.facebook.com/photo/?fbid=663537395774926&set=pb.100063560135606.-2207520000>.

Facebook. (n.d.-b). <https://www.facebook.com/photo/?fbid=553207480141252&set=pb.100063560135606.-2207520000>.

Facebook. (n.d.-c). <https://www.facebook.com/photo/?fbid=500403825421618&set=a.500403805421620>

Facebook. (n.d.-d). <https://www.facebook.com/railtrip.travel/photos/777010163826121>

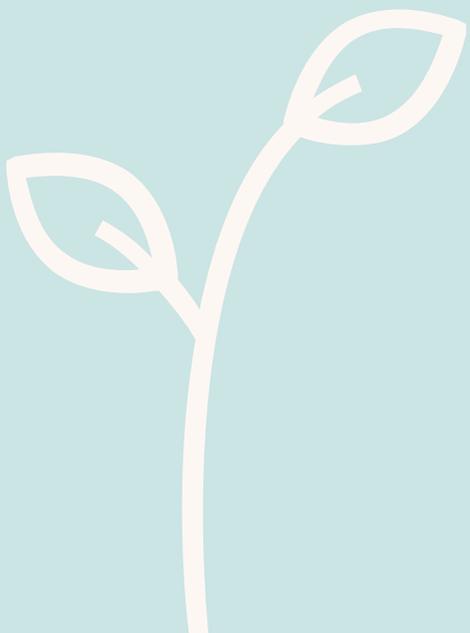
Facebook. (n.d.-e). <https://www.facebook.com/railtrip.travel/photos/709063427287462>

Facebook. (n.d.-f). <https://www.facebook.com/railtrip.travel/photos/631108658416273>

Facebook. (n.d.-g). <https://www.facebook.com/railtrip.travel/photos/469106067949867>

Facebook. (n.d.-h). <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=167847465765135&set=pb.100076196470499.-2207520000.&type=3>

Facebook. (n.d.-i). <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=160655539817661&set=pb.100076196470499.-2207520000.&type=3>



Facebook. (n.d.-j). <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=684828363652683&set=pb.100063765776442.-2207520000.&type=3>

Facebook. (n.d.-k). <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=682266167242236&set=pb.100063765776442.-2207520000.&type=3>

Facebook. (n.d.-l). <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=573151408153713&set=pb.100063765776442.-2207520000.&type=3>

Facebook. (n.d.-m). <https://www.facebook.com/photo/?fbid=508296544753722&set=a.508296518087058>

Facebook. (n.d.-n). <https://www.facebook.com/photo/?fbid=508296544753722&set=a.508296518087058>

Fauziah, N. S. (2023, January 11). Money Bag. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/money-bag-5500685/>

Feather – Simply beautiful open source icons. (n.d.). <https://feathericons.com/>

Fernandez, T. (2018, February 13). miele con mestolo sul piatto. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/yHPGi--o3Fc>

Free Music For Creators. (n.d.-a). <https://uppbeat.io/t/hartzmann/sunny>

Free Music For Creators. (n.d.-b). <https://uppbeat.io/t/sky-toes/featherlight>

Free Music For Creators. (n.d.-c). <https://uppbeat.io/t/the-lakes/bluebird>

Free Music For Creators. (n.d.-d). <https://uppbeat.io/t/movediz/summer-vibes>

Groblechner, S. (2020, May 13). bâtonnets de bois bruns dans un bol en céramique gris. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/7TgbRVEYdYY>

Iconbunny. (2023, January 11). bag. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/bag-5493793/>

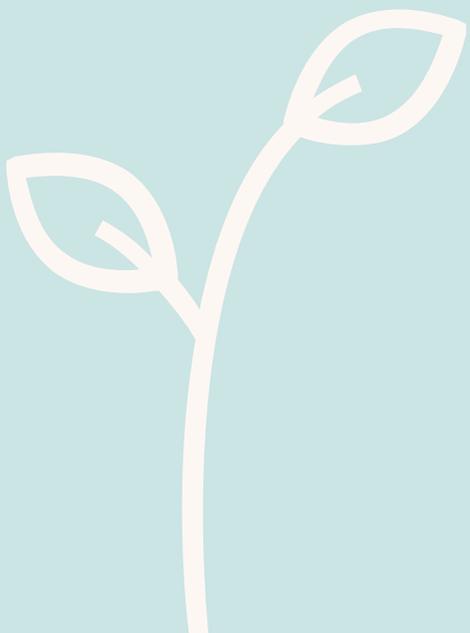
Icons and social media logos collection for business cards and webs Free Vector. (2022, February 21). Freepik. https://www.freepik.com/free-vector/icons-social-media-logos-collection-business-cards-webs_23678055.htm#page=2&query=telegram&position=13&from_view=search&track=sph

Icons, M. (2022, November 24). body scrub. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/body-scrub-5380245/>

Icons, M. (2023, March 29). toothpaste. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/toothpaste-5667991/>

Leaflet — an open-source JavaScript library for interactive maps. (n.d.). <https://leafletjs.com/>

Lee, K. Y. (2017, May 30). sunblock. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/sunblock-1084625/>



Light, D. (2020, May 26). rouleau à pâtisserie en bois blanc et marron. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/pBBxMUCgwuU>

Lucide-Icons. (n.d.). GitHub - lucide-icons/lucide: Beautiful & consistent icon toolkit made by the community. Open-source project and a fork of Feather Icons. GitHub. <https://github.com/lucide-icons/lucide>

Made, M. B. (2021, October 24). cosmetic. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/cosmetic-4440164/>

Magazin, A. (2019, March 10). donna che indossa una canotta bianca mentre tiene l'ornamento grigio. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/B9xBxCIDgBQ>

March, L. (2022). It's a Mood: The Adventurous Couple | Wedding inspiration for adventurous weddings + elopements — Wildly Collective. Wildly Collective. <https://wildlycollective.com/blog/2019/5/27/its-a-mood-adventurous-couple-inspiration>

Material Design Icons - Icon Library - Pictogrammers. (n.d.). Pictogrammers. <https://pictogrammers.com/library/mdi/>

Mitulla, L. (2019, March 12). spazzolino marrone in barattolo. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/u6z027cYmw>

Natural business logo collection in minimal style Free Vector. (2019, December 23). Freepik. https://www.freepik.com/free-vector/natural-business-logo-collection-minimal-style_6407852.htm

OpenStreetMap. (n.d.). OpenStreetMap. <https://www.openstreetmap.org/>

Pngtree. (n.d.). Icône De Vecteur De Modèle De Logo De Feuille Vecteur et PNG. https://fr.pngtree.com/freepng/leaf-logo-template-vector-icon_8352917.html

Premade Branding Feminine Kits. (2022, April 13). Pinterest. <https://www.pinterest.fr/pin/425590233549625688/>

purplestudio. (2017, August 10). group. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/group-1194517/>

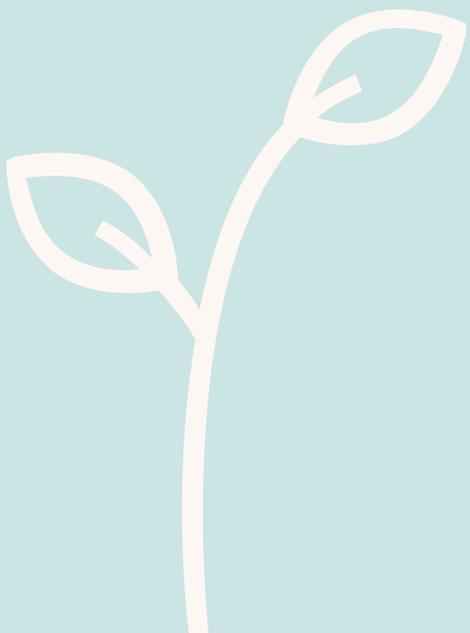
Seegars, K. (2020, December 21). bouteille en verre clair sur une table ronde en bois blanc. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/Mxy5gokl8mE>

Seengern, N. (2020, November 21). Tupperware. The Noun Project. <https://thenounproject.com/icon/tupperware-4091075/>

Sikkema, K. (2020, April 6). persona che tiene una penna a scatto verde e bianca. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/H7qrRBQbwPU>

Studio Fiftyfifty. (2020). BANTURIVERS. Fiftyfifty Agence De Graphisme Et De Communication À Bruxelles. <https://www.studiofiftyfifty.be/fr/banturivers/>

Tabler Icons: over 4200 vector icons for web design. (n.d.). Tabler Icons. <https://tabler-icons.io/>



Unsplash. (2019, November 19). persona che indossa un maglione grigio lavorato a maglia. Unsplash. <https://unsplash.com/fr/photos/mU88MIEFcoU>

Unsplash. (2021, July 21). théière en céramique blanche sur bol en céramique blanche. Unsplash. https://unsplash.com/fr/photos/B8SMI_AAz9M

