

RAPPORT DE

STAA

GE

DU 01/03/21 AU 27/08/21

LYON N2 - SALOMÉ MARTIN - ESCEN





**ARE
YOU
READY**

SOMM-

02
Atome

09
Environnement

11
Missions

23
Bilan

ALBRE



À savoir : tous les mots soulignés sont cliquables.

“

L'envie d'intégrer une agence était de plus en plus grandissante.

L'envie d'apprendre sur le terrain et d'être au contact direct des dossiers clients était de plus en plus grandissante.

L'envie de me défier à travailler en agence à 19 ans pour me confronter au meilleur comme au pire était de plus en plus grandissante.

Offres de stage chez l'annonceur, candidatures sur candidatures, mais toujours aucune opportunité de travailler en agence ne se dégageait.

ABANDONNER, DÉSESPÉRER, OSER, CROIRE, SE FAIRE CONFIANCE

J'opte alors pour la candidature spontanée. Je fais des recherches et postule dans (presque) toutes les agences digitales de Lyon et Paris.

Le 5 janvier dernier, l'agence Atome reçoit ma candidature. Trois jours suivent, je me rends au Village Zéro à Villeurbanne, ce coworking qui ne laisse pas indifférent et qui donne envie d'aller plus loin.

Je rejoins **Nicolas Pactat** alias Nico, qui sans le savoir, était mon futur patron. Après plusieurs heures de discussion, de découverte de leur agence que ne l'on voit pas ailleurs, de moi, de lui, d'eux.

Il m'embauche.

À travers notre discussion, j'ai compris qu'être en stage chez Atome serait synonyme :

D'exigence, créativité, défis, dépassement de moi-même, difficultés, découvertes, synergie de compétences, responsabilités, de l'humain et surtout beaucoup de passion.

Mon premier défi : accomplir une chose **spectaculaire** par jour !

Bref, l'aventure commence, ce 1 mars 2021.

”

Atome, enchanté

2012

Frustrés de ne pas atteindre des hauts défis au sein d'un e-commerce dans le secteur de la pêche, Nicolas et son collègue Estéban, traffic manager ont pris la décision de partir et de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Créée en 2012, l'agence initialement nommée **Oklic** voit le jour. Ils étaient spécialisés dans le e-commerce, la stratégie de marque et le référencement web.



207 Rue Francis de Pressensé,
69100 Villeurbanne



06 58 69 56 99



24h/24 (on ne s'arrête jamais)

2015

Dans une perspective de développement sur le long terme, ils décident tous deux d'ouvrir leur réseau. Ils réussissent à doubler leur chiffre d'affaires. C'est en 2015 que **Oklic** laisse place à **Atome**. Le but de ce nouveau projet est de créer un espace de coworking, **Atome Jungle**. Ces nouveaux locaux situés à Montchat, dans un ancien local industriel de 400m2 leur a permis ainsi de passer un cap en agrandissant leur équipe.



2017

2017 marque un tournant dans leur évolution avec l'acquisition d'une ancienne usine de textile située en périphérie de Lyon, à Villeurbanne. Encore plus grande que les locaux d'Atome Jungle, qui est renommé : **Village zéro**. Après 1 an de travaux, en 2018, Atome s'installe dans leurs nouveaux locaux. Une importante évolution se fait alors sentir sur leur espace de coworking. En effet, contrairement à Atome Jungle, les entreprises sélectionnées pour faire partie d'Atome Village sont basées sur une dynamique de co-business.

2018

Depuis 2018, l'agence a vu son chiffre d'affaires doubler. Les revenus mensuels du coworking et les événements qu'ils produisent dans leurs locaux leur permettent de faire des bénéfices (**Atome Green**). Atome est spécialisé dans différents secteurs correspondant aux différents sous-domaines d'Atome : **Atome Green**, **Atome Black** et **Atome Red**. D'abord développée comme une agence de marketing (**Atome Red**), l'agence Atome a su se diversifier pour pouvoir répondre aux attentes de leurs clients sur le long terme en s'occupant de toutes leurs problématiques. De cette diversification, 3 branches Atome ont vu le jour :

~~Atome Red~~

Atome Red est une agence de communication 360° qui propose des services très variés dans le secteur du web marketing. Ils proposent des prestations «classiques» telles que : site web, identité visuelle, communication, design graphic print ...et d'autres beaucoup moins, faites sur-mesures pour les clients professionnels (BtoB) qui n'ont pas peur de la réussite...

- **Atome** pense d'abord aux concepts avant de les mettre en action.
- **Atome** dirige les projets et ses clients vers des objectifs ambitieux.
- **Atome** garantit efficacité et rentabilité des projets.

— <https://atome.red/> —

1

~~Atome Black~~

Atome Black est une agence d'architecture intérieure commerciale, professionnelle et merchandising. Ils interviennent auprès de professionnels (BtoB) pour la rénovation structurelle et l'aménagement d'espaces intérieurs de natures variées (restaurant, coworking, résidence d'artistes, appart/hôtel...) L'équipe d'architectes d'intérieur s'intéressent à des problématiques marketing et d'expérience avant de parler aménagement et design. Atome est spécialisé dans la réflexion stratégique pour valoriser le lieu et la marque, et agit en tant que maître d'œuvre dans le but d'offrir une prestation sur-mesure adaptée aux besoins de ses clients.

— <https://atome.black/> —

2

~~Atome Green~~

Atome Green est une agence d'événementielle, qui pratique au coworking Village Zéro, pour les échanges professionnels et amicaux, pour les synergies petites, moyennes et grandes. Atome va plus loin, en créant un véritable réseau business plus fort et plus performant, qui met au centre de ses intérêts communs, les intérêts de chacun. Atome Green propose donc des espaces de coworking pour professionnels ou particuliers (BtoB et BtoC) sur courte ou longue durée et s'occupe d'animer tous types de lieux et d'événements.

— <https://atome.green/> —

3

Bref, on fait presque tout !

Promis, nous restons modeste.



Nos valeurs,

nous écartent de la concurrence.

éco-responsable

Atome s'engage dans ses projets à conserver une éthique responsable et engagée. Dans tous leurs aménagements d'espace, ils pratiquent la technique de l'upcycling. Rien ne se jette.

rentabilité

Atome pense rentabilité. Leur objectif est de proposer des projets qui font succès grâce à leurs rentabilités sur le long terme.

ambitions

Atome et ses équipes aiment se donner des défis. Aucun des projets ne se ressemble et ne ressemble à ceux des autres. Ils cultivent la différence pour leurs clients.

sur-mesure

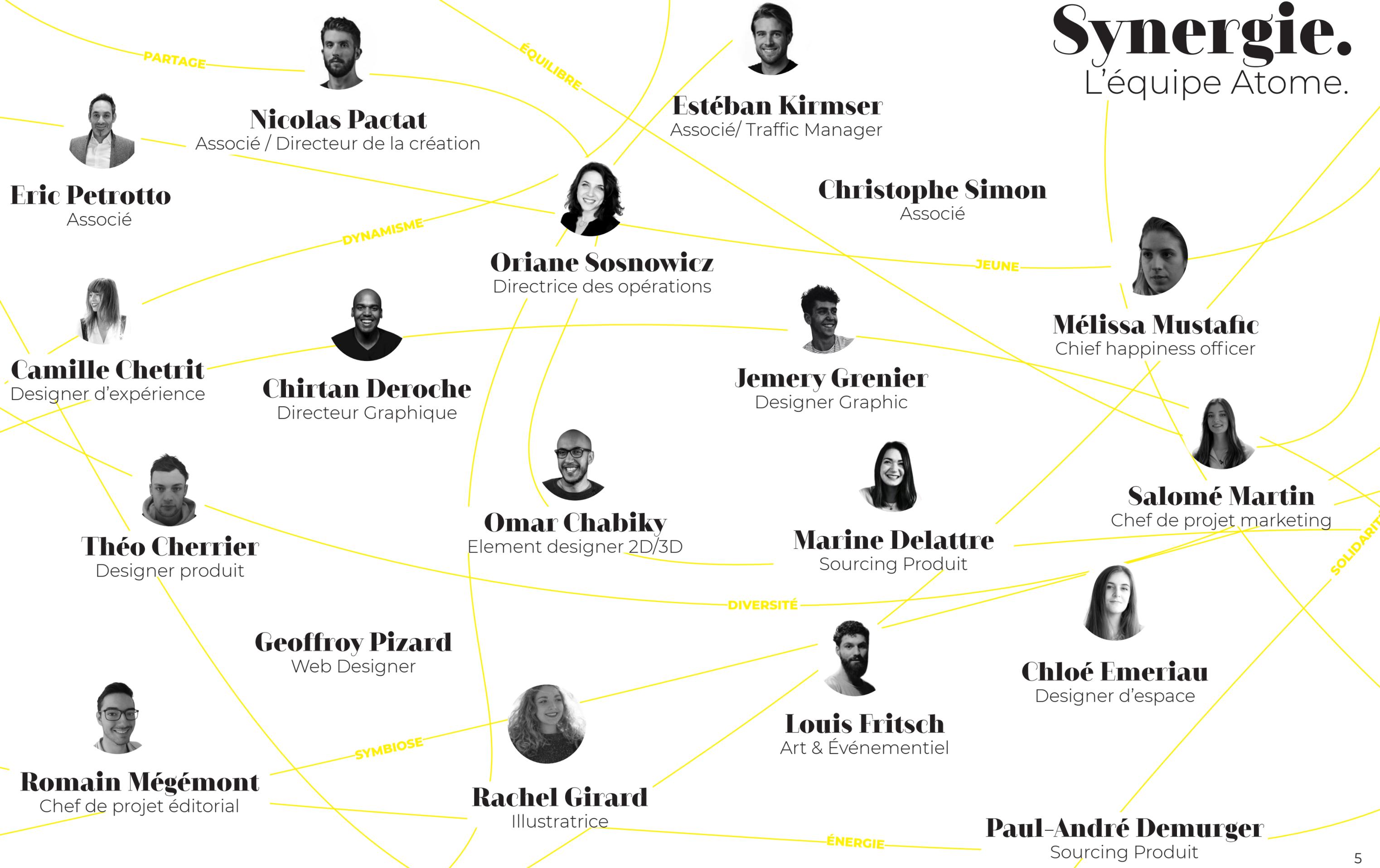
Atome ne fait que du sur-mesure émotionnel. En effet, ils pensent à l'ambiance qu'ils veulent faire régner dans les espaces, avant de penser l'aménagement.

Nos valeurs,

notre plus-value.

Synergie.

L'équipe Atome.



Nicolas Pactat
Associé / Directeur de la création



Estéban Kirmser
Associé / Traffic Manager



Eric Petrotto
Associé



Oriane Sosnowicz
Directrice des opérations

Christophe Simon
Associé



Mélissa Mustafic
Chief happiness officer



Camille Chetrit
Designer d'expérience



Chirtan Deroche
Directeur Graphique



Jemery Grenier
Designer Graphic



Salomé Martin
Chef de projet marketing



Théo Cherrier
Designer produit



Omar Chabiky
Element designer 2D/3D



Marine Delattre
Sourcing Produit

Geoffroy Pizard
Web Designer



Chloé Emeriau
Designer d'espace



Romain Mégémont
Chef de projet éditorial



Rachel Girard
Illustratrice



Louis Fritsch
Art & Événementiel

Paul-André Demurger
Sourcing Produit



Se développer
aujourd'hui et demain.



La Ferme Des Artisans

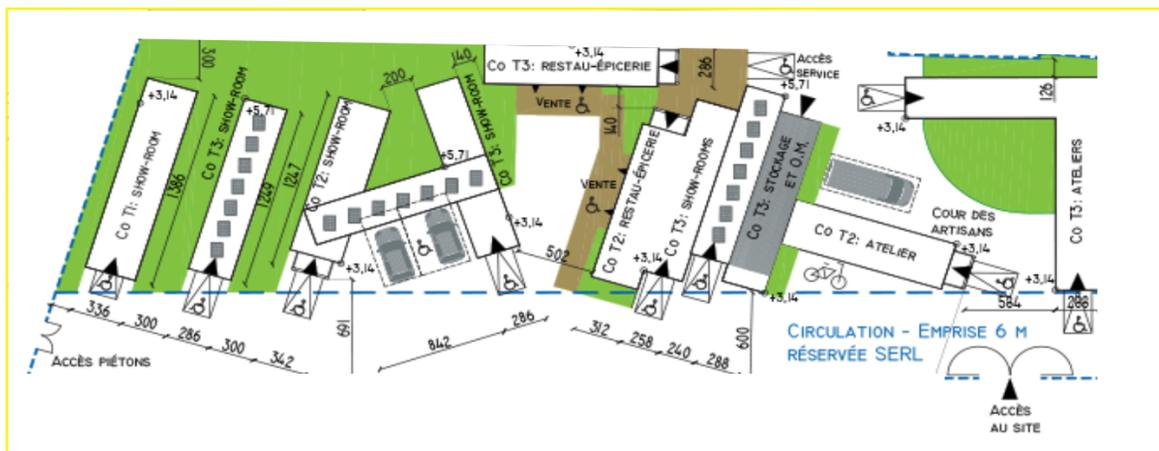
Atome X Pistyles.

Contexte : La Métropole et la Serl, en concertation avec la Ville de Villeurbanne, ont lancé un appel à projets à l'été 2019 pour une occupation temporaire dont l'objectif est d'expérimenter, de préfigurer et de faire vivre ce lieu. Pistyles et Atome ont été sélectionnés pour réaliser une occupation temporaire pendant 3 ans : **La Ferme Des Artisans** (LFDA).

La LFDA, est un lieu de vie, de commerce et de travail qui gravite autour de la créativité d'artistes et d'artisans.

LFDA est portée et orchestrée par :

- **Pistyles** qui a ramené la nature en ville par ses techniques de végétalisation innovantes.
- **Atome** qui développe une expérience commerciale humaine et tournée vers la collaboration entre tous, des créateurs aux visiteurs.
- L'association des commerçants des Gratte-Ciels (**SVU**), qui sera là pour inscrire l'expérience de LFDA dans un réseau de commerçants hors les murs.



Ce lieu permet d'inspirer et de passer à l'action pour de nouveaux modes de consommation, qui se veulent **respectueux de l'environnement** et **passionnément humain**.

LFDA est une ferme urbaine de **1 000m²** en plein cœur des Gratte-Ciel de Villeurbanne. Bien plus qu'un lieu de passage commercial, des axes forts déjà présents, animeront le lieu.

Atypique jusque dans ses locaux, c'est **douze containers** "derniers voyages" de 30m² qui abriteront le projet, disposés en «mikado» :

- Six containers seront dédiés aux espaces d'exposition des créations d'artistes et artisans, accessibles au public
- Deux containers constitueront l'espace de restauration, **La Fabuleuse Cantine**
- Trois containers seront affectés aux ateliers d'artisans
- Un container servira de stockage des matériels et des ordures ménagères.



C'est un projet qui vit en s'appuyant sur le commerce et non pour le commerce. Nous sommes fiers de faire grandir un lieu qui mêle **l'artisanat, la culture et l'écologie**.

Le concept de LFDA aura une résonance bien au-delà de ses limites spatio-temporelles. La façon de consommer ainsi que les porteurs de projet présents seront invités à **s'inscrire dans la durée**, installés dans les futures constructions du centre-ville.

<https://la-ferme-des-artisans.fr/>

Collection Atome black

Mobilier sur-mesure.

Atome prenant part à de nombreuses conceptions et customisations de mobilier dans les projets de leurs clients, décide de se développer dans la conception et la fabrication de mobilier professionnel.

Ils travaillent sur le développement de la gamme **Collection Atome Black** où sera proposé à la vente, du mobilier et des services de conception de **mobilier sur-mesure**.

Le but premier n'est pas de générer des ventes, mais d'acquérir un nouveau **point d'acquisition** pour les leads entrants.

Ils optent pour approche **innovante** et qui se **démarque** de celle de l'architecture d'intérieure classique. En effet, ils ne se contentent pas seulement de répondre aux exigences de nos clients. Ils apportent une vision à long terme et agissent en tant que facilitateur en **développement de business**.

Leurs meubles professionnels participent activement au **développement** de l'entreprise de leurs clients. Ils ne se limitent pas aux fonctions auxquelles ils sont destinés, ils **intègrent** le projet de façon globale et fine.



— <https://atome.black/collections/> —



Toujours dans une perspective de développement sur le long terme, Atome a signé dernièrement le compromis de vente d'un terrain agricole situé à **Moulins dans l'Allier** à 2H30 de Villeurbanne.

C'est un domaine de plusieurs hectares dans lesquels ils conserveront les terrains agricoles avec les animaux actuels (chevaux, vaches..), il y a également des gîtes habitables.

Nommé **La Ferme Blue**, ce domaine aura plusieurs vocations :

- **Un centre de formation** : proposer des formations physiques sur «la vie», le marketing en général et l'up-cycling. Le but étant d'être en complète immersion dans un domaine en pleine campagne, un environnement atypique qui participera au développement de chacun.
- **Un showroom + atelier** : au vu du développement de Collection Atome Black, Atome prévoit de réserver une partie du domaine à l'exposition et mise en scène du mobilier ainsi qu'un atelier pour fabriquer et concevoir le mobilier.
- **Team meeting** : plusieurs fois dans le mois, l'équipe Atome sera conviée à passer quelques jours à La Ferme Bleue durant lesquels seront organisés des sprints, des projets de grande envergure réalisés avec de courts délais.

La Ferme Bleue

Domaine à Moulins.

Atome aux trois domaines complémentaires à un positionnement pluriel en s'imposant sur 3 marchés différents : **la communication ; le design d'intérieur ; l'événementiel.**

Ce sont des secteurs qui ne cessent de se développer, mais depuis le COVID-19, certains d'entre eux se sont essoufflés.

En effet, la crise sanitaire en a favorisé certains et d'autres moins.

Notamment le marché du design d'intérieur, qui, grâce à la crise sanitaire et le confinement, a permis de faire émerger des envies d'aménagement nouveau.

Atome Black qui pense les espaces avec du mobilier et de la décoration de **seconde main**, opte pour du **circuit court** et une démarche **éco-responsable** et **engagée**. Des valeurs dans leurs processus de création qui sont partagées par les consommateurs durant le COVID-19. En effet, les clients ont eu la volonté de faire appel à des entreprises responsables qui optent pour des processus qui se veulent **respectueux de l'environnement.**

Pour l'industrie de l'ameublement, l'accroissement du mobilier éco-responsable est estimé à **\$59,8 milliards (USD) d'ici 2027**. Une tendance **positive** pour l'avenir et d'autant plus pour Atome, qui partage ces valeurs dans son savoir-faire.

Marché de l'entreprise.

Secteur Environnement.

Cependant, cette croissance **n'est pas égale** dans les deux autres secteurs d'Atome.

Effectivement, l'an dernier, le marché de la **communication** a perdu **7,3 milliards à 26,49 Md€**, selon les résultats du Baromètre unifié du marché publicitaire (Bump), rendus public mardi 16 mars 2021 par l'Irep, Kantar et France Pub.

Tout comme le secteur de **l'événementiel**, qui est fortement fragilisé et menacé par le COVID-19 et qui s'est complètement effacé dû aux restrictions sanitaires mises en place.

Néanmoins, d'ici septembre, le marché de l'événementiel va reprendre son souffle, Atome Green reçoit déjà des demandes de prestation pour la **rentrée.**

Atome se positionne donc sur des marchés qui ont des dynamiques hétérogènes et qui tentent de re-faire surface suite au COVID-19.

Concurrence

Positionnement.

Prônant le **circuit court** et le **local**, Atome se positionne sur le marché lyonnais en travaillant exclusivement avec des **clients BtoB** de la métropole lyonnaise et ses alentours.

Parlons concurrence.

Nous avons deux façons de percevoir la concurrence pour Atome.

En effet, **aucune** agence ne possède trois domaines aussi complémentaire, c'est ce qui fait la force d'Atome sur son marché. Les clients les contactent pour une problématique et Atome a les ressources pour leur fournir davantage de prestations.

EXEMPLE : un nouveau restaurant souhaite faire son aménagement intérieur. Atome Black s'en charge. (Entreprise d'architecture d'intérieur classique). **Atome va plus loin, l'agence a les capacités d'aller plus loin.**

L'équipe propose alors de leur créer une identité de marque, un site internet avec Atome Red. Il termine part leur proposer d'animer le restaurant en s'occupant de l'ensemble des prestations avec Atome Green.

C'est donc grâce à ses **compétences plurielles** qu'Atome se démarque de ses concurrents.

Cependant, dans chacun des secteurs d'activités d'Atome, le nombre d'agence ne cesse pas de se développer sur Lyon que ce soit dans la communication, l'événementiel et le design d'intérieur. De ce point de vue, on comprend alors qu'Atome et ses trois couleurs ont de **multiples concurrents** sur l'ensemble du territoire.



bee

Missions

réalisées au sein du stage.

BeeLodge est une marque déposée par **HSE exploitation et services** évoluant dans la conception de résidence universitaire dans plusieurs villes de France (Lyon, Bourges, Montpellier, Villeurbanne...).

Le concept BeeLodge c'est :

- Hostel lodge au cœur des villes
- BeeLodge Campus : Résidences coliving universitaire , esprit communautaire

La municipalité lance en début d'année un appel à projets afin de réaliser une résidence artistique couplée à des apparts/hôtels à Bourges. Après avoir remporté l'appel à projets de la mairie, HSE a donné carte blanche à l'agence Atome pour designer l'expérience du lieu et imaginer la planche d'ambiance pour ce projet.

Lancement des équipes sur le projet : 17 mars 2021

Réunion de présentation, brainstorming et répartition des tâches avec toute l'équipe.

Nicolas nous expose le défi lancé par le Maire de Bourges : validation du projet à condition qu'il permette à Bourges de devenir la **capitale Européenne de la culture en 2028**.

On comprend alors que nous sommes sur un projet culturel de grande envergure pour l'avenir culturel de la ville de Bourges. En effet, le maire aimerait que Bourges n'existe pas seulement à travers le mythique événement annuel Le Printemps de Bourges.

L'espace est segmenté en **deux parties** :

- Le **rez de chaussé** qui constituera la résidence d'artistes
- **L'étage** qui abritera 2/3 d'appart/hôtels et 1/3 de chambres

La mission d'Atome est d'imaginer les espaces suivant des concepts et ambiances imaginés par l'équipe.

La construction étant prévue pour **2023**, les architectes n'ont pas encore travaillé sur le projet, l'objectif serait donc que la proposition de notre projet puisse influencer le travail des architectes et qu'ils s'adaptent à nos envies d'aménagement.

BeeLodge prend place en un lieu stratégique, **Le Bon Pasteur**, situé en plein noyau de la ville, à mi-chemin entre la gare et le centre historique. L'objectif est de retrouver la jeunesse et le dynamisme de Bourges au travers de cet ancien pensionnat de plus de 7000 m². À l'abandon depuis 1992 et racheté par la Ville de Bourges en 2009, cet espace est propice à l'éclosion d'un nouveau lieu de vie humain et connecté.

La mairie de Bourges, de par son implication dans les projets culturels de la ville, est également un acteur majeur de BeeLodge. C'est la convergence de ces **trois acteurs** principaux que BeeLodge Bourges voit le jour.



L'objectif est de faire de BeeLodge un point central de la politique de la ville en termes de **culture**, et d'y développer une communauté propice au partage autour de **l'art et de la culture**.



bee

Le rendu d'Atome sera réalisé sur une **page web**, développée et conçue spécialement pour le projet. Les personnes concernées y auront accès avec un code. Le but étant de s'écarter des rendus classiques pdf et de proposer un format de rendu qualitatif, qui met en valeur le travail fourni et qui améliore l'expérience utilisateur lors de la lecture.

Dans cette mission j'ai été la référente en ce qui concerne le **projet marketing**. J'ai travaillé en liaison avec tous les membres de la seconde équipe. J'ai été chargé de choisir le ton à employer, le champ lexical à adopter et les mots-clés du projet à intégrer pour que l'on soit en phase avec les personnes qui seront amenées à lire ce document. J'ai été aussi missionné de veiller à la bonne **rédaction** du contenu pour assurer que ce qui est produit, soit bien en phase avec les créations que l'équipe créa fournira.

Nous avons réalisé trois versions différentes avant d'atteindre la version finale. C'est **Estéban**, content manager, qui nous faisait les retours sur nos productions écrites.

Pour réaliser au mieux notre mission, nous avons commencé par faire de nombreuses recherches sur la **ville de Bourges** et sa **population**. Nous avons également synthétisé les attentes du Mairie et de HSE concernant le projet.

Suite à ces étapes, nous avons débuté la rédaction des parties suivantes :

- **Un chapô introductif** pour présenter l'objet du document et du projet
- **Une partie histoire / contexte** qui vise à rappeler le projet global, son origine, les initiatives, les acteurs, l'aboutissement envisagé, les bénéfices, un lien entre le passé médiéval de cette ville et le projet.

- **Le projet Atome**, que nous avons agrémenté et modifié en temps réel. Il est organisé de la façon suivante : un chapeau introductif qui présente le projet ainsi que les objectifs + un paragraphe introductif.

- **La projection**. Cette partie permet de partager la vision d'Atome. On est à la fois dans le factuel et dans l'imaginaire : l'objectif est de permettre à celui qui lit le document, de pouvoir se projeter facilement.

Pour ce faire, nous avons défini une **ligne éditoriale** forte et trouvé un champ lexical qui vont permettre de romancer l'histoire.

Nous avons pensé la présentation et la rédaction du projet comme une **fleur** : le bourgeon, à savoir les prémices du concept, le contexte dans lequel il s'inscrit, puis l'éclosion, qui est la concrétisation de l'idée. Vient ensuite le parfum, qui correspond à son ambiance, pour finir par la pollinisation, sa façon d'influencer son environnement, telle l'abeille qui diffuse le pollen de la fleur.

Notre plus gros défi a été de systématiquement s'assurer que notre **rédaction s'adaptait aux visuels** fournis par l'équipe «créa» car ceux-ci sont intégrés entre nos différents paragraphes.

Nous avons donc travaillé avec l'équipe créa pour qu'ils nous expliquent leurs **idées, ambiances** qu'ils souhaitent faire régner dans ce lieu et nous avons retranscrit l'ambiance voulue et les **visuels** à travers les **textes** qui accompagnent les visuels.

Je me suis chargée de constituer le **plan**, c'est-à-dire l'ordre des textes et des visuels afin d'assurer une cohérence dans le sens et la compréhension de la lecture.

bee

Mes compétences en **WordPress** et en **code HTML/CSS** m'ont permis de pouvoir intégrer les textes directement sur la page web, sans avoir à faire appel à Geoffroy, le web designer. Cela nous a permis de gagner beaucoup de temps et d'être d'autant plus rapide pour procéder aux modifications et aux ajustements.

Atome ne faisant jamais les choses à moitié, a décidé de proposer un **nouveau nom et logo** à BeeLodge. En effet, après réflexion, nous étions pas convaincu de la cohérence entre le nom et le projet culturel. De plus, le logo initial, constitué d'une forme hexagonale fait indirectement penser aux **pictogrammes de danger** sur les produits chimiques. Ainsi que la couleur jaune/vert qui n'a pas de sens pour le concept du projet.

Nous avons donc repensé **l'identité de marque**, sous l'accord de HSE, et proposé un nouveau **nom et logo**.

Le but étant que notre proposition puisse déboucher sur une demande de **charte graphique** complète de BeeLodge.

Concernant le nom, nous avons procédé à un **brainstorming** puis nous avons tout simplement choisi de changer **BeeLodge en Bee**.

Bee, qui signifie abeille en anglais, nous rappelle aussi be, être. Etre, devenir, l'humain étant au cœur du projet, il nous a semblé évident de conserver bee pour la suite du projet.

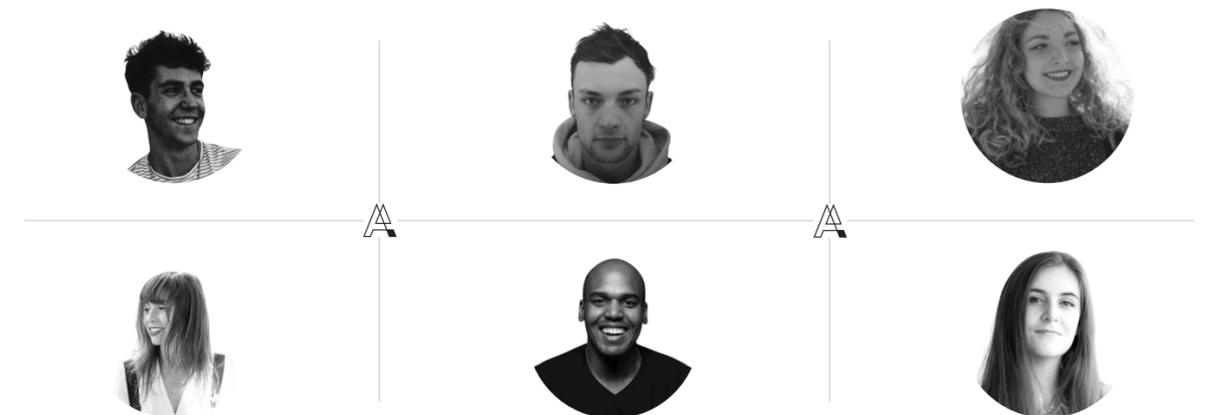
Concernant le **logo**, nous en avons fait plusieurs et nous avons décidé de sélectionner celui-ci. Les deux e, à l'envers font référence aux **guillemets**, car c'est avant tout un lieu d'expression et de communication.

Les couleurs ont été positionnées de sorte à faire penser aux **vitraux** que qu'on retrouve sur le logo de Bourges mais aussi à la **cathédrale de Bourges**.

Nous avons consacré **2 semaines** sur ce projet et nous avons aujourd'hui envoyé notre production. Nous sommes en attente de leurs retours afin de savoir si Atome et son projet a été validé.

Pensé et réalisé par les équipes Atome

#TEAMCRÉATION



#TEAMRÉDACTION



Serenicity

Serenicity est une entreprise située à **Saint-Etienne** créée en **2018** et spécialisée en **cybersécurité**. Elle a pour ambition de créer un large système de sécurité et de défense dédié aux villes, PME et grands groupes. Elle développe des solutions informatiques performantes et innovantes pour sécuriser les réseaux et les systèmes informatiques de ses clients et partenaires.

Serenicity met l'innovation urbaine au cœur de ses activités. Ils permettent à l'humain d'évoluer dans des conditions de vie plus **sécurisées** dans la ville d'aujourd'hui et de demain. Leur niveau d'expertise technique permet d'offrir à toute organisation, indépendamment de leur taille, **une sécurité réseau renforcée et continue**.

Serenicity est un **client** d'Atome. En effet, Atome Red s'est occupée de réaliser leur **site internet** et Atome Black a réalisé des **tables** pour leurs bureaux.

Eric Petrotto, un des quatre **associés** d'Atome, est aussi le **co-fondateur** de Serenicity où il orchestre le pôle design et art sur les front-end des applications, le marketing et plus largement la communication.

Estéban s'occupe également du dossier client Serenicity. En effet, il produit divers **contenus SEO** pour l'entreprise, dans le but de créer du contenu pour le site mais aussi des articles diffusés sur des sites partenaires.

Je me suis occupée de créer **deux articles de 1000 mots** chacun sur la thématique de la **cybersécurité**. Ces articles contiennent des **liens hypertextes** vers serenicity.fr et seront mis sur leurs **sites partenaires**. L'objectif est donc de le populariser selon les critères de l'algorithme de Google.

J'ai sélectionné deux thèmes d'articles dont un en rapport direct avec l'actualité récente lors de la rédaction de l'article :

- 1 - *La place de la cybersécurité au sein de votre entreprise*
- 2 - *L'importance de la cybersécurité dans le secteur médical*

Afin de réaliser à bien cette mission, j'ai procédé à une recherche de mots-clés avec l'outil **Google Adwords** afin de me créer un champ lexical en rapport avec la cybersécurité et d'avoir un vocabulaire pertinent, en rapport avec le domaine d'activité ou la thématique.

Par la suite, n'ayant pas de connaissance sur le sujet, j'ai effectué de nombreuses **recherches** concernant la cybersécurité ainsi que sur les deux sujets que j'ai décidé de traiter afin d'obtenir des **informations pertinentes** que je puisse utiliser dans mes articles.

Suite à cela, j'ai réalisé un **plan**, afin de lister dans l'ordre souhaité les différentes parties à traiter en commençant par le général pour finir par le plus précis. Une fois le plan fait, j'ai défini ma **ligne éditoriale**.

J'ai choisi un ton **professionnel** et **neutre** à caractère **informatif** afin qu'ils s'adaptent à tous leurs sites partenaires.

Puis je suis passé à la rédaction de mes différents paragraphes de mes deux articles et j'ai terminé par ajouter **des photos libres de droits** trouvées sur Unsplash et des **liens hypertextes**.

Relecture oblige.

Les premières versions ont été **validées** par Estéban.

Pensé et réalisé par les équipes Atome





Pistyles X LFDA

La Ferme des Artisans (LFDA) consiste à :

- **Expérimenter et démocratiser** des solutions innovantes de végétalisation urbaine afin d'améliorer le potentiel écologique, paysager et social des espaces végétalisés en ville : démarche portée par Pistyles.

- **Rassembler** un ensemble d'acteurs artisanaux et commerciaux afin de créer et faire vivre un espace collaboratif dédié à la restauration responsable, l'économie circulaire et le vivre-ensemble : démarche portée par les partenaires de Pistyles (Atome et La Fabuleuse Cantine).

Deux partenaires de Pistyles font partie de l'aventure :

- **Atome**, qui est spécialisé dans le développement commercial et marketing, le design d'expérience, l'architecture commerciale basée sur le détournement des objets, la récup' et une conception subversive des espaces.

- **La Fabuleuse Cantine** est un espace de restauration et de convivialité qui propose une cuisine créative, issue de la lutte contre le gaspillage alimentaire. LFC s'implantera au coeur de cette occupation temporaire pour faire vivre la convivialité d'un lieu de restauration au service des valeurs de LFDA.

En plus que LFC collecte quotidiennement, auprès de producteurs locaux et de magasins bio, les invendus en produits de grande qualité, **Eric Petrotto** est également **le co-fondateur et directeur du développement**. LFC est un des clients d'Atome, Atome Red construit leur site internet et Atome Black ont réalisé l'entièreté de l'aménagement de LFC à Saint-Etienne et s'occupe actuellement du restaurant de Lyon 8.

Il est paru comme évident d'instaurer LFC comme espace de restauration au vu des valeurs auxquelles ils s'engagent et de par leurs très bonnes relations avec Atome.



Pistyles a pour ambition à LFDA d'expérimenter et identifier des solutions de végétalisation urbaine durables et à fort potentiel écologique et social. C'est le **24 mars 2021** que LFDA et ses quinze containers ouvrent leurs portes pour la première fois au public dans le cadre d'un **atelier végétalisation**, participatif avec les habitants de Villeurbanne.

Au programme, Pistyles prévoit des ateliers d'une heure, ouverts à tous et propose les ateliers suivants :

- Plantations d'arbres, arbustes, vivaces, grimpantes
- Végétalisation de toitures
- Land art
- Création de dispositifs de végétalisation urbaine à emmener chez soi (« bombes à graines », Rempotage et semis de graines...)

J'ai été missionné **chef de projet web marketing** pour cet événement. Après réception des informations que Pistyles souhaite communiquer, nous avons commencé par la création de la page web «Atelier» dédié à l'Atelier du 24/04. Pour ce faire, Pistyles nous a envoyé le texte qui voulait que l'on intègre. Nous l'avons quelque peu modifié de sorte à conserver les éléments-clés et essentiels à la bonne compréhension de la page. Par la suite, nous avons travaillé avec Chris et Geoffroy pour l'intégration des éléments.

Pistyles X LFDA

Chris, directeur artistique, a briefé Camille pour les dessins à réaliser pour illustrer la page et les informations.

La partie la plus importante de cette page web a été le **formulaire d'inscription** aux ateliers. En effet, j'ai dû retravailler les informations demandées par Pistyles pour le formulaire notamment en ajoutant le numéro de téléphone.

Enfin, une fois la page terminée et les modifications réalisées, j'ai fait une phase de **recette**, où j'ai testé toutes les combinaisons possibles du formulaire afin de contrôler que l'ensemble d'elles fonctionnait. Ces recettes ont aussi été faites sur mobile et tablette et sur différents navigateurs.

Je me suis occupée également de créer les **e-mails de réception** des inscriptions et les **e-mails de confirmation d'inscription** aux participants. Ici encore, une phase de recettes a été faite afin de vérifier l'affichage et le bon fonctionnement.

Etant donné que nous n'avons pu bloquer numériquement et automatiquement les inscriptions aux ateliers lorsqu'ils comptabilisaient cinq personnes, je me suis occupée de recenser dans un tableur tous les participants au fur et à mesure des inscriptions. Une fois que les ateliers étaient complets, je me rendais sur WordPress pour enlever l'atelier en question du formulaire.

Une fois la page validée par l'équipe et par Pistyles, nous avons réalisé une **newsletter** que l'on a envoyée à l'ensemble de la base de données de La Ferme Des Artisans et de Pistyles dans le but de prévenir et d'annoncer les ateliers.

Je me suis occupée avec Chris de la mise en page de la **newsletter** et c'est Estéban qui s'est occupé d'intégrer la newsletter sur Sendinblue.

J'ai encore ici réalisé des tests notamment pour vérifier que la personnalisation avec le nom et le prénom de la personne à qui c'était envoyé, fonctionnait.

Une fois la newsletter envoyée, je me suis chargée de recueillir les **retombés et les KPI'S** de la newsletter (cliques, ouverture, désinscription, Temps moyen d'ouverture toujours avec Sendinblue).

Pour finir, j'ai actualisé la base de données de LFDA en rentrant tous les informations recueillies des participants grâce aux formulaires.

Ce premier atelier à LFDA a été un succès, nous avons accueilli une **centaine de personnes**, des plus petits aux plus grands. Cecile Cayon, photographe qui travaille dans son studio aussi à Village Zéro s'est occupée d'immortaliser cette journée en **photo**.

Pensé et réalisé par les équipes Atome

#TEAM



La Ferme Des Artisans

Atome a un très grand rôle dans les avancements et développements de La Ferme Des Artisans. En effet, Atome a pour rôle de s'occuper de toute la partie commerciale, communication/marketing, aménagement et artisanale.

La Ferme Des Artisans a pour ambition de mettre à l'honneur un ensemble d'artisans et d'artistes de la métropole lyonnaise, permettant de créer une expérience singulière et diffuser des messages forts auprès du public et des habitants.

L'objectif est de créer un lieu de vie et d'activités, permettant d'expérimenter et préfigurer des nouveaux formats de commerces en vue d'une future implantation au coeur du quartier des Gratte-Ciel.

Les acteurs identifiés et présélectionnés répondent tous aux 3 principales valeurs portées par LFDA, à savoir :

- **La création artisanale**
- **Production locale**
- **Démarche éco-responsable**

La valorisation de ces métiers artisanaux et artistiques prendra deux formes expérimentales et évolutives, à travers une **scénographie** ambitieuse favorisant une synergie entre les acteurs :

Les ateliers-shop qui constitueront un espace de production, un espace de vente et des animations pédagogiques et les **concept store** où se trouvera de la vente de produits sous la forme de dépôt-vente.

Concernant l'atelier-shop, les artisans sélectionnés auront sur place un espace de **production et de vente**. Ces espaces seront aménagés pour que chacun puisse transmettre leur art et savoir-faire auprès du public, mais également être une surface commerciale.

Entre démonstration, initiation et commerce, un parcours de visite embarquera les visiteurs dans l'univers de la Ferme des Artisans, et donc du futur quartier des Gratte-Ciel. Certains artistes, artisans pourront également installer leurs outils de production au sein de la Cour des Artisans.

Et pour le concept store, inspiré des commerces de détail thématiques, le concept store de LFDA mettra en scène des univers artistiques et créatifs singuliers mélangeant les produits et multipliant les tendances autour de l'artisanat.

L'objectif est de mutualiser les espaces et la logistique pour offrir aux divers artisans une opportunité de tester et rencontrer leur public.

Sur le principe du dépôt-vente, Atome sera en charge des stocks/ approvisionnements, de la vente sur place pour rétribution financière a posteriori aux artisans.

Pour participer à l'accélération de l'avancée des préparatifs au vu de l'ouverture en juin, j'ai été missionné d'accompagner Louis afin de l'aider sur ces missions. Tout d'abord, j'ai débuté par la **recherche d'artisans** et artistes lyonnais pour venir compléter la liste et avoir davantage d'artisans à compter pour l'ouverture.

Pour ce faire, Instagram a été mon premier outil de recherche, notamment avec l'utilisation des hashtags. La communication avec les artisans s'est réalisée par Instagram et par mail puis se poursuivait par téléphone.

A savoir que tous les artisans présents dans les ateliers-shop devront passer devant un jury de sélection composés d'élus de Lyon et du GIE.

La Ferme Des Artisans

Les **critères de sélection** sont les suivants :

- Artisans ou artistes créant par eux-mêmes
- Artisans ou artistes qui possèdent une forte dimension créative et artistique
- Artisans ou artistes ayant à cœur de partager leur art et savoir-faire
- Artisans ou artistes produisant ou travaillant de manière éco-responsable
- Artisans ou artistes ayant envie de s'impliquer dans un projet commun et de faire vivre le lieu
- Artisans ou artistes de la métropole lyonnaise ou alentours
- Artisans ou artistes engagés pour une évolution des modèles et pratiques

Je me suis occupée de réaliser la **grille d'évaluation** qui sera transmise à ce jury.

Pour chacun des artisans déjà intéressés par le projet, je me suis occupée de tous les contacter par téléphone pour d'une part garder le contact mais aussi pour récolter toutes les informations manquantes à leur égard (nombre de produits à proposer, prix fournisseurs, aménagement nécessaire, livraison des produits... L'ensemble de ces informations est récapitulé dans un tableur.

Pour les nouveaux artisans contactés, je leur ai fait **visiter** La Ferme Des Artisans, ce qui m'a permis d'expliquer davantage le concept et le projet, de répondre à toutes leurs questions et de les faire se projeter sur les lieux. J'ai optimisé le temps en faisant des visites groupées, ce qui a beaucoup plus aux artisans, car c'était une surprise pour tous de se rencontrer, de découvrir leur savoir-faire et dès la visite de développer des liens et des synergies entre eux.

Afin de maximiser nos chances de recevoir des projets de la part des artisans, nous avons créé un **appel à projets**. Je me suis occupée de la **rédaction** avec Louis puis avec Chris, nous avons intégré les éléments sur la page web du site La Ferme Des Artisans ainsi que le **formulaire**.

Tout comme le formulaire des inscriptions du 24/04, j'ai procédé à de nouvelles phases de **recettes** qui ont relevé de nombreuses modifications et problèmes notamment avec la pièce jointe.

Par la suite, nous avons dû prévoir une **présentation PDF** à destination du GIE (mais aussi des élus, ville, SVU... recensant les présélectionnés pour la partie containers Atome Atelier-shop et Concept store. Je me suis occupée de la mise en page sur Keynote de la présentation.

Enfin, j'ai géré toute la **communication** de LFDA sur Instagram suivi par Chris et Oriane. J'ai créé un **plan de communication** dans lequel j'ai recensé les informations suivantes :

- Présence social média
- Objectif
- Cible
- Jour et heure de publication
- Type de publication
- Thématique
- Ligne éditoriale (ton, valeur, emoji, règles éditoriales)
- Image de marque
- Hashtag

J'ai réalisé un **calendrier éditorial** recensant l'ensemble des publications à poster.

Sur ce même calendrier, chaque lundi, j'ai fait une analyse des retombés en listant les **KPI'S**, fournis par les statistiques Instagram de chaque publication (j'aime, commentaire, visite du profil, couverture, impression depuis : l'accueil ; profil ; hashtag ; Autres et chaque mois sont analysés les KPI'S pour le compte (nombre d'abonnés, audience (âge, sexe, localisation), jour de publication les plus performants, nombre de partages).

La Ferme Des Artisans

Une fois le plan de communication validé par Oriane, j'ai réalisé un **cahier des charges** pour Pistyles dans le but de regrouper les informations importantes et essentielles du plan de communication.

En effet, l'instagram de la La Ferme Des Artisans nous a permis de relayer les informations et actualités sur LFDA. Il était donc nécessaire de communiquer à la fois sur les projets sur le plan artisanal et commercial d'Atome et les projets de végétalisation de Pistyles.

Nous avons demandé ainsi dans ce cahier des charges à Pistyles de nous prévenir de chacun de leurs projets (événements, travaux, changements...) tenu à LFDA. Au-delà d'être au courant et d'améliorer la communication interne de LFDA, j'ai pu mettre en place des contenus et pouvoir communiquer sur Instagram.

Enfin, pour réaliser de façon efficace et rapide mes communications, je leur ai demandé pour chacune d'elles qui les concerne, de me transmettre :

- Le contenu visuel (images ou vidéos).
- Le contenu textuel qu'ils souhaitent faire partager avec les éléments importants à faire figurer dans la description.
- Le degré d'importance de l'événement (jauge d'inscriptions...). Cela me permet de juger le nombre de publications nécessaires.

Je suis aussi missionnée de la **bonne gestion du compte instagram**, notamment en filtrant les commentaires et répondre à ceux-ci, de répondre à l'ensemble de nos messages privés dans les plus brefs délais. Enfin, pour garantir une belle image, je re-poste l'ensemble des publications ou story dans lesquelles nous sommes identifiées. Cela nous permet d'alimenter le compte en contenu facilement mais aussi de se montrer reconnaissant envers les personnes qui prennent du temps pour LFDA.

L'objectif est de se montrer réactif et prêt à répondre à toutes les questions de la communauté.

Je me suis occupée également des modifications à apporter sur le **site internet**. En effet, LFDA évolue quotidiennement et des changements sont réalisés afin de le mettre à jour instantanément.

Pensé et réalisé par les équipes Atome

#TEAM



Le point équestre

J'ai été missionné de créer sur **wordpress** un nouveau **site internet** sur le thème équestre.

Estéban a racheté un nom de domaine très bien référencé par google et m'a demandé de le refaire entièrement tout en conservant le thème principal du cheval afin de ne pas aller à l'encontre de l'algorithme google.

En effet, ce nom de domaine servait pour un site d'élevage de chevaux. Ce site n'est pas destiné à alimenter un PBN mais à intégrer le portefeuille de sites disponibles d'Atome pour de l'échange de liens.

Pour débiter, nous nous sommes mis d'accord sur le type de site que j'allais développer, soit, un blog équestre.

J'ai effectué **l'identité visuelle** du blog en débutant par choisir son nom. J'ai fait une liste et sélectionné celui qui s'adaptait au mieux au concept du site internet, le blog s'appelle donc : **Le point équestre**.

J'ai ensuite défini la **palette de couleurs** ainsi que le **logo**. Concernant la palette de couleurs, j'ai conservé trois couleurs neutres dans les tons de **beige et de marron** qui s'adaptent à tous types de visuels et au monde du cheval. Et j'ai souhaité ajouter une couleur me permettant de renforcer mon identité, du **bleu clair**.

Une fois mes couleurs définis, j'ai fait des tests de rendu des couleurs sur le site web afin de vérifier qu'elle ressorte bien et que les couleurs sont suffisamment «foncées» pour les textes.

Après avoir fait les derniers réglages de ma palette de couleurs, j'ai commencé à faire des **croquis** pour le logo. Muni d'un carnet de dessins, j'ai dessiné plusieurs versions, toujours en conservant le nom, et je souhaitais également faire comprendre dès le logo que l'utilisateur se trouvait sur un blog et non un shop ou un centre équestre.

J'ai choisi la version la plus simple que j'avais faite et qui s'adaptait le mieux à ce que je recherchais. Le logo est donc composé du nom : Le point équestre, et juste au-dessous de ce titre, j'ai ajouté le mot «blog». J'ai finalisé le logo en ajoutant deux barres en diagonale permettant de contenir le logo et de le rendre plus visible et travaillé.

Enfin, pour terminer l'identité du blog que j'allais utiliser pour réaliser le site internet, j'ai défini deux **typographies** :

- Josephin Sans
- Playfair Display

J'ai eu carte blanche sur la création de l'identité du blog, du nom aux typographies, Estéban a validé mes premières versions.

Après avoir fini toute l'identité, j'ai commencé à réfléchir au **contenu** et notamment à la construction du menu.

Pour ce faire, je me suis rendu sur le site answer the public pour connaître les questions que se posent les utilisateurs, mais également «les autres questions posées» via Google ou encore suggest, etc.

J'ai traité les sujets qui me semblaient les plus populaires en priorité pour chaque catégorie.

Une fois fini la liste de tous les sujets à traité, j'ai déterminé une esquisse des différentes catégories que j'allais créer pour faire le menu et je l'ai fait valider à Esteban.

Suite à ces nombreuses préparations préliminaires, je me suis attaqué à la construction du site internet.

Par chance, je me suis formé toute seule de septembre à février à WordPress et j'étais ainsi apte à pouvoir réaliser cette mission en autonomie sans avoir à ajouter une personne de l'équipe pour le site. Cela nous a permis de gagner beaucoup de temps et d'efficacité.

Le point équestre

J'ai immédiatement téléchargé le plugin **Elementor**, un intégrateur et constructeur de sites Web qui permet de créer et de modifier des sites web en utilisant la technique du glisser-déposer, avec un mode réactif intégré.

Je me suis occupée de la construction de la page d'accueil dans un premier temps puis après aux autres pages.

Après avoir réalisé le design du site et la construction de toutes les pages, j'ai écrit deux articles par semaine avec les sujets que j'avais sélectionné auparavant afin d'alimenter le site régulièrement avec du contenu pertinent.

Chacun des **articles** était composé :

- D'un sommaire
- Un chapô introductif
- Paragraphes
- Images

Pour chacun d'eux, j'ai effectué une phase de recherche préliminaire afin de récolter des **informations** pertinentes et essentielles pour mon contenu. Puis j'ai construit mon plan, je me suis rendu sur Google Ads pour rechercher les mots-clés les plus recherchés et j'ai rédigé.

Chaque article était mis directement sur WordPress en privé, Estéban vérifiait et validait l'article avant que je les mette en ligne et que je les link aux boutons. Chaque article a été validé dès la première version.

Enfin, j'ai travaillé le **SEO** du site et des articles. Pour mener à bien cette mission, j'ai installé le plugin Yoast seo sur WordPress et j'ai procédé aux changements sur chacune des pages : de la balise titre, la méta-description et l'url (que j'ai raccourci tout en maintenant les expressions principales et en gardant un minimum de sens). Pour finir, j'ai optimisé toutes les balises HTML en vérifiant que chacun des titres et sous-titres avaient la bonne balise (H1, H2, H3...)

J'ai continué d'alimenter le site chaque semaine avec de nouveaux articles et une fois qu'il sera bien fourni en contenu, nous pourrons le proposer pour de l'échange.

Pensé et réalisé par les équipes Atome



Recrutement

J'ai pu découvrir le domaine des **ressources humaines** en proposant à Nicolas d'apporter mon aide en participant aux **recrutements**.

Dans une perspective de développement, Atome prévoit d'agrandir l'équipe, procède à la publication de fiches de poste sur Indeed.

Plusieurs postes ont été recherchés par Atome :

- Stage Webdesigner - Intégrateur web H/F
- Webdesigner - Intégrateur web H/F en alternance
- Webdesigner - Intégrateur web H/F
- Chef de projet événementiel en alternance
- Social Media Manager H/F en alternance
- Rédacteur Web / Content Marketing en alternance

J'ai été missionné de **traiter** l'ensemble des candidatures reçues par Indeed pour chacun des postes ci-dessus. Une fois traitées et filtrées, j'ai créé des **tests** pour le poste chef de projet événementiel et Rédacteur Web / Content Marketing avec des sujets en rapport avec le poste et leur formation. Si celui-ci était concluant, je les invitais à passer un **entretien** directement à Village Zéro.

Chacun des entretiens débutait par une visite du Village, dès cette visite, nous devions ressentir un certain intérêt pour le lieu et sa richesse. Puis nous continuions dans la salle à musique où nous présentions l'agence, son équipe et les missions prévues pour le candidat.

C'est Mélissa, responsable de la gestion du coworking et de l'administratif qui s'occupait de remplir les papiers.

Au terme de cette mission RH en complète autonomie et sous la confiance de Nicolas, on compte **quatre nouvelles personnes** qui rejoindront l'équipe :

- Camille Fousse : Chef de projet événementiel en alternance
- Amélia Hamada : Chef de projet événementiel en alternance
- Solène Ryckebosch : Chef de projet événementiel en alternance
- Charles Gehant : Webdesigner - Intégrateur web H/F en alternance

Pensé et réalisé par les équipes Atome



Mon stage chez Atome m'a permis **d'évoluer** sur de nombreux points.

Notamment sur mon **approche que j'avais avec le travail**. En effet, pour la première fois dans mon travail, j'ai dû accepter les retours négatifs et les reproches face à ce que je produisais.

C'est à partir du quatrième mois, face à une baisse importante de confiance en moi et mes capacités et après en avoir discuté avec les membres de l'équipe et ma famille que j'ai décidé de prendre du recul sur ces remarques.

Dorénavant, je ne prends plus personnellement et trop à coeur les retours négatifs sur ce que je peux produire et j'appréhende plus aisément mon quotidien à l'agence.

Ce stage m'a aussi apporté beaucoup **d'inspiration et idée pour mon futur professionnel**. En effet, lors de mes missions en relation avec les artisans, j'ai eu un coup de cœur émotionnelle face aux réactions des artisans à qui je parlais du projet. Ayant à coeur de revivre ces moments de partage avec des petits créateurs passionnés et partageant les mêmes valeurs qu'eux (local, fait main, en France...) j'ai eu envie de moi aussi, contribuer à leur développement, d'inciter à consommer mieux. C'est donc naturellement que l'envie de monter ma microentreprise pour construire un e-shop regroupant plein de créations artisanales faites en France m'est venue. C'est un projet qui émerge et qui mûrit dans ma tête de jour en jour.



Enfin, j'ai eu la chance que le COVID-19 n'ait impacté en rien ma vie à l'agence. En effet, j'ai pu être en complète immersion sur les lieux durant mon stage. Je ne peux manquer de mentionner, cette équipe, la #dreamteam comme nous aimons l'appeler, avec qui nous nous sommes soutenus dans toutes les situations, et avec qui j'ai partagé mes journées. La moyenne d'âge étant de 25 ans, j'ai été la plus jeune de l'équipe et toute l'équipe m'a aidé à évoluer et grandir. J'ai été face à des personnes passionnées dont la motivation principale était de voir les projets se concrétiser.

Entre repas au soleil avec les poules, les déménagements sous la pluie, les cookies du mercredi, pizzas de récompense :

Merci.

Merci à Louis, Romain, Omar, Oriane, Chris, Camille, Chloé, Mélissa, Théo, Estéban, Nicolas, Marine et Paul-André .
Merci à toutes les personnes du coworking.

Re mer cie ments

“

Merci à **Nicolas Pactat** d'avoir cru au potentiel de mon profil, de m'avoir donné sa confiance et de m'avoir permis d'appliquer et de développer l'ensemble de mes compétences au sein de l'agence Atome.

Je remercie toute l'équipe pédagogique de l'**ESCEN Lyon** qui nous donne l'opportunité d'effectuer des stages en entreprise chaque année. Mais aussi à l'ensemble des intervenants professionnels pour nous avoir fait acquérir la pédagogie nécessaire.

”

Stagiaire

Nom

Salomé Martin

E-mail

martin.salome@next-u.fr

Téléphone

06.51.49.12.66

Tuteur

Nom

Nicolas Pactat

E-mail

nicolas@atome.red

Téléphone

06.58.69.56.99

Entreprise

Nom

Village Zéro

Adresse

207 Rue Francis de Pressensé

69100 Villeurbanne



ÉVALUATION DE L'ALTERNANT / STAGIAIRE PAR LE TUTEUR ANNÉE 2020 - 2021

Merci de remplir cette évaluation **avant le 25 mai 2020** et de bien vouloir la remettre à l'étudiant(e). Elle sera intégrée à son rapport de mission.

Nom de l'entreprise :

ATOME.....

Responsable du stage :

M. Nicolat, Tictot.....

Adresse mail : niches@atome.es.....

Téléphone : 06-58-69-56-99.....

Nom de l'étudiant stagiaire : Martin Salomé..... Classe : N2.....

Merci d'entourer la bonne réponse

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDIANT(E)	
Présentation générale	Très satisfaisante - satisfaisante - assez satisfaisant - peu satisfaisante
Sens du contact	Très satisfaisant - satisfaisant - assez satisfaisant - peu satisfaisant
PARTICIPATION DE L'ÉTUDIANT(E)	
Intégration au sein de l'équipe	Très satisfaisante - satisfaisante - assez satisfaisant - peu satisfaisant
Curiosité et assiduité	Très satisfaisante - satisfaisante - assez satisfaisant - peu satisfaisant
Autonomie dans le travail	Très satisfaisante - satisfaisante - assez satisfaisant - peu satisfaisant
RÉALISATION DES MISSIONS	
Suivi des consignes imposées et bon accomplissement des missions demandées	Très satisfaisant - satisfaisant - assez satisfaisant - peu satisfaisant
Prise d'initiatives	Très satisfaisant - satisfaisant - assez satisfaisant - peu satisfaisant

pertinentes	
Capacité de l'étudiant à mettre en place ses connaissances de manière opérationnelle	Très satisfaisante - satisfaisante - assez satisfaisant - peu satisfaisant

Appréciation générale sur le stagiaire :

Salomé fait preuve d'une motivation très supérieure à la moyenne. Elle est passionnée par son travail. Son niveau est comparable à de jeunes salariés de l'entreprise. Potentiel d'évolution, tellement ses capacités sont grandes.

Quels axes d'amélioration suggèreriez-vous au stagiaire ? :

L'axe principal est peut-être de se cultiver davantage par rapport à la stratégie, pour voir des missions autour de la stratégie marketing.

Fait à : Villeneuve

Le : 25/05/2021

Signature et cachet de l'entreprise :

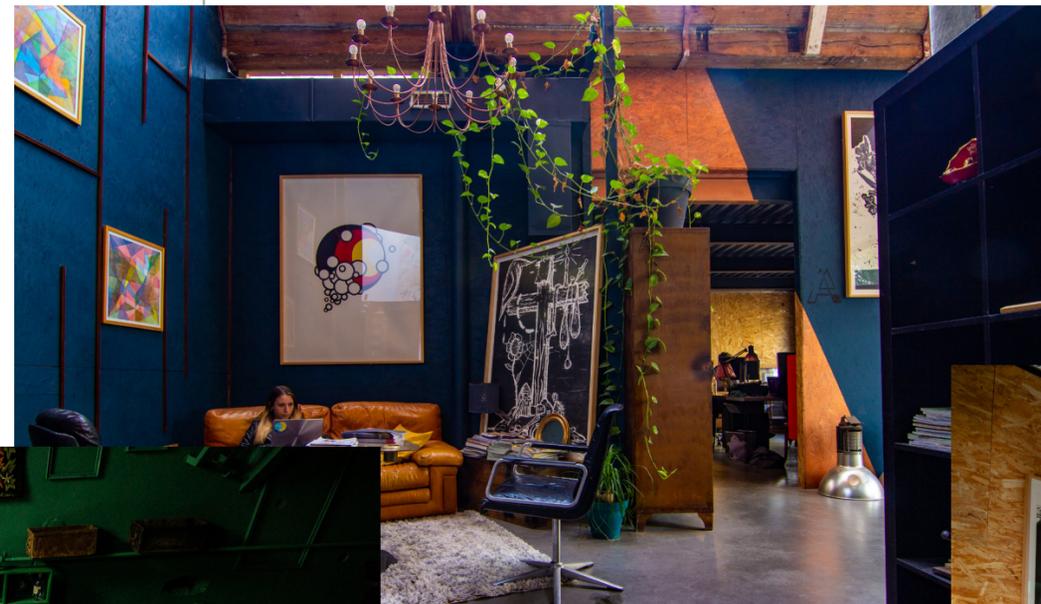
Salon



Salle à musique



Bureaux



Hall d'entrée



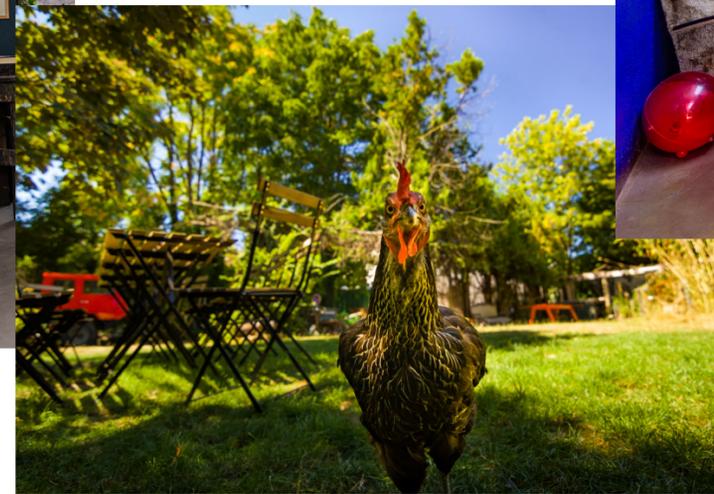
Coin repas



Salle de réunion



Jardin





ESTÉE LAUDER



ONLYLYON 

AU BEAU
MARCHÉ

musée des
confluences



AIRFRANCE 

URDLA

FONDATION
infa

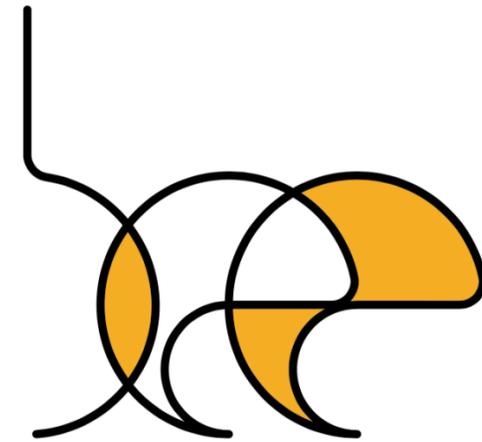
VOIX
PUBLIQUE
CRÉATEUR DE MOBILISATION



Avant



Après



Végétaliser la ville pour demain



Bonjour {{ contact.PRENOM }} {{ contact.NOM }},

Après la plantation géante du 7 juillet 2020, Pistyles organise un nouvel événement ouvert à tous les Villeurbannais et Villeurbannaises

le 24 avril 2021 de 10h à 16h

Avec le printemps, nous planterons ensemble, sèmerons, végétaliserons la ZAC des Gratte-ciel, les containers et les espaces créés cet hiver.

L'objectif est de créer un îlot frais de verdure pour au moins deux années et tester des modes de végétalisation de la ville pour demain....avec les citoyens !

INSCRIPTION



Masque obligatoire



Respect des
distanciations
physiques



Stations de gel
hydroalcoolique



Limitation des
Groupes à 5
personnes
maximum (sauf si
dérogation
préfecturale)

- Participation sur inscription préalable et enregistrement des présents en début d'atelier
- Engagement des participants à annuler leur venue s'ils sont cas contacts et à nous prévenir en cas de maladie dans les 10 jours suivants.

Les organisateurs se réservent la possibilité d'annuler jusqu'à la veille en fonction de l'évolution de la pandémie et des consignes préfectorales et municipales.

Newsletter

Atelier 24/04.



GRAND LYON

villeurbannais



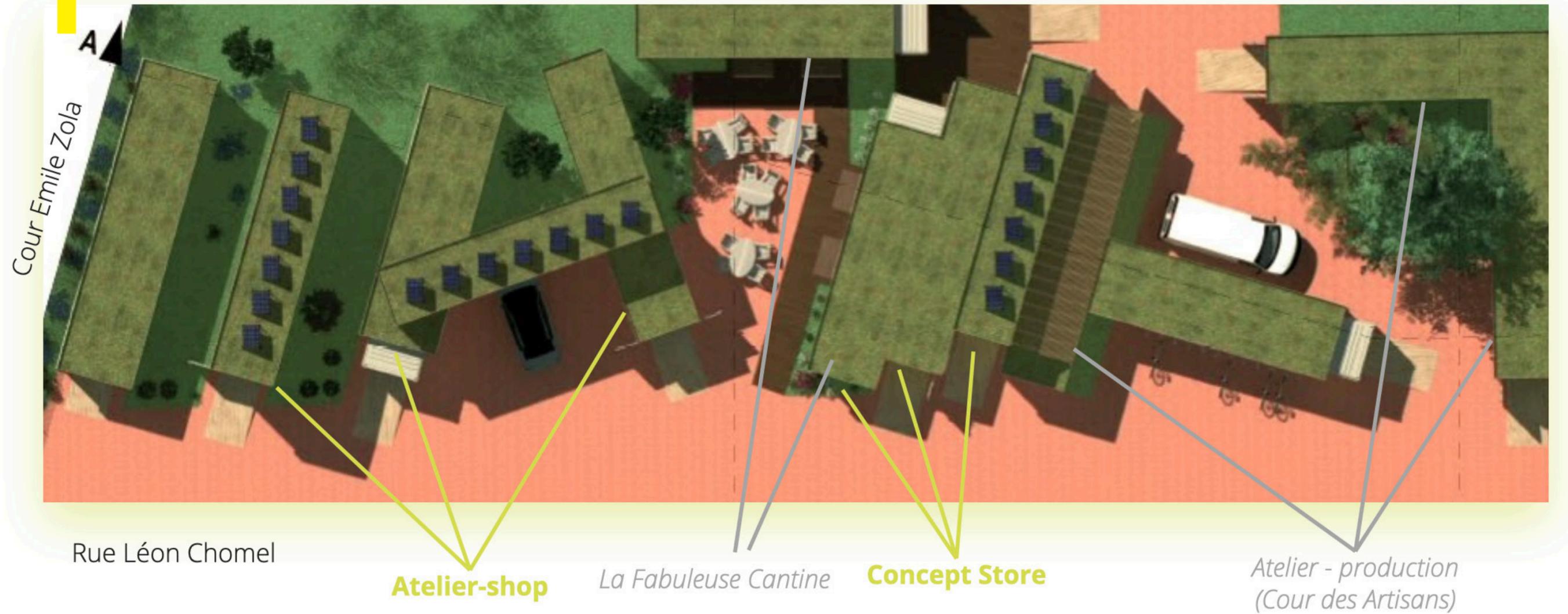
Newsletter

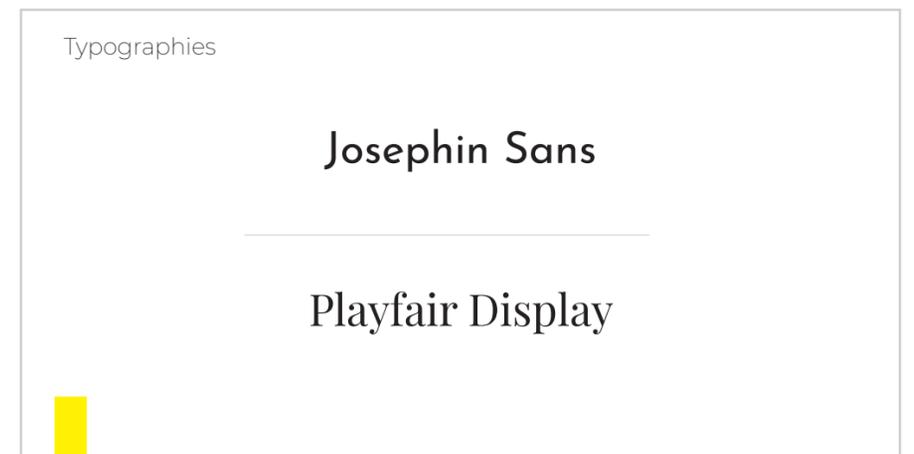
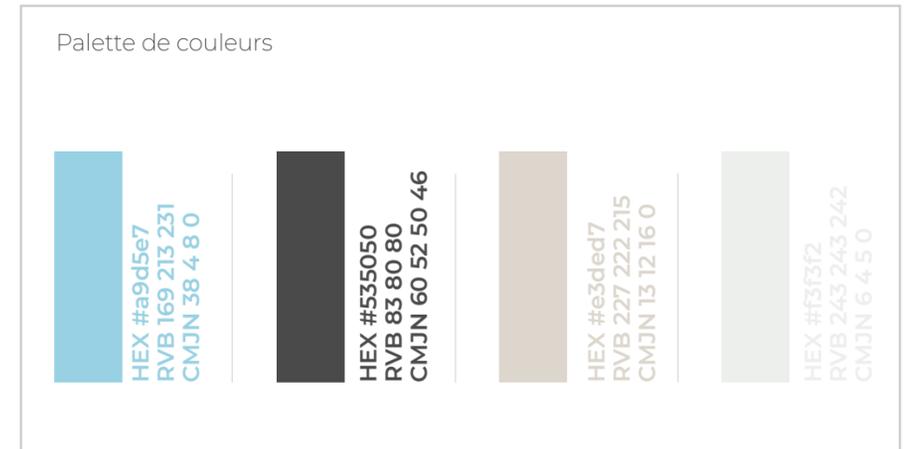
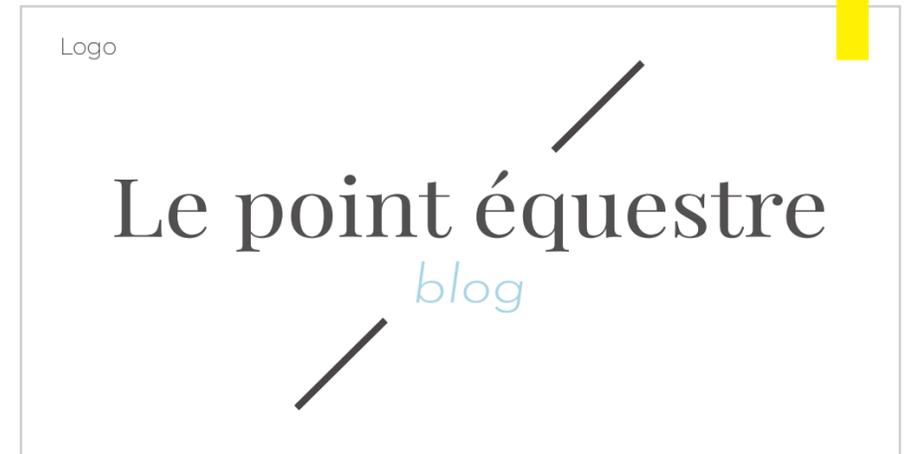
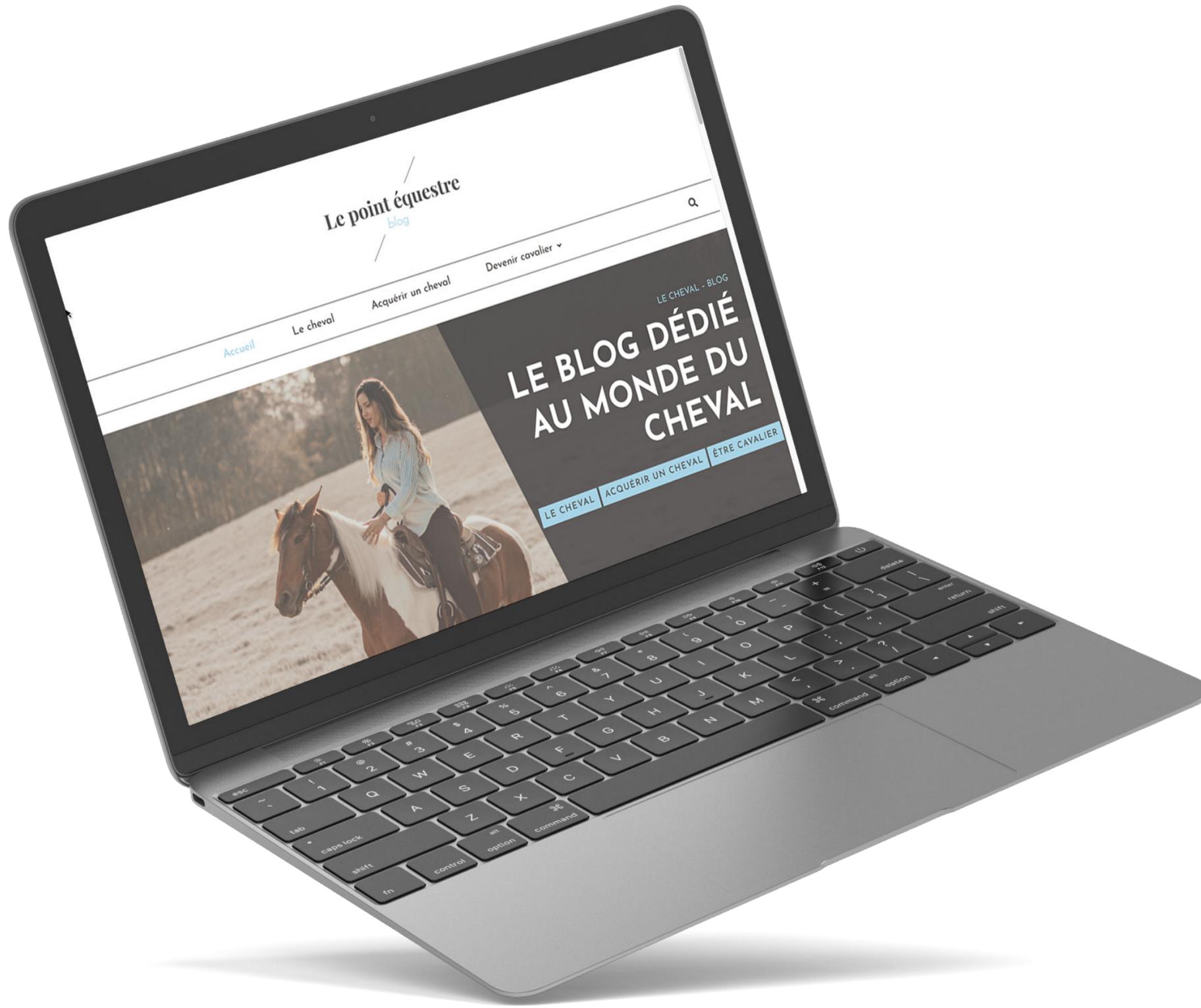
Atelier 24/04.



Implantation

La Ferme Des Artisans.





Ils nous rejoindront
dès septembre.



Camille Fousse
Événementiel/Communication



Solène Ryckebosch
Événementiel



Amélia Hamada
Événementiel/Communication



Charles Gehant
Web Designer



Ce rapport a été entièrement réalisé par **Salomé Martin** sur Adobe **InDesign**.

Typographies : **CamilaWOO-Black** + Montserrat + *Divine Raprodly*

Couleur : **#ffed00** ; #00000 ; #ffffff