

ÉLABORATION ET MISE EN OEUVRE DE LA
STRATEGIE DE COMMUNICATION AUTOUR
DU SALON DE L'ALTERNANCE



Sommaire

p.2 INTRODUCTION

I. ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

p.3 I.I. ANALYSE DE L'EXISTANT

p.4 I.II. ÉLABORATION DU RÉTROPLANNING

p.5 I.III. ÉLABORATION DU BUDGET

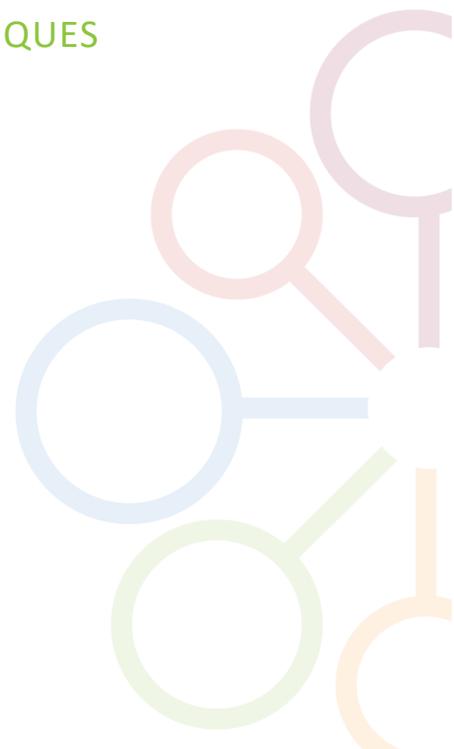
II. CRÉATION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

p.7 I.I. CRÉATION GRAPHIQUE : SUPPORTS PHYSIQUES

p.9 I.II. CRÉATION GRAPHIQUE : SUPPORTS NUMÉRIQUES

p.10 I.III. CRÉATION DU SITE INTERNET

p.11 CONCLUSION



INTRODUCTION

Reconnue association d'utilité publique, la Mission Locale accompagne les jeunes de 16 à 25 ans et sortis du système scolaire dans la construction de leurs projets personnels et professionnels. Cet accompagnement s'articule autour de nombreux axes tels que l'emploi et la formation, la mobilité, la santé, ou encore le handicap.

Installée depuis plus de 30 ans, la Mission Locale du bassin d'emploi de Besançon appartient au réseau régional des Missions Locales de Bourgogne-Franche-Comté. Ce dernier ne regroupe pas moins de 26 établissements et 226 points d'accueil. Progressivement, la Mission Locale du bassin d'emploi de Besançon a créé des antennes et permanences dans les villes aux alentours. Aujourd'hui, elle est présente dans 2 antennes et 4 permanences en plus des 4 lieux d'accueil à Besançon.

La Mission Locale du bassin d'emploi de Besançon est à l'initiative chaque année de divers événements, fruits de l'implication de l'ensemble des salariés. On retient notamment ses journées portes ouvertes qui se tiennent biannuellement et le salon de l'alternance au mois de mai.

Dans le cadre de mon contrat en apprentissage, j'ai la chance de travailler à l'élaboration de la stratégie de communication du salon de l'alternance qui se tiendra cette année le 7 mai. C'est cette mission qui est développée dans ce rapport.

Si je suis principalement seule sur cette mission, je peux tout de même compter sur le soutien de David GENISSET, chargé de communication. Je travaille également en étroite collaboration avec Olivier GRIMAITRE, chargé de projet en charge de l'organisation du salon et qui porte l'événement. Nous faisons cependant face à une difficulté qui est l'absence soudaine et imprévue depuis le début du mois d'avril. C'est donc Cindy Arbey, sa responsable de secteur, qui a repris la projet.

Cette mission a débuté en janvier, et s'achèvera le lundi 13 mai. J'ai choisi de développer dans ce rapport les tâches effectuées jusqu'au vendredi 19 avril.

I. ELABORATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

I.I. L'ANALYSE DE L'EXISTANT

L'organisation du salon de l'alternance n'est pas une nouveauté pour la Mission Locale. Cet évènement qui se tient depuis une vingtaine d'année a connu divers formats. Entre journée entière, demi-journée, en plein air ou dans une salle, il a fallu de nombreux essais pour arriver à la forme que nous connaissons aujourd'hui. Après une édition réussie en 2023 avec plus de 800 visiteurs, les bases sur lesquelles s'appuyer sont solides et le travail réalisé en amont complet.

Pour l'édition 2024, la décision de s'appuyer sur la même organisation que l'année passée a été prise. Le salon se déroulera donc sur un après-midi, de 14h à 17h, au Grand Kursaal. Cependant, les disponibilités de la salle nous ont contraint à l'organiser un mois plus tôt que souhaité, et le mardi. Cela risque d'avoir un impact négatif sur la fréquentation de l'évènement par les jeunes scolarisés, qui ne seront pas tous disponibles sur cette demi-journée.

La première étape de l'élaboration de la stratégie de communication a donc été l'analyse de celle du salon précédent. Pour ce faire, j'ai eu accès à l'ensemble des archives comme le rétroplanning, les supports de communication ou encore les devis passés avec différents acteurs. J'ai également analysé les réponses aux questionnaires de satisfaction du salon de 2023 destinés aux visiteurs, partenaires présents et salariés de la Mission Locale. Grâce à ces derniers, nous avons par exemple adapté les animations proposées et instauré un sens de circulation stricte.

Cette étape de recherche fastidieuse est déterminante pour l'élaboration d'une stratégie de communication optimale. Elle permet de déceler ce qui a fonctionné et qu'il convient de reproduire mais aussi tous les points manquants, à retravailler ou à supprimer.

L'analyse des photographies m'a par exemple permis de me rendre compte de l'espace réel au Kursaal, et ainsi de proposer un plan avec des proportions cohérentes.

Nous n'avons cependant pas trouvé de solution pour certains éléments qui ont posé problème l'année précédente, et qui risquent de se reproduire cette année. C'est par exemple le cas du taux de fréquentation bien trop élevé à l'ouverture du salon. Cela a pour conséquence que les visiteurs sont mal accompagnés, et que le lieu devient trop bruyant. Certaines solutions ont été proposées mais sont dans les faits impossibles à mettre en place.

I.II. L'ÉLABORATION DU RÉTROPLANNING

L'élaboration d'une stratégie de communication liée à un tel événement est complexe, et nécessite une excellente organisation. Le plus souvent, les tâches à réaliser sont liées les unes aux autres, ce qui peut entraîner des retards non-négligeables. Une mauvaise organisation augmente également les risques d'oublier certains éléments.

Le rétroplanning est un outil intéressant pour limiter ces risques. Il permet de rendre compte de l'ensemble des tâches à réaliser, en cours, terminées ou en retard. Les objectifs sont clairement définis avec une date de début et de fin permettant une meilleure organisation dans le travail. C'est l'ensemble de ces éléments qui m'ont poussé à créer un rétroplanning.

Pour le réaliser, j'ai pu m'appuyer sur différents supports préexistants, en particulier le rétroplanning du salon de l'alternance de 2023. Comme nous nous basons sur le même modèle pour l'édition de cette année, la nature ainsi que la durée des tâches à réaliser sont similaires. Les nombreuses fonctionnalités offertes par le logiciel Excel comme les menus déroulants et les filtres m'ont poussées à utiliser cet outil pour la réalisation du rétroplanning. Il permet également de classer les éléments de façon visuelle, rendant les informations plus faciles à lire et à trier notamment pour les personnes n'étant pas directement concernés par la communication, comme le directeur.

Il m'a semblé pertinent de classer les tâches selon quatre catégories que sont : les supports physiques, les supports numériques, les médias et la logistique. En m'appuyant sur celui de 2023, j'ai complété le rétroplanning en ajustant les délais, car le salon de l'alternance se tient près d'un mois plus tôt par rapport à l'année dernière. Certains délais qui ne me semblaient pas cohérents ont aussi été modifiés. C'est par exemple le cas de la commande des goodies qui a été faite trop tardivement l'année précédente.

Ce tableau a pu être complété par une liste des tâches à réaliser fournie par Olivier Grimaître. Pour les tâches non inscrites dans le rétroplanning de l'année précédente, j'ai dû estimer les dates butoirs d'exécution. Par mesure de sécurité et pour éviter tout blocage dans l'avancée de mon travail, j'ai fixé des délais qui me semblaient plus larges que les réels délais nécessaires à leur réalisation.

J'ai éprouvé des difficultés concernant certaines dates butoirs, en particulier celles liées aux supports à envoyer aux médias. En effet, les dates fournies par un même média diffèrent parfois selon la personne avec laquelle j'échange. La responsable clientèle et le service préproduction de CitizMedia (cf partie I.III) m'ont par exemple indiqué deux semaines différentes pour la date limite d'envoi du support. Dans l'ensemble de ces situations, j'ai choisi de conserver la date la plus éloignée de l'événement, restant dans cette logique de sécurisation des délais.

Tous les éléments cités précédemment font que la réalisation des tâches s'étend du 5 février 2024, date du début de la conception de l'affiche, au 13 mai, qui correspond à l'envoi des remerciements. Bien qu'il soit d'usage d'envoyer les remerciements dans les 48 heures suivant un événement, nous avons fait le choix de ne le faire que la semaine suivante. En effet, les deux jours suivant notre salon sont des jours fériés, et la majorité des entreprises ferment leurs portes jusqu'au lundi suivant.

I.III. L'ÉLABORATION DU BUDGET

La principale difficulté concernant l'élaboration de la stratégie de communication de ce salon est que la direction n'a fixé le budget que tardivement. Nous avons donc procédé en considérant qu'il serait équivalent à celui de 2023. En procédant ainsi, j'ai pris contact avec différents médias bisontins avec lesquels la Mission Locale collabore régulièrement, à savoir l'Est Républicain, Ma Commune Info, et l'Hebdo25. Ces médias ont été sélectionnés en raison de leur couverture médiatique et leurs particularités respectives.

Entre mails, appels téléphoniques, et rencontres physiques, j'ai pu obtenir différentes propositions chiffrées. Ces devis ont permis à Olivier Grimaître de proposer un budget prévisionnel au directeur de la Mission Locale. Il a validé notre stratégie, mais a souhaité une certaine réduction du budget prévisionnel.

Après discussion, nous avons finalement décidé de ne pas publier d'encart presse dans l'Hebdo25 en raison du coût de la publication. Le fait qu'il s'agisse uniquement d'un support print a également orienté cette décision. En effet, les jeunes de 16 à 30 ans ne consultent que très peu la presse papier, qui s'adresse principalement à la cible secondaire qu'est les parents et les supports numériques permettent un meilleur ciblage. Nous avons donc choisi de sélectionner deux médias permettant d'avoir une couverture large tout en respectant notre budget.

Le premier média retenu est l'Est Républicain, pour un publi-info digital la semaine précédant l'évènement. Ce choix a été fait en raison sa couverture médiatique importe sur le territoire et la possibilité de faire passer des informations complètes. Afin de créer le texte de ce publi-info, j'ai échangé longuement par téléphone avec la rédactrice de l'Est Républicain pour qu'elle puisse mettre en forme les informations essentielles. Elle nous a par la suite fait une première proposition, qui ne correspondait pas à nos attentes. Nous avons donc retravaillé son texte pour lequel nous attendons la validation de Thierry Grandmottet avant de lui renvoyer.

Pour des raisons identiques à celles expliquée précédemment, le second média retenu est Ma Commune Info. Nous avons également choisi un publi-info la semaine qui précède le salon, auquel s'ajoute deux jours de bannière en haut de leur site le lundi 6 et mardi 7 mai. Nous avons-nous-même rédigé le texte du publi-info en se basant sur les présentations de l'évènement déjà existantes comme les différents mails envoyés aux partenaires ou jeunes suivis par la Mission Locale.

Au mois de décembre 2023, David GENISSET a été contacté par Aurélie Maire, responsable clientèle chez CitizMedia que nous avons par la suite rencontrée. CitizMedia est une entreprise en charge de l'exploitation de nombreux panneaux publicitaires, notamment de l'affichage sur les bus et tramways du groupe Keolis.

Si je ne connaissais pas cette entreprise, cette rencontre m'a permis de prendre connaissance de son offre de service. Après plusieurs semaines de réflexion, nous avons décidé de faire appel à leurs services, bien que cela représente un coût important par rapport à nos moyens financiers. Le visuel du salon de l'alternance sera donc visible sur les flancs droits de 84 bus du réseau bisontins la semaine précédant l'évènement. Cela permet de toucher notre cœur de cible qui utilise pour la plupart les transports en commun ainsi qu'une cible très large grâce à une grande visibilité dans toute la ville.

Nos réseaux sociaux sont eux aussi un canal important de diffusion, mais notre visibilité y est limitée. Afin d'augmenter de nous permettre de faire passer le message à un plus grand nombre, nous avons décidé de sponsoriser notre publications Instagram ainsi que notre évènement Facebook. Ce sponsoring répond à un double objectif. Il permet non seulement de faire connaître l'évènement à un public large, mais c'est aussi l'occasion d'augmenter la notoriété de la Mission Locale. Le choix du montant investit a été décidé au regard du montant mis dans les publications sponsorisées d'évènements passés et de la part du budget restante.

Outre le choix des supports numériques, des économies ont également pu être faites quant aux différentes impressions. En effet, les affiches, flyers ainsi que la banderole qui étaient initialement inclus dans le budget prévisionnel ont été imprimés à titre gracieux par la ville de Besançon. Toutefois, plusieurs autres documents tels que le plan du salon sont imprimés par nos soins. Il a donc fallu prévoir une commande de fournitures comme des feuilles de papier, de l'encre pour imprimante ou encore des agrafes.

Afin de remercier les visiteurs et partenaires de leur venue au salon de l'alternance, nous souhaitons également proposer différents goodies. Là encore, la ville nous a fait dont de gobelets et gourdes floquées « Ici c'est Besak ». En plus de ces objets, nous avons commandé des tote bag, gobelets, carnets et stylos floqués aux couleurs de la Mission Locale. Un montant important a été investit dans les objets promotionnels, les quantités commandées ayant été largement insuffisantes l'an passé.

Le salon de l'alternance étant un évènement phare de la Mission Locale, le budget dédié à la communication de ce dernier est donc conséquent afin que la fréquentation soit à la hauteur de l'investissement humain et financier.

II. CRÉATION DE SUPPORTS DE COMMUNICATION

II.I CRÉATION GRAPHIQUE : LES SUPPORTS PHYSIQUES

La création de l’affiche a été la première tâche réalisée et a permis le lancement du travail de communication autour du salon de l’alternance. Elle s’est déroulée en plusieurs étapes.

J’ai commencé par chercher des inspirations sur divers sites et réseaux sociaux comme Canva, Pinterest, ou les réseaux sociaux des divers acteurs de l’emploi. J’ai également pu accéder aux archives des affiches de ce même évènement.

Avec le chargé de projet, nous avons ensuite sélectionné les informations à faire apparaître sur le visuel. Cette fois encore, elles étaient similaires avec celles du salon de l’alternance de 2023. Un QR Code a toutefois été ajouté, menant vers le site internet dédié au salon.

A partir de ces informations, j’ai travaillé à la conception de trois affiches différentes (voir annexe 1). Pour leur création, j’ai utilisé Canva pour son aspect pratique et complet. Certains éléments comme l’ampoule ont été réalisés grâce à Photoshop et Illustrator car ils nécessitent des outils plus performants que ce que Canva peut offrir.

Après soumission à divers salariés de la Mission Locale, l’une des propositions est particulièrement ressortie. C’est donc cette dernière que j’ai retravaillée afin de la rendre plus lisible et attractive. J’ai présenté ce projet aux différents partenaires présents lors d’une réunion, qui ont déploré un manque de diversité quant aux personnages choisis. Aucun autre axe d’amélioration n’a été relevé, ce qui m’a permis d’aboutir au visuel qui est aujourd’hui diffusé (voir annexe 2).

Par la suite, il a fallu décliner cette affiche sous différents formats comme le flyer, la banderole, ou le visuel pour les flancs des bus.

Le côté recto du flyer reprend les informations exactes de l’affiche (voir annexe 3). Le format est cependant modifié pour un visuel plus en hauteur (99x210 mm), ce qui entraîne de légers ajustements. Le verso comporte quant à lui des informations complémentaires. J’ai donc dû créer un nouveau visuel en respectant une cohérence graphique par rapport au recto.

Le message de la banderole (voir annexe 4) doit être plus simple encore que celui du bandeau Webmail, puisqu’il est destiné à être vu par les automobilistes ou passagers d’un bus. Le message doit donc pouvoir être vu et compris en passant à une vitesse de 50 km/h, ce qui explique sa simplicité.

Concernant le format des flancs de bus (voir annexe 5), j’ai dû créer le visuel avec Indesign car Canva ne permet pas de répondre aux exigences des imprimeurs d’un point de vue technique. Si j’ai pu répondre à la plupart de leurs exigences en matière de bords perdus et ligne de coupes, je n’ai pas pu fournir l’ensemble des éléments vectorisés. Les personnages et logos ne sont donc pas d’une qualité optimale, mais cela n’a finalement pas posé de problème lors de l’impression.

J'ai également eu la charge de la création du plan de la salle (voir annexe 6). L'élaboration d'un tel support est un travail fastidieux, et il est susceptible d'être modifié jusqu'au jour de l'évènement. Pour cette édition, nous avons accès à une salle supplémentaire par rapport à l'année passée : la salle Proudhon. Cela implique une réorganisation importante de la disposition des partenaires. J'ai passé un temps important à créer ce plan en raison du nombre d'éléments auxquels penser. Par exemple, j'ai dû choisir la disposition des tables en veillant à respecter au maximum une échelle cohérente. J'ai également dû attribuer les stands aux partenaires. Afin d'éviter tout favoritisme, j'ai opté pour un ordre alphabétique tout en veillant au respect des exigences de chacun. Cette année, il m'a été demandé d'ajouter un code couleur. J'ai donc dû effectuer des recherches sur chaque partenaire présent pour connaître leurs secteurs d'activités. Ce travail sur le plan a été très intéressant car il m'a permis d'effectuer un travail de réflexion et de logique tout en approfondissant ma maîtrise du logiciel Indesign.

II.II CRÉATION GRAPHIQUE : LES SUPPORTS NUMÉRIQUES

De nombreux support numériques ont dû être créés. Dans la totalité des cas, il s'agissait de redimensionner l'affiche du salon, et sélectionner les éléments à conserver ou supprimer.

Le premier support numérique sur lequel j'ai travaillé est un visuel pour les panneaux digitaux JC Decaux (voir annexe 2). Le format est une vidéo de 10 secondes, d'une taille sensiblement similaire à celle de l'affiche d'origine. La partie la plus importante de ce travail a donc été l'animation des éléments pour en faire une vidéo. J'ai créé ce support directement sur Canva en ajoutant des animations. Cela m'a permis de découvrir des fonctionnalités que je ne connaissais pas de cet outil.

Concernant le bandeau Webmail, il s'agit d'un petit format qui se doit d'être lisible sur un téléphone portable et qui s'adresse davantage aux partenaires qu'aux jeunes. Il a donc été décidé de supprimer la mention « apportes ton CV » qui ne concerne pas ces derniers et a permis d'alléger le visuel. Le QR Code a également été supprimé non seulement dans le but de réduire le nombre d'éléments du visuel, mais aussi car il est courant de consulter ses mails directement sur son téléphone portable, ne permettant donc pas de scanner le QR-Code. Il a été remplacé par un lien cliquable renvoyant sur le site internet dédié au salon.

Un même format peut être utilisé sur différents supports. C'est notamment le cas de l'image de couverture de Facebook que j'ai pu réutiliser pour la bannière du site internet. Une difficulté à cependant été soulevée quant au format de ce visuel. En effet, j'ai remarqué que les dimensions de la couverture Facebook ne sont pas les mêmes selon si l'on consulte la page sur un ordinateur ou un téléphone portable. La hauteur étant inférieure sur un ordinateur, c'est sur le format de ce support que je me suis basé. Le visuel est donc moins adapté pour une visualisation sur smartphone car il est moins lisible esthétiquement, mais aucune solution n'a pour l'heure été trouvée.

Concernant les posts Instagram (voir annexe 7), il a été décidé de sponsoriser une publication. Afin qu'il y ait une cohérence entre les différents supports, j'ai décliné l'affiche dans un format carré adapté à ce support.

En plus de cette publication sponsorisée, il a été décidé par notre chargé de communication de publier chaque jour un post Instagram en lien avec le salon. J'ai donc créé trois visuels types que j'ai décliné avec à chaque fois des couleurs et phrases différentes (voir annexe 7). Ainsi, il y a un rappel quotidien de l'évènement sans pour autant lasser les abonnés.

II.III ELABORATION DU MINI-SITE, MÀJ DU VRAI SITE

Sur l'ensemble des supports print se trouve QR Code. Ce dernier renvoie sur un site internet entièrement dédié au salon de l'alternance.

Un site internet comme celui-ci été déjà utilisé lors de l'édition précédente, mais il présentait certains défauts notamment en matière de lisibilité des informations et de navigation. Si cela m'a offert une base sur laquelle m'appuyer, l'élaboration de ce site à été un travail conséquent. L'objectif de ce support est de répertorier les différents stands présents lors de l'évènement, et préciser les informations pratiques. Les principaux points d'attention sont donc la clarté des informations et la facilité de navigation entre les pages. Les liens cliquables sont eux aussi nécessaires afin de renvoyer sur les sites internet de chacun des partenaires présents. Il est également nécessaire de pouvoir insérer des images.

Bien que l'outil google Site dispose de fonctionnalités limitées, il est suffisamment performant pour répondre à l'ensemble de ces besoins. La décision d'utiliser cet outil plutôt qu'un autre s'est confirmée par sa gratuité et sa facilité de prise en main.

Ne disposant pas des informations nécessaires à la création du contenu de ce site lorsque que nous avons commencé à diffuser l'affiche, il était encore trop incomplet pour être consulté. J'ai donc créé une page indiquant que le site était en construction. Pour me permettre de travailler sur le contenu, j'ai créé les pages que j'ai configurée de sorte qu'elles ne soient visibles que par les administrateurs du site.

Concernant la structure de ce site, elle est composée de quatre rubriques.

La première rubrique « qu'est-ce que l'alternance » comporte, comme l'année précédente, un bouton renvoyant sur la page dédiée à l'alternance du site de la Mission Locale. Trouvant cette page visuellement vide et peu accueillante, j'ai choisi d'y ajouter une phrase d'accroche.

Sur la page suivante, j'ai inséré un lien google maps permettant de situer le Grand Kursaal. A la suite de celui-ci, un espace est prévu pour y ajouter le plan du salon, qui n'est pour l'heure pas finalisé. Il ne sera disponible que tardivement, car nous sommes soumis aux changements concernant les partenaires présents.

La troisième rubrique est dédiée à la présentation des partenaires présents. Compléter cette partie a été un travail fastidieux. En effet, j'ai répertorié un par un l'ensemble des organismes de formation, partenaires et employeurs présents, en ajoutant systématiquement un lien cliquable vers leurs sites internet. La principale difficulté rencontrée concerne la mise à jour régulière de cette page. Aujourd'hui encore, nous réceptionnons encore à ce jour des demandes de participations au salon tandis que d'autres annulent. Cette mise à jour nécessite une excellente organisation entre les salariés de la Mission Locale qui sont amenés à recevoir ces sollicitations. Afin d'optimiser cette organisation, un document Excel partagé a été mis en place avec un code couleur permettant de mettre en avant les données modifiées. C'est donc cet outil qui m'a permis de savoir quels éléments ajouter ou modifier, et surtout à ne pas en oublier, ce qui pourrait avoir de grosses conséquences le jour de l'évènement.

Enfin, la dernière rubrique s'adresse principalement aux partenaires et journalistes. En effet, on peut y retrouver les différents supports visuels tels que l'affiche, le flyer et le bandeau webmail, ainsi que le communiqué de presse.

Cette tâche m'a permis de découvrir l'outil google site que je n'avais encore jamais utilisé. Pour ce faire, j'ai dû faire de nombreuses recherches personnelles et faire de nombreux essais pour en découvrir le plus de fonctionnalités possibles.

CONCLUSION

L'élaboration de la stratégie de communication d'un événement tel que celui-ci est l'occasion pour moi d'avoir une vision large de ce que sont les missions d'un chargé de communication, puisque les tâches qui me sont confiées depuis le début de cette mission sont plus variées que celles dont j'ai habituellement la charge.

Cette mission est l'occasion de découvrir plus en profondeur des outils que ne connaissait que très peu tels que google site. J'ai également eu l'occasion d'approfondir mes compétences quant à l'utilisation d'Indesign ou Canva par exemple. Elle m'a ainsi permis d'acquérir de précieux savoir-faire.

De plus, j'ai une certaine responsabilité vis-à-vis de la réussite de l'évènement car il reflète l'image de la Mission Locale et représente un coût important. Je dois donc apprendre à travailler avec une certaine pression qui s'installe à quelques jours de l'évènement. Le fait de faire face à la perte de notre collègue en charge du projet m'a appris à réagir et me réorganiser efficacement.

Le bilan qui se dégage à ce moment de la mission est positif, et me permet d'appréhender de la meilleure façon le début de la période de longue immersion en entreprise.

ANNEXES

ANNEXE 1 - Les projets d'affiches

Avec la Mission Locale,

Cap vers l'alternance

Apprentissage et professionnalisation

Des formations, des employeurs,
des offres

Apporte ton CV !

14h v 17h

Mardi **7**

MAI

2024

Grand Kursaal | Besançon

AVEC LA MISSION LOCALE,

CAP VERS L'ALTERNANCE

APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

Mardi 7 mai 2024 Grand Kursaal
14h à 17h Besançon

Des formations, des employeurs, des offres

Apporte ton CV !

Toutes les infos pratiques ici

QR CODE

LOGOS



AVEC LA MISSION LOCALE,

CAP VERS L'ALTERNANCE

APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

Mardi 7 mai 2024

de 14h à 17h

Grand Kursaal
Besançon

Des formations
Des employeurs
Des offres

Apporte ton CV !

Toutes les infos pratiques ici

QR CODE

Contact
03.81.85.85.85
missionlocale-besancon.fr



ANNEXE 2 - L'affiche définitive

AVEC LA MISSION LOCALE,
**SALON DE
L'ALTERNANCE**
APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

Mardi 7 mai 2024
de 14h à 17h

Grand Kursaal | Besançon



Des **formations**, des **employeurs**, des **offres**

Apporte ton CV !
Toutes les infos pratiques ici



Mission Locale de Besançon d'Emploi de Besançon - Ne pas jeter sur la voie publique - Impression 05/05/2024

Contact
03.81.85.85.85
missionlocale-besancon.fr

REPUBLICAINE
FRANCAISE
COURTE

REGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE

Grand Besançon
Métropole

Ville de
Besançon

Mission
Locale
Besançon d'Emploi
de Besançon



ANNEXE 3 - Le flyer

AVEC LA MISSION LOCALE,
**SALON DE
L'ALTERNANCE**
APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

Mardi 7 mai 2024
de 14h à 17h

Grand Kursaal | Besançon



Des **formations**
Des **employeurs**
Des **offres**

Apporte ton CV ! 

AU PROGRAMME

Trouve ta formation et décroche ton contrat en alternance !

CFA/Organismes de formation
Découvre leurs offres de formation et trouve ton futur métier ! 

Employeurs
Viens découvrir leurs offres et postule sur place. N'oublie pas ton CV ! 

Partenaires
Pour en savoir plus sur l'alternance, le logement, la mobilité, le handicap et l'emploi... 

Animations

- Simulateur de conduite
- Casque de réalité virtuelle
- Simulateur de vieillesse
- Démonstrations ...

Toutes les infos pratiques ici 



ANNEXE 4 - La banderole



ANNEXE 5 - Les flancs de bus

AVEC LA MISSION LOCALE

SALON DE L'ALTERNANCE

APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

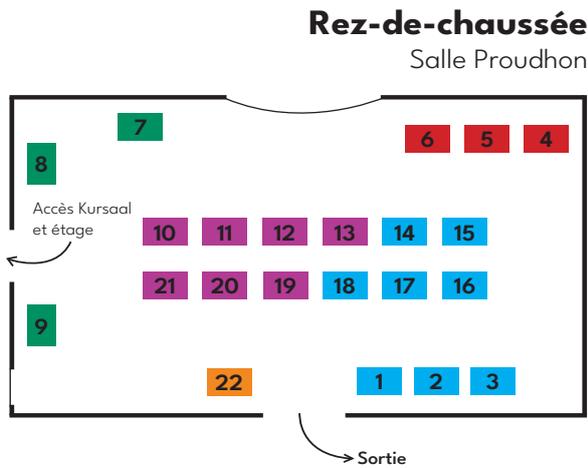
Mardi 7 mai 2024
de 14h à 17h
Kursaal | Besançon



Contact :
03.81.85.85.85
missionlocale-besancon.fr



ANNEXE 6 - Le plan du Kursaal



Partenaires

Alternance

- 1 Mission Locale de Besançon
- 2 Mission Locale de Besançon - Parrainage
- 3 ANAF
- 14 CCI du Doubs
- 15 CIO Besançon
- 16 Chambre de Métiers et de l'Artisanat BFC
- 17 France Travail
- 18 Réussite Emploi

Logement

- 7 Action Logement
- 8 Habitat Jeunes Les Oiseaux
- 9 FJT La Cassotte

Santé/Handicap

- 10 Promotion Santé
- 11 AGEFIPH / PRITH
- 12 Cap Emploi
- 13 FIPHFP (Handicap et Fonction Publique)
- 19 Fondation Pluriel / PRISME
- 20 MDPH
- 21 URAPEDA

Mobilité

- 4 Info Jeunes BFC (CRU)
- 5 Keolis Mobilités
- 6 La Roue de Secours

Goodies et questionnaire

- 22 Goodies et questionnaire de satisfaction

Conception Mission Locale de Besançon - Ne pas jeter sur la voir publique

PLAN

SALON DE L'ALTERNANCE

APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

Bienvenue au salon de l'alternance !

La team Milo en polo bleu est présente pour t'accompagner, n'hésite pas à la solliciter.

N'oublie pas notre jeu dont les règles sont expliquées en bas de page.

Profite bien du salon !

L'équipe de la Mission Locale

Toutes les infos sur le site internet du salon



Participez à notre grand jeu de l'alternance !

Fais tamponner les cases ci-dessous sur les différents espaces que tu visiteras lors du salon.

Complète toute la carte pour recevoir un cadeau !

Une fois que tout est tamponné, rends-toi à la salle Proudhon, en face du stand de la mission locale, pour récupérer ton lot.

Organismes de formation / CFA	Employeurs
Partenaires	Stand Mission Locale

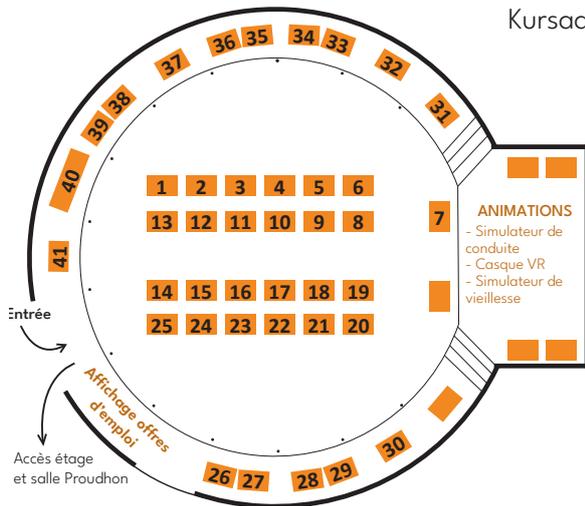
Contact

03 81 85 85 85
missionlocale-besancon.fr



Rez-de-chaussée

Kursaal

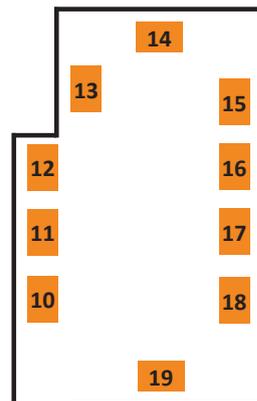


Organismes de formation / CFA

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 1 AFPA 2 ANEFA 3 ARIQ BTP 4 Bâtiment CFA BFC 5 CEMEA 6 CFA Agricole du Doubs 7 CFA Académique 8 à 11 CFA EPFC (Aspect) 12 CFA Hilaire de Chardonnat 13 CFA Pharmacie FC 14 CFA Sanitaire et Social 15 CFA Sylva TERRADE 16 CFA TL AFTRAL | <ul style="list-style-type: none"> 17 CFBFC 18 Cuisine Mode d'Emploi(s) 19 Ecole supérieure de la Banque 20 Ecole Travaux Publics BFC 21 Ecole de Production 22 ENILEA Mamiralle / Poligny 23 ESTM / PIGIER 24 Fédération Régionale MFR BFC 25 GEIQ Industries 26 GRETA CFA HSNFC 27 GRETA CFA Besançon 28 GRETA CFA Haut Doubs 29 Groupe Alternance | <ul style="list-style-type: none"> 30 IDSF - Institut de Développement du Sport par la Formation 31 IMEA 32 INDIABAT 33 Les compagnons du devoir 34 Les compagnons du tour de France 35 IRTS 36 MFR Morre 37 MFR Vercel 38 Pôle Formation UIMM FC/CFAI 39 Profession Sport et Loisirs 40 SOSIM 41 UFCV |
|--|---|--|

1er étage

Salle Ory

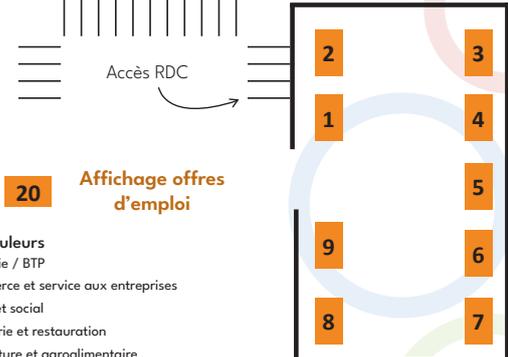


Employeurs

- 1 Département du Doubs
- 2 Grand Besançon Métropole Ville de Besançon/CCAS
- 3 Carrefour Chalezeule
- 4 BabyDoubs
- 5 COLAS
- 6 ENGIE/CELSUIS/SECIP
- 7 Clayens NP Simonin
- 8 Service périscolaire ville de Besançon
- 9 OPCO EP
- 10 Colryut
- 11 Kliff Randstad
- 12 Profession Sport et Loisirs
- 13 URSAAF Franche-Comté
- 14 INDIABAT
- 15 Intoo Habitat
- 16 Association Hygiène sociale du Doubs
- 17 Fondation Pluriel
- 18 Agriest
- 19 Groupe Chopard
- 20 Mission Locale

1er étage

Salle Risset



Code couleurs

- Industrie / BTP
- Commerce et service aux entreprises
- Santé et social
- Hôtellerie et restauration
- Agriculture et agroalimentaire

ANNEXE 7 - Exemples de visuels pour Instagram

AVEC LA MISSION LOCALE,

SALON DE L'ALTERNANCE

APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

Mardi 7 mai 2024
de 14h à 17h

Grand Kursaal | Besançon



Des **formations**, des **employeurs**, des **offres**

Apporte ton CV !

Contact
03.81.85.85.85
missionlocale-besancon.fr

REPUBLICQUE FRANÇAISE
REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE
Grand Besançon Métropole
Besançon
Mission Locale
Besançon
Besançon
Besançon

AVEC LA MISSION LOCALE,

SALON DE L'ALTERNANCE

APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION

Mardi 7 mai 2024
de 14h à 17h

Grand Kursaal | Besançon

Des **formations**, des **employeurs**, des **offres**

Contact
03.81.85.85.85
missionlocale-besancon.fr

REPUBLICQUE FRANÇAISE
REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE
Grand Besançon Métropole
Besançon
Mission Locale
Besançon
Besançon
Besançon

Tu veux en savoir plus sur les secteurs qui embauchent ?

Le 7 mai, des employeurs et organismes de formation seront présents au Grand Kursaal pour t'aider.

AVEC LA MISSION LOCALE,

SALON DE L'ALTERNANCE

APPRENTISSAGE ET PROFESSIONNALISATION



Contact
03.81.85.85.85
missionlocale-besancon.fr

REPUBLICQUE FRANÇAISE
REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE
Grand Besançon Métropole
Besançon
Mission Locale
Besançon
Besançon
Besançon

LE SAVAIS-TU ?



Tu as le droit à de nombreuses aides financières en alternance.

Rendez-vous au salon de l'alternance le mardi 7 mai au Grand Kursaal pour en savoir plus.

Contact
03.81.85.85.85
missionlocale-besancon.fr

REPUBLICQUE FRANÇAISE
REGION BOURGOGNE FRANCHE COMTE
Grand Besançon Métropole
Besançon
Mission Locale
Besançon
Besançon
Besançon

