|  |  |
| --- | --- |
| Mission 5 - Créer un cahier des charges | Capture d’écran |
| Durée : 40’ + 10’ | Homme avec un remplissage uniou Deux hommes avec un remplissage uni Deux hommes avec un remplissage uni | Source |

**Jeux sérieux**

* Concevoir des groupes de 4 étudiants,
* Chaque étudiant conçoit son propre cahier des charges au sein du groupe,
* Á l’issue des 30 minutes, le groupe compare et analyse les productions de chacun et retient le document qui sera soumis au formateur et/ou aux autres groupes.

**Contexte professionnel**

Mme Berod, souhaite réaliser une campagne de publicité destinée à faire connaitre les valeurs de l’entreprise.

Depuis sa création, la société a centré son développement sur une stratégie respectueuse de la nature et des hommes. Cette politique interne lui a permis de se forger une image écoresponsable et écocitoyenne. Ces engagements sont inscrits depuis 2012 dans la « charte d’excellence ».

Ces exigences internes fédèrent l’ensemble du personnel et contribue à créer une identité forte de l’entreprise parmi le personnel. Cependant, il ressort d’une étude de notoriété et de satisfaction auprès de la clientèle que cet aspect de la société est méconnu et que l’entreprise n’est pas différentiée sur ce terrain, de ses deux principaux concurrents, les sociétés Vagnier et Excafier.

Mme Berod souhaite mettre en concurrence plusieurs agences de publicité. Le budget est de 3 000 € pour la création de l’encart. Les premières propositions devront nous parvenir avant le 30 janvier. Le choix de la société sera réalisé avant le 28 février et l’encart sera finalisé pour fin mars.

 **Doc. 1 Extrait de la charte d’excellence**

**La société place au cœur de sa politique la contribution à une économie durable et responsable.**

**Nos engagements**

* Mettre en œuvre les normes environnementales ISO 14001 et 9001, tout en étant membre du réseau [Praxy](http://www.praxy.fr/), premier réseau national de recyclage certifié.
* Valoriser au maximum les déchets pour atteindre les objectifs du grenelle de l’environnement,
* Tenir à jour la veille réglementaire de « transport et déchets » et suivre les actions à mettre en place.

**Nous assurons :**

* Un conseil fiable et personnalisé pour vous accompagner dans le cadre du principe de "pollueur / payeur".
* Une traçabilité complète des déchets dangereux à travers des bordereaux de suivi.
* Une conformité de nos installations avec la réglementation des installations classées pour la protection de l'environnement, ainsi qu'avec nos activités de transport et de négoce des déchets.

 **Doc. 2 Modèle de cahier des charges d’action de communication**

Les principales rubriques d’un cahier des charges

|  |  |
| --- | --- |
| **Rubriques** | **Contenus** |
| **Contexte et** **définition du problème** | Exposez en quelques phrases les raisons de la demande et la finalité de l’action. Cette partie donne du sens à la demande et facilite la compréhension des besoins et des contraintes. |
| **Objectif** | Indique les attentes et les résultats attendus. Les objectifs seront quantifiés. |
| **Périmètre** | Indique, les limites du projet : les clients concernés, les médias… |
| **Description de l’action** | Décrit **ce que doit indiquer l’action de communication**. Il faut décrire précisément l’action pour permettre le travail de réalisation sans entrer dans un niveau détail trop élevé pour laisser de la liberté au créateur. Si un en-tête, ou une idée du design final précis sont exigés, faire une maquette. Ce travail est essentiel pour la compréhension des besoins. Il oblige à réfléchir sur ce qui est réellement souhaité. |
| **Enveloppe budgétaire** | Précise les ressources qui seront affectées à l’action. |
| **Délais** | Indique **la date de réalisation** attendue de l’action. |

**Travail à faire**

1. En vous aidant des **documents 1 et 2**, rédigez le cahier des charges concernant la création d’un encart publicitaire de taille A4 en quadrichromie qui sera publié dans une revue hebdomadaire nationale, la semaine qui précède la fête des mères en mai. Ce cahier des charges sera remis à plusieurs agences de publicité, afin qu’elles puissent faire des propositions.
2. Sauvegardez votre travail dans le dossier **Berod** sous un nom significatif.