

UneMaisonBleue.com



Plan d'action

Evènement de communication sur le parvis de La Défense



Michaelove LOUINACE, Antoine RAMANANA, Arane CISS, Isabelle CORREIA

Licence Gestion-Management – L2

Sommaire

Introduction.....	4
1 – Besoin de l’agence Une Maison Bleue.....	4
2 – Réponse aux besoins	6
3 – Contraintes prévisibles	10
4 – Organisation technique.....	11
5 – Ressources humaines, matérielles, financières.....	15
6 – Organisation budgétaire	16
7 – Planning du projet	17



Introduction

Au mois de septembre 2012, nous avons rencontré deux dirigeants de l'agence UneMaisonBleue.com, Anthony Perrat et Stéphanie Boucly. Ces derniers ont fait appel à nous, étudiants de deuxième année à l'École Vaucanson, afin que nous imaginions un événement de communication sur le parvis de La Défense. Pour cela, nous avons mobilisé nos compétences et notre créativité dans le but de proposer un événement hors du commun. Dans ce dossier, nous serons dans la peau d'une équipe de communication travaillant pour la société « Street Com' ».

1 – Besoin de l'agence Une Maison Bleue

C'est le vendredi 21 septembre que nous avons pris connaissance de l'agence "Une Maison Bleue". Celle-ci à la particularité, entre autres services, de proposer une commission fixe à 5980€. Afin de mettre en avant cet avantage, Une Maison Bleue nous a confié une mission des plus importantes qui pourrait contribuer au développement de leur entreprise.

Une maison bleue, une agence pas comme les autres...

Anthony Perrat, l'un des fondateurs de l'agence et aujourd'hui impliqué dans la direction ainsi que Stéphanie Boucly chargée du domaine commercial, de finance et de communication sont intervenus pour nous expliquer le fonctionnement de l'agence "Une Maison Bleue". De cette présentation en est sortie la raison pour laquelle cette agence a fait appel à nous. De là, nous avons pris conscience que leurs attentes consistaient à ce que nous imaginions un événement de communication sur le Parvis de la Défense, qui se déroulera dans le courant de l'année 2013, dans le but :

- De susciter la curiosité en créant le buzz et en diffusant leur image "décalée" ;
- D'inscrire dans les mémoires un événement inoubliable, c'est-à-dire laisser une trace mémorielle tout en étonnant;
- De trouver de nouveaux clients vendeurs et acheteurs et séduire de nouveaux négociateurs;
- De créer une rencontre en instaurant une proximité entre l'agence immobilière et les prospects.

➤ Les cibles d'UneMaisonBleue.com :

Afin de développer sa clientèle, "Une Maison Bleue" vise les CSP+ c'est-à-dire les cadres supérieurs qui possèdent ou veulent acquérir un bien à Paris. En général, la cible unemaisonbleue.com n'a pas le temps de s'occuper de leurs transactions immobilière et fait donc appel aux agences. En moyenne, la cible qui acquiert un bien à un âge compris entre 25 et 35 ans, voire plus. En ce qui concerne la cible des vendeurs, celle-ci est comprise entre 35 et 60ans, âge vers lequel ils sont susceptibles de vendre un bien. D'autre part, une minorité de personnes fortunées là aussi comprise entre 25 et 35 45 ans restent une cible à ne pas laisser

au hasard. Cette catégorie n'accorde pas énormément d'importance à l'argent investi dans une commission. D'après Anthony Perrat, les personnes fortunées ne représentent qu'une petite part de marché.

➤ **Les cibles de notre projet de communication :**

Comme expliqué précédemment, la finalité de cette opération de communication est de démarcher une clientèle et des négociateurs. La cible visée pour cet évènement sur le parvis de La Défense s'agit des CSP+ âgés de 30 à 60 ans. Cette catégorie socio professionnelle aisée exerçant dans le quartier des affaires de La Défense n'a pas forcément le temps de s'occuper de son "patrimoine" que ce soit pour vendre ou encore pour acheter un bien. Les cadres supérieurs en âge d'obtenir un prêt s'appuient en général sur une agence immobilière pour acter ce genre de décision. L'agence souhaite également recruter de nouveaux négociateurs par le biais de cet évènement.

Après cette prise de connaissance, nous pouvons désormais nous atteler au développement du plan d'action de notre projet de communication.

Tout au long de ce dossier, nous tenterons de vous présenter de la manière la plus claire possible notre concept, qui, nous le pensons, répond à la demande de l'agence immobilière UneMaisonBleue.com.

Nous débuterons par l'explication détaillée de la réponse aux besoins formulés, puis nous prendrons connaissance des contraintes prévisibles à l'organisation de l'évènement. Découlera ensuite l'organisation technique précise pour la mise en place de nos installations et les ressources qui nous seront utiles. Nous verrons l'organisation budgétaire ainsi que le planning du déroulement de la journée.

2 – Réponse aux besoins

a) Présentation et description générale du projet

Nous souhaitons faire de cet évènement un dispositif de grande envergure, reposant sur plusieurs supports de street et de guerrilla marketing comme l'affichage, les ballons à l'hélium, des projections, la diffusion de flyers et de goodies, la « Maison BleuExpo »,... Autant d'outils qui nous permettront dans un premier temps d'attirer les cibles visées puis, dans un second temps de créer une trace mémorielle.

Si l'agence Une Maison Bleue, fait face à une grande concurrence indirecte (agences immobilière classiques), elle peut espérer dominer le nouveau marché de l'immobilier qui s'ouvre : l'agence vitrine-internet, aux commissions transparentes et fixes.

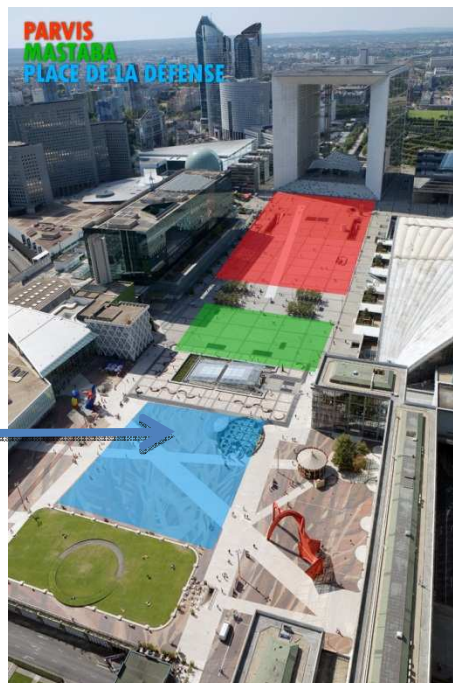
Aussi, Une Maison Bleue veut affirmer sa différence et se faire connaître par un autre moyen que le bouche à oreille. C'est là, que nous – StreetCom' – entrons en jeu et mettons notre savoir-faire en œuvre en matière d'opération marketing différenciante afin de faire de cet évènement, un moment unique et marquant.

Nous allons donc habiller le parvis de La Défense aux couleurs d'Une Maison Bleue pendant une journée.

Le principe est de réaliser une opération autour de l'espace qui nous sera réservé. Avant la présentation du concept il faut nous situer sur le parvis de la Défense. Sachant que l'idée qui laissera une trace mémorielle sera un flash mob' suivi d'un lâché de ballons.

« Place de la Défense »

Partie du Parvis de la Défense où il y a énormément de passage :
entrée du centre commercial
« Les quatre temps ».



« La Maison Bleuexpo »

Tout d'abord, nous allons parler du point de rencontre et d'échange entre Unemaisonbleue.com et leurs cibles. Nous précisons que nous avons ciblé les CSP+ ayant entre 30 et 50 ans, nostalgiques de leur jeunesse et étant inquiets du futur de la société. Revenons-en au point de rencontre : la « MaisonBleuExpo » (**voir planen annexe 1**).

Cet espace ressemblera à une maison dont la devanture sera transparente (voir exemple ci-dessous). Trois pièces témoins seront représentées (une chambre, une cuisine et un salon) et meublées de façon à ce que les visiteurs se sentent comme chez eux dans une atmosphère confortable. Une odeur sensorielle sera diffusée.

Dans cette maison, quelques agents immobiliers se tiendront prêts à accueillir les visiteurs et à les informer sur l'agence et ses avantages. Et pour appuyer ses avantages, on peut imaginer qu'il y ait des clients de l'agence qui témoignent de leur expérience.

Elle aura un effet psychologique sur les prospects de par l'impression de proximité avec le négociateur lors de la « visite » qui n'est pas une visite à proprement parler d'une maison, mais bien la « visite » de Maison Bleue, présentation en tant qu'agence immobilière décalée. Des panneaux d'affichage seront destinés à la consultation des visiteurs mais serviront également d'outil pour les négociateurs qui pourront y avoir recours pour appuyer leur argumentaire.

A la fin de la visite les intervenants au sein de la « Maison BleuExpo », solliciteraient les visiteurs à prendre des « goodies ».

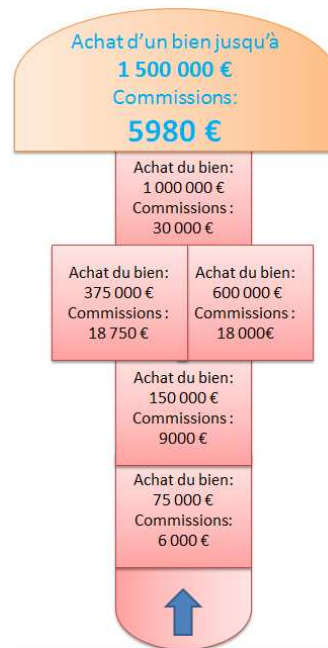


Structure de la « Maison BleuExpo »

Nous miserons sur les éléments permanents en dehors de notre espace notamment :

- **Les intervenants** (une vingtaine) : ils seront vêtus de t-shirt bleu ou orange avec le logo de l'agence imprimé dessus. Ils interpellent les passants tout au long de la journée afin de les inciter à se diriger vers notre espace et distribueront des flyers présentant brièvement l'agence. Ils préciseront qu'ils pourront y trouver des goodies (mètres ruban, mug, lampes de poche, porte-clés...)
- **Deux mascottes « E.T. »** (personnage issu du film E.T. l'extra-terrestre) : elles auront le rôle d'animatrice sur le parvis. Elles devront rendre l'évènement attractif grâce à

actions extravagantes (cris de joie, rires, interpellations, animations de jeux comme la marelle personnalisée pour l'évènement, danses,...).



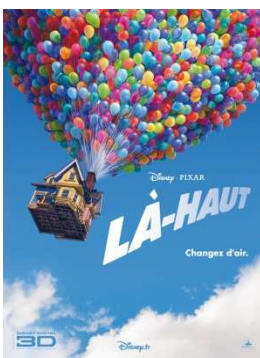
Marelle personnalisée

Ces interventions attireront les passants dans notre « Maison BleuExpo ». Cependant, nos cibles devraient se diriger vers notre espace instinctivement grâce aux éléments suivants :

- **Halos de fumée orange et bleus** : susciteraient la curiosité et l'intrigue de la cible qui l'emmènera à se renseigner au sujet de l'agence
- **Fond musical pendant les heures de pointes** (11h30 – 14h ; 17h30 – 19h)

Flash Mob' – Lâché de ballons

A l'heure du déjeuner, heure à laquelle un nombre considérable de salariés sortent déjeuner, ainsi que dans les environs de 18 heures, un flash mob' investira le parvis. Une trentaine de participants arriveraient de toute part en courant pour venir se rejoindre dans un endroit stratégique, non loin de l'espace réservé à Une Maison Bleue. Arrivés au point de rencontre, ils se mettraient à danser et chanter sur un air connu des paroles adaptées à l'agence immobilière. A la fin du flash mob', les danseurs auparavant munis des quelques ballons de baudruches également bleus et orange, lâcheraient leur ballons. Les techniciens lâcheraient à ce même moment des centaines de ballons prévus à cet effet. Les ballons auront des mots imprimés caractérisant les facteurs clés/succès de l'agence tels que « Transparence », « commission fixe », « 5 980 € », « accompagnement », « proximité »... Après demande auprès De Facto, nous n'avons pas l'autorisation lâcher les ballons dans les airs, cependant, nous avons trouvé une alternative qui consistera à attacher chaque ballon à un filet. Les filets seront tous enroulés et déroulés à la fin du flash mob'. Cela nous permettra de reprendre les ballons, refaire un lâché en fin de journée, puis de les récupérer à la fin de l'évènement. Les ballons seront fixés au-dessus de notre structure transparente.



Au travers de cette campagne, l'objectif est aussi de créer une forte proximité avec les clients potentiels. Nous espérons créer le buzz et ainsi

faire en sorte que la notoriété de l'agence augmente et de ce fait génère une augmentation de clientèle pour notre client, UneMaisonBleue.com.

b) Le message que l'on veut faire passer

L'évènement devra faire entendre à la cible visée qu'avec Unemaisonbleue.com, elle est libre de choisir la maison qu'elle souhaite, sans se soucier des prix des commissions qui augmentent selon le prix du bien acheté ou bien sûr vendu.

Transparence et liberté: Représenté par la structure transparente de la « Maison BleuExpo » et par le lâché de ballons. La commission fixe est un soulagement pour les clients.

La « Maison BleuExpo » :

Au-delà de la transparence, elle donnera une sensation de bien-être, de confort et surtout de sécurité qui règne dans une maison. Ces impressions impacteront sur la confiance que la cible voudra bien accorder à l'agence, qui entretient une relation étroite avec ses collaborateurs.

Le Flash balloon :

La chorégraphie du flash mob' devra être adapté aux messages que l'on veut faire passer, c'est-à-dire, la confiance, la liberté, le soulagement, la passion des négociateurs pour l'immobilier. Les ballons symboliseront donc à la fois la liberté mais aussi le soulagement de la conscience des clients.

UneMaisonBleue.com est une agence qui sort de l'ordinaire et qui casse les codes. Elle innove en proposant un très bon accompagnement de ses clients avec des frais d'agence fixes. Elle est de bonne qualité et honnête. Finalement, les cibles doivent être amenées à penser qu'enfin on peut faire confiance à une agence immobilière.

Les critères permettant de déterminer si l'objectif est atteint :

- Fréquentation de notre espace le jour de la manifestation
- Fréquentation du site internet quelques jours après la manifestation
- Nombre d'appels reçus après l'évènement (demander aux interlocuteurs comment ils ont connu UneMaisonBleue.com)
- Augmentation de la clientèle sur le long terme.
- Le stock de flyers et de goodies prévu est écoulé
- Le nombre de carte de visite distribuée
- Le nombre de questionnaire rendu (s'il y a lieu)

3 – Contraintes prévisibles

- Une question de météo ? le fait que le beau temps ne soit pas de notre parti peu complètement nous causer du tort , puisque que les gens seront pressé donc ne resterons pas pour regarder notre spectacle et même s'ils regardent les parapluies cacheront la lisibilité de notre chorégraphie.
Malheureusement cette contrainte est imprévisible. On ne peut rien contre ce facteur, à part déterminer un jour de printemps ou d'été. Le problème est de savoir comment faire pour prévoir à l'avance une journée précise puisqu'il faudra réserver l'emplacement plusieurs mois à l'avance.
- Comment communiquer sur l'évènement, avant et après ?
 - Réseaux sociaux : avec l'avènement des médias et du web, la réalisation d'une stratégie de buzz en amont de notre événement et un travail d'influence en aval sont devenus incontournables ;
 - Faire de la pub auprès des quotidiens gratuits par exemple (20 minutes, Metro,...)
 - Faire de la pub auprès des magazines spécialisés dans l'immobilier
- Une question de compréhension ? sommes-nous certains de la compréhension de nos messages ? regarderont-ils notre représentation avec intérêt ? Le flash mob arrivera-t-il à taper dans l'œil des passants ? Feront-ils le lien avec nos deux mascottes ? L'autre problème serait qu'ils passent à côté sans se poser de question. Pour y remédier, il faudrait faire la présentation des mascottes et que ces mascottes disent pourquoi elles sont là. Il faut que les paroles et la chorégraphie du flash mob' soient claires et précises.
- Éviter que les ballons ne s'envolent ou n'exploient.
- Non autorisation du lâché de ballons ? Le lâché de ballons n'est pas autorisé mais nous avons trouvé une alternative à ce problème, expliqué plus haut.
- Il peut aussi y avoir un problème de coordination entre les danseurs, ou même l'absence d'un ou plusieurs danseurs. Pour éviter cela il est préférable de choisir une chorégraphie simple et qui ne se danse pas en couple.
- Aurons-nous assez de temps pour monter tout le matériel ? Allons-nous faire appel à des professionnels pour le montage de la structure ?

4 – Organisation technique

Pour mieux comprendre le déroulement du plan d'action de cette opération événementielle, nous allons vous expliquer les différentes étapes qui constituent l'organisation technique.

L'organisation technique permet de mesurer les moyens humains, les moyens techniques, et d'évaluer la durée du projet dans un temps donné. Ces différentes étapes se déclinent en plusieurs parties :

- **Le lieu et la cible de l'événement**
- **Les dates et les horaires de montage de l'événement**
- **Les caractéristiques visuelles des installations envisagées**
- **Les moyens de secours**
- **L'affichage souhaité pour cet événement**

Ceci permettra de connaître la faisabilité du projet par rapport aux objectifs fixés et de répondre aux besoins déterminés.

Pour l'opération événementielle *UneMaisonBleue.com* a décidé de se centrer vers le plus grand quartier des affaires à Paris : La Défense et plus précisément sur le Parvis de la Défense à la Place de la Défense. Place stratégique car il se trouve à proximité des transports en commun, des bureaux d'affaires et du centre commercial. Les dimensions qui ont été données par Defacto sont de 6m x 10m. Ceci nous permettra de regrouper tout notre événement à cet effet.

De plus, lieu regroupe une forte concentration de la population et plus précisément celle de leur cible : les CSP+ âgés entre 35 et 50ans. Cette cible est occupée et n'a pas le temps être d'arrêter par des agents immobiliers ou autre. L'idée que cet événement se passe sur le Parvis de la Défense visera non seulement à faire connaître l'agence immobilière de tous à des endroits stratégiques (voir plan), mais en plus à créer une trace mémorielle et créer le buzz. De plus, pour notre cible très occupée, le fait de créer des visuels et autres animations reste un moyen rapide et efficace pour se faire connaître.

En ce qui concerne les éventuelles dates de cet événement, celles-ci sont aux nombres de deux. La première pourrait se dérouler au printemps 2013 entre avril et juin et la deuxième en automne 2013 entre septembre et octobre. Ces périodes ont volontairement été choisi car, pour les clients, il s'agit de réel moment de transition lorsqu'ils souhaitent « franchir le cap » de l'achat d'une maison et du moment décisionnel pour l'achat ou la vente d'une maison. Au niveau des horaires de montage, ceux-là pourrait être prévus, en début de matinée vers 5h, voire la veille de l'événement selon l'accord que la société Defacto agence nous donnera. Tout d'abord il y aura l'assemblage des équipements techniques et la préparation du matériel (le câblage, la maison transparente, les ballons à enrouler, le portant fumée bleu-orangée, le drapeau, les mobiliers, les présentoirs, les goodies... etc.) fait par les techniciens puis viendra tout au long de la journée, les différentes animations telles que les deux mascottes E.T, le « *flash'mob* » et les ballons.

Concernant, les horaires de démontage, il est serait préférable que les techniciens soient présents une heure après la fin de l'événement, c'est-à-dire 21h car notre cible celle-ci est susceptible de voir notre événement à la fin de la journée vers 19h, ainsi que pour les clients qui souhaiteraient plus amples informations concernant l'agence. Cela se fera en fonction des directives de Defacto.

L'étape suivante concerne : les caractéristiques visuelles des installations envisagées. Celles-ci se composent de plusieurs parties:

- **les éléments permanents**
- **les éléments ponctuels**
- **les protagonistes**

En ce qui concerne les éléments permanents, ceux-là seront présents tout au long de l'évènement. A commencer par la maison transparente qui fera office de point d'accueil pour informer les prospects. L'ambiance créée dans cette *maison* « *MaisonBleu'Expo* » rappellera :

- **La transparence des prix car la commission de 5980€ est fixe**
- **La qualité du service envers les clients et les négociateurs**
- **La confiance que l'on peut donner à cette agence immobilière**
- **Une maison « cosi » qui rappellerait le confort, et le « bienvenue chez soi » grâce au mobilier du type salle de séjour, tapis, cuisine, accompagné d'odeurs sensorielles.**

Ce point de rencontre permettra d'échanger entre les prospects et les négociateurs à propos de leur interrogation sur le domaine immobilier, la vente et/ ou l'achat d'une maison. Pour accompagner cela, il y aura des stands aménagés au sein de cette maison. De plus, de chaque côté de « *MaisonBleu'Expo* », il y aura des « machines à fumée » qui diffusera du bleu et orange, les couleurs qui représentent la convivialité et liberté *d'unemaisonbleue.com*. En signe d'emblème figurera un drapeau sur lequel il y aura le logo de l'agence immobilière. Celui-ci sera implanté à quelques mètres de la maison.

Puis, viendra en deuxième élément permanent, les négociateurs qui assureront l'accueil des prospects qui distribueront des « goodies », tels que des stylos, des portes clés.

En ce qui concerne les éléments ponctuels, il y aura :

- **Les ballons qui seront au-dessus du toit de la maison transparente. Grâce à une ficelle qui relierait chaque ballon oranges et bleu, afin de tenir sur une hauteur de 3 mètres, cette animation se mettra en action à des heures précises : de 12h à 14h et de 18h à 19h30.**

Cette animation ressemblera au film d'animation de Disney : *Là-haut*. Ce message veut faire passer une sensation de légèreté et de « poids en moins » grâce à la sécurité et la confiance qu'*Unemaisonbleue.com* possède.

Les éléments ponctuels ne s'arrêtent pas qu'aux objets, ils se trouvent surtout vers les personnages, acteurs, bénévoles et techniciens de ce projet.

Les protagonistes seront environ plus d'une soixantaine. Il y aura tout d'abord :

- **Les techniciens**
- **Les apprentis de l'Ecole Vaucanson**
- **Le chorégraphe**
- **Les deux mascottes E.T**
- **Les fondateurs d'UneMaisonBleue.com**

Les techniciens interviendront au début de l'événement lors du montage et à la fin lors du démontage.

Les apprentis de L'Ecole Vaucanson viendront bénévolement aider à la réalisation de la chorégraphie ainsi qu'à promouvoir la chorégraphie grâce à un Flash'Mob qui aura lieu au même horaire ponctuel que le « lâché de ballon ». Ce Flash'Mob sera accompagné d'une chanson reprenant un rythme célèbre, pour ce cas, il s'agit de la chanson « *ça s'en va et ça revient* » de *Claude François* utilisant des paroles reprenant le contexte de l'agence :

C'est avec une maison bleue
que tout ira pour le mieux
Ça te changeras pour la vie

Et tu verras ta vie changer
avec cette nouvelle formule
maison bleue c'est tout nouveau

Ça vous montre sa transparence
commission fixe relooking 3d
un travail toujours meilleur
comme vous ne l'avez vu
Ça vous fait gagner du temps
Ça vous accroche des ailes blanches dans le dos
Ça vous fait marcher sur des nuages
Et ça vous poursuit en un mot

De plus, les danseurs du Flash'Mob, porteront une tenue orange et bleu ainsi que les ballons rappelant toujours le signe de légèreté et de confiance. La chorégraphie durera environ 20 mins et se répètera jusqu'à 14h ainsi que de 18 à 19h30.

Les deux mascottes E.T ont été choisies dans le but de montrer au prospect qu'il peut faire confiance à cette agence car quelque part nous le connaissons. Du fait, que nous lui faisons rappeler une part de son enfance, cela instaurera un climat de confiance, d'assurance et de convivialité, étant donné que notre cible se retourne de plus en plus vers le passé, et a une vision du futur pessimiste. Ces deux mascottes, interviendront tout au long de cet événement afin d'animer le Parvis. Elles auront des animations telles que le jeu d'une marelle immobilière, des flyers à distribuer feront un peu les folles et iront voir les passants.

Néanmoins pour être crédible, il faudra l'intervention des responsables de l'agence telle que Stéphanie, Boucly et Antony Perrat.

Afin d'éviter tout incident corporel, nous avons prévu, l'intervention d'un poste de secours. Les informations concernant cette étape sont en cour de recherche auprès de Defacto.

Mais, l'idéal serait qu'il y ait 4 agents de sécurité présents sur l'événement.

En ce qui concerne l'affichage de cet événement, il serait préférable d'avoir une grande affiche avec le prix de la commission fixe inscrit, ainsi que des flyers distribués par les mascottes.

5 – Ressources humaines, matérielles, financières

Voir les liens des sites internet en annexe 2

Financières

- **Budget : 10 000€**
- **Location de l'emplacement :2400€**

Matériels

- **Meubles**
 - 1 Fauteuil bleu 150 €
 - 6 Chaises bleu 234 €
 - 3 Tables 39€
 - Lit 79€
 - Miroir 12,99€
 - Armoire 59€
 - Cuisinière 80€
 - Tapis bleu 39 €
- **Tente ou maison transparente avec toit bleu**
- **Chapiteau transparent 420€**
- **Tapis de jeu : Marelle 162,18€**
- **Machine pour gonfler les ballons 99,9 €**
- **Ballons de baudruche orange et bleue (1000) 450€**
- **Sono (Louer 2 enceintes maxi) 75€**
- **Panneaux d'affichage, présentation de Maisonbleue 216€ x 1**
- **Ficelles pour tenir les ballons 9,80€ x 1 sachet de 100 ficelles**
- **Petit enrouleur pour ballons 12,36€ x 1**
- **Machines à fumée x2 (fumée orange et bleue) acheté 1 liquide pour chaque machine 1 orange et 1 bleu 17,9€**
- **Diffuseur d'odeur sensoriel intérieur (chercher à Nature et découverte) 79€**
- **Goodies**
 - Porte clé Maison bleu (500): 450 €
 - Mug (600) : 1272€
 - Lampe de poche (400) : 784€
 - Mètre ruban (400) : 832€
- **Cloison 75 mm x 1,80 m x 1,8 m 352,39€ x 1**

Humaines

- Négociateurs d'UneMaisonBleue.com
- Élèves de Vaucanson sur le parvis (distribution de flyers)
- 2 personnes dans le rôle des mascottes : 398€
- **Flashmob' :**
 - Chorégraphes qui mettront en place une chorégraphie simple sur la chanson qu'on aura préalablement choisit
 - Une trentaine de personnes pour le flash mob (ou plus)

6 – Organisation budgétaire

Budget événement		[MaisonbleuExpo]	
Budget total		10 000 €	
	Prix Unitaire	Prix TTC	
Location de l'emplacement		2400	
Maison BleuExpo			
1 Fauteuil bleus		150	Possibilité de récupérer ces meubles chez chacun des organisateurs
6 Chaises	17	102	
3 Tables	45	135	
Lit		79	
Miroir		12,99	
Armoire		59	
Cuisinière		80	
Panneaux d'affichage x3	216	648	
Tapis bleu		39	
Extérieur			
Chapiteau transparent	-	420	
Flyers 10 x 15 cm (pour 5000, création et impression)	0,055	275	
· Tapis de jeu (la marelle)	-	162,18	
· Machine pour gonfler les ballons	-	99,9	
· Ficelles 1 sachet (100 ficelles)	9,8	98	
· Cloison	352,39	1057,17	
· Petit enrouleur	12,36	12,36	
Ballons de baudruche orange et bleus (1000)	0,45	450	
• Sono (Louer 2 enceintes maxi) /Journée	-	75	
Mascottes (Gris)	199	398	
Goodies			
Porte-clés (500)	0,9	450	
Mug (450)	2,12	954	
Lampe de poche (400)	1,96	784	
Mètre ruban (400)	2,08	832	
Machines à fumée	-	17,9	
Diffuseur d'odeur sensorielle intérieur	-	79	
Fumée de couleur			
1 liquide pour chaque machine 1 orange et 1 bleu	4,99	9,98	
Liquide pour la fumée bleue introuvable (acheter un colorant)			
Total TTC		9879,48	

7 – Planning du projet

a) Organisation du projet

		Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
	Reformulation du besoin									
	Création de la plaquette commerciale									
	Brainstorming Slogan									
	Sélection du slogan									
	Organisation de l'évènement									
	Brainstorming : Recherche d'idées (Techniques de créativité)									
	Choix du concept (flash mob' et lâché de ballons)									
	Détermination des contraintes									
T	Contacteur Defacto									
à	Où peut-on se brancher pour l'électricité									
c	Se renseigner pour le lâché de ballons									
h	Horaires compris dans le prix de la location									
e	Horaires de montage et de démontage									
s	Recherche de chansons années 80 + paroles									
	l'organisation comptable, financière, budgétaire									
	Recherche des ressources matérielles (mobilier, ballons,...)									
	Prévision de l'évènement									
	Contacteur des chorégraphes									
	Contacteur des volontaires pour le flash mob'									
	Envoi de la chorégraphie aux participants du flash mob'									
	Répétition des chorégraphie									
	Elaboration du plan d'action									
	Présentation du plan d'action									
	Proposition de la plaquette									
	Proposition de notre plan d'action à UneMaisonBleue.com									

■ Michaelove

■ Antoine

■ Personnes du Flash Mob'

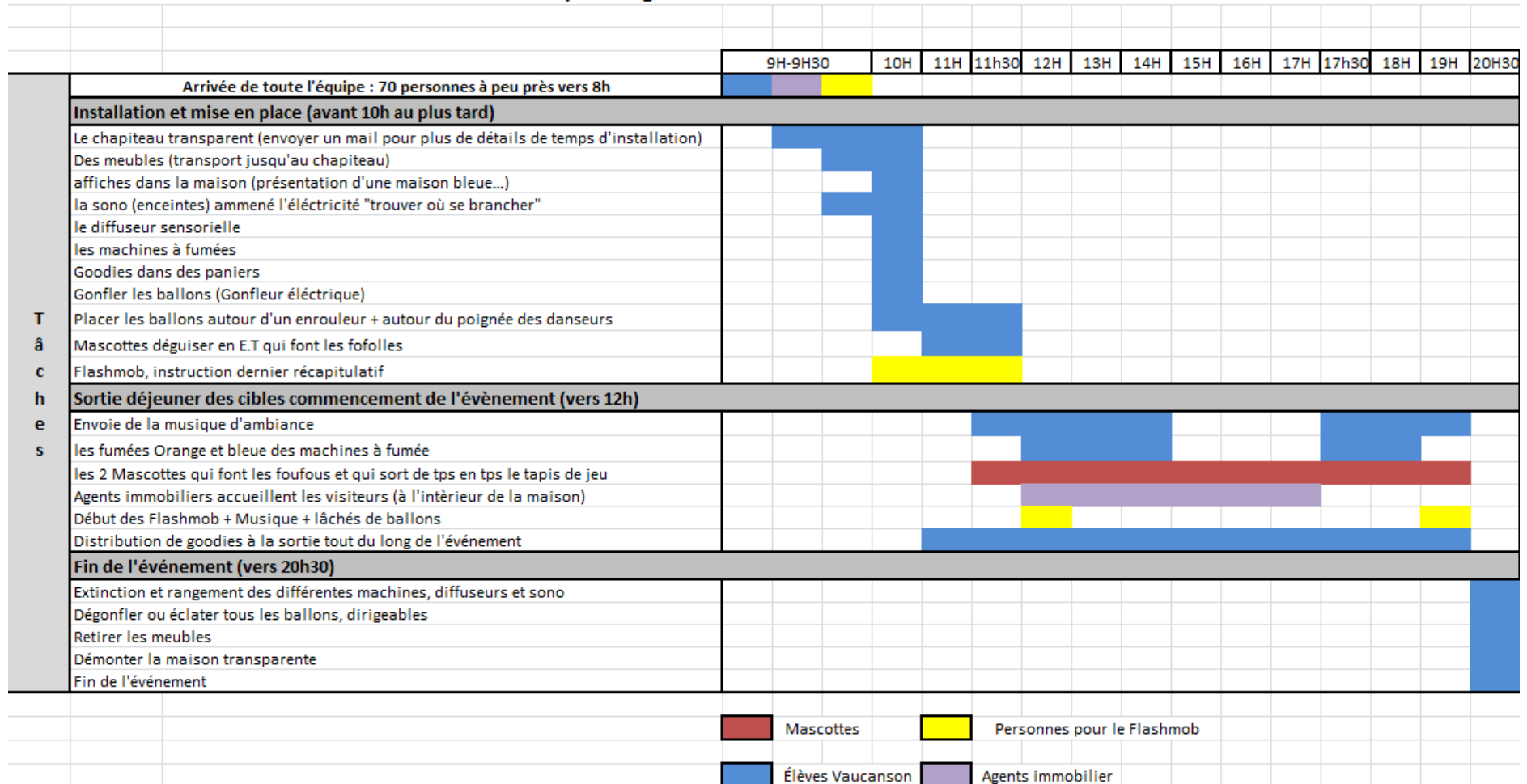
■ Groupe

■ Arane

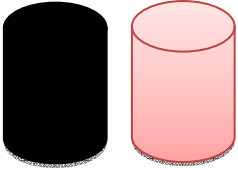
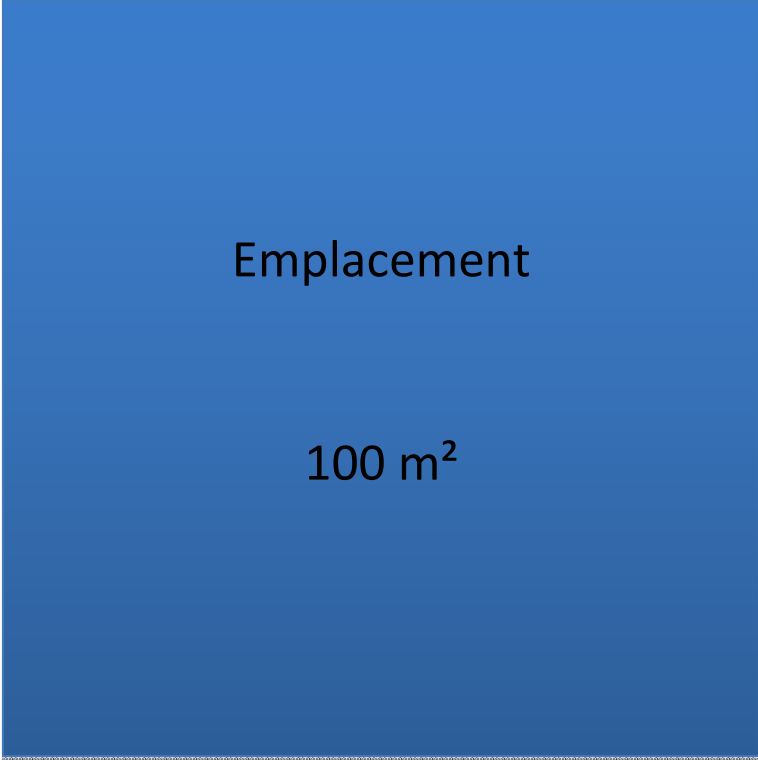
■ Isabelle

b) Déroulement de la manifestation

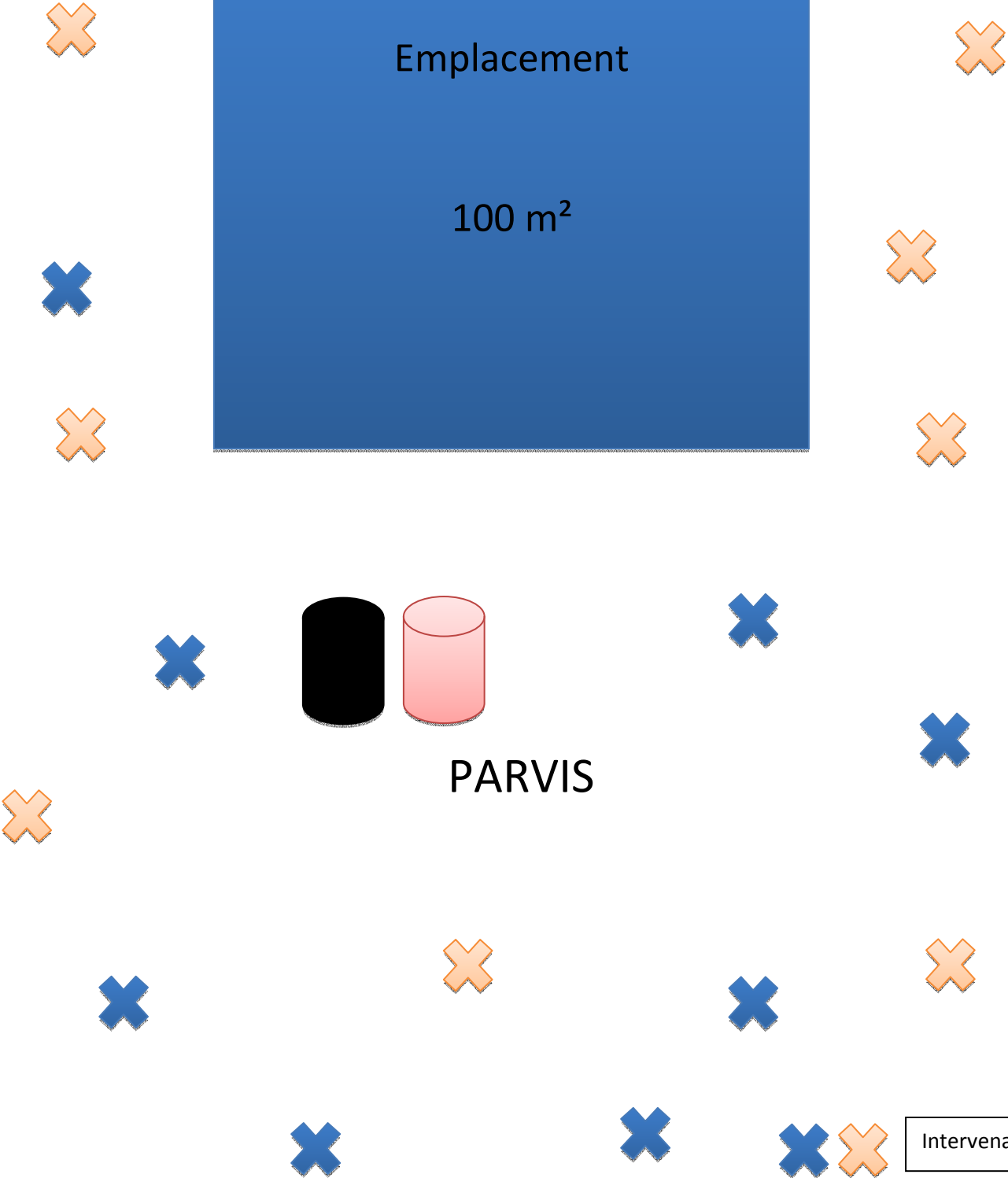
Retro-planning sur le déroulement de l'événement







PARVIS

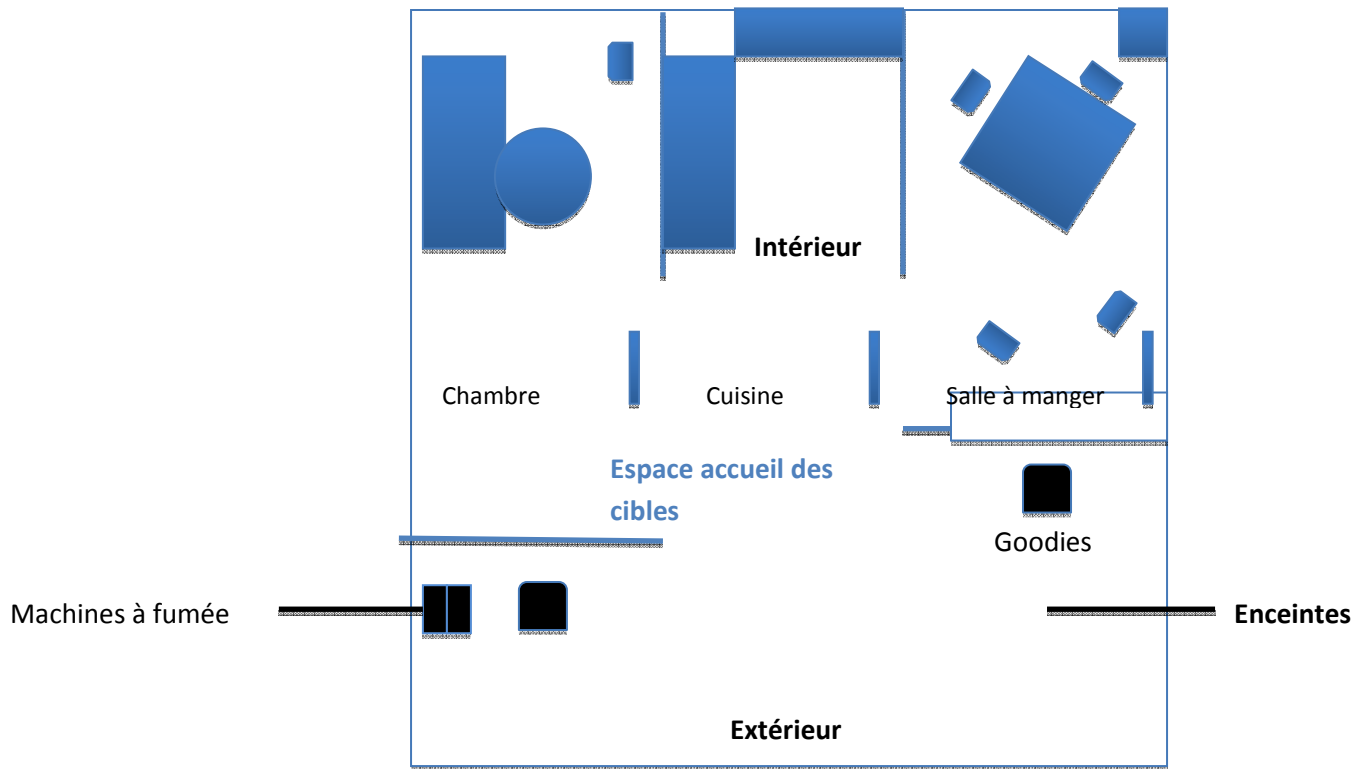


PARVIS



		Intervenants
		Mascottes E.T.

Annexe 1 Suite



Sites Meubles :

<http://www.1000-annonces.com/ameublement/salon/charente-maritime-17/fauteuil-main-design-bleu-A403772.html>

[http://www.cdiseout.com/maison/fauteuil-pouf-poire/fauteuil-oeuf-boule-design-\(bleu/noir\)/f-117200105-auc3700732906898.html](http://www.cdiseout.com/maison/fauteuil-pouf-poire/fauteuil-oeuf-boule-design-(bleu/noir)/f-117200105-auc3700732906898.html)

http://www.webmarchand.com/a/liste_produit/idx/5050604/mot/chaise_bleu_design/liste_produit.htm

http://www.conforama.fr/produit_boston-coloris-bleu- tapis_484219_10001_10602_-2_148193_152640_415719_148232

<http://vente-meuble-occasion.vivastreet.com/annonces-mobilier-meuble-occasion+neuilly-plaisance-93360/emmaus-table-haute--de-bar--ronde--/48626910>

<http://www.ikea.com/ca/fr/catalog/products/10152700/>

Sites Chapiteaux :

<http://bricolage-jardin-chauffage.vivastreet.com/outillage-jardinage+toulon-83000/chapiteau-barnum-tente-de-reception-3m-x-6m/50353730>

<http://www.interouge.com/tente-de-reception-premium-4x6m-en-pvc-480g/m-blanc-et-bleu,fr,4,46480BLP.cfm>

http://www.auxprixbas.fr/barnum-chapiteau-tente-de-reception-10x5-blanc?utm_source=GoogleShopping&utm_medium=Shopping&utm_campaign=Barnum%20châpiteau%20tente%20de%20réception%2010x5%20blanc&source=productlistings&id=%7Badwords_produc_ttargetid%7D&gclid=COu4v8XX7LICFUbMtAodtGkAbA

Tapis de jeu

<http://www.thewebconsulting.com/media/index.php?2010/03/09/11665-tapis-marelle>

<http://www.cb2.com/new-accessories/new/hopscotch-rug/f5803?c=1260&f=5803>

Pompe

<http://www.deguisement-discount.com/pompes-ballons-et-gonfleur-224sf/>

Ballons de baudruche

<http://www.ballon-fluo.com/ballon.php?gclid=CJWhkpL17LICFWLHtAodSjwA9w>

Sono

<http://fr.zilok.com/c-300600100-location/enceinte/dpt-75>

Goodies

<http://www.ventes-objets-publicitaires.com/porte-cles-publicitaire/733-metre-ruban-porte-cles-en-forme-de-maison.html>

Machines à fumée

<http://www.locasono.fr/552-location-machine-fumee-paris.html>

<http://www.mondialsono.com/76-machine-a-fumee?gclid=CPHKrbG66bICFYTMtAodmSwAfg&p=2>

<http://www.disquetueux.com/13383-parfum-liquide-a-fumee-parfum-orange-cannelle.html>

Diffuseur d'odeur sensorielle intérieur

http://www.obelligne.com/coeur-ambre-imperial-xml-2494_2495-10897.html

<http://www.diffuseur-de-parfum.fr/6-diffuseur-de-parfum>

Ficelles pour les ballons

<http://r.twenga.fr/g3.php?pg=VDs4ODE5MDMzODg2MDU4MjY2MzQyOzQ4MDEyMTtodHRwOi8vd3d3LmRIY29yYXRpb24tZGVtYXJpYWdlLmZyL2F0dGFjaGUtYmFsbG9uLWZpY2VsbGUuaHRtbDsyY2ZmZTIIYmU3MTc2NTBmNDVINDUwMmU0NTMzZWQ4OQ%3D%3D&dac=0>

Panneaux d'affichages

http://www.achatsdirects.fr/pdts/panneaux-exposition_283_289_10213.html#lien_visuel

Cloison

http://www.piveteaubois.com/eSales/esa/default.jsp?mainpage=GalleryView.jsp&%40where.ParentCategoryID=btc_panneaux_claustas

Petit enrouleur

<http://www.horsesline.decamps.com/amenagement-de-la-prairie/petit-enrouleur>