



PRIX COM'HANDICAP

2024



SOMMAIRE

qui sommes-nous

3

notre mission

4

notre équipe

5

nos valeurs

6

le brief

7

nos propositions

11

le rétro-planning

15

le budget

16

QUI SOMMES-NOUS ?

Nom de l'agence : Com'Unic

Slogan : "Votre message, notre mission."

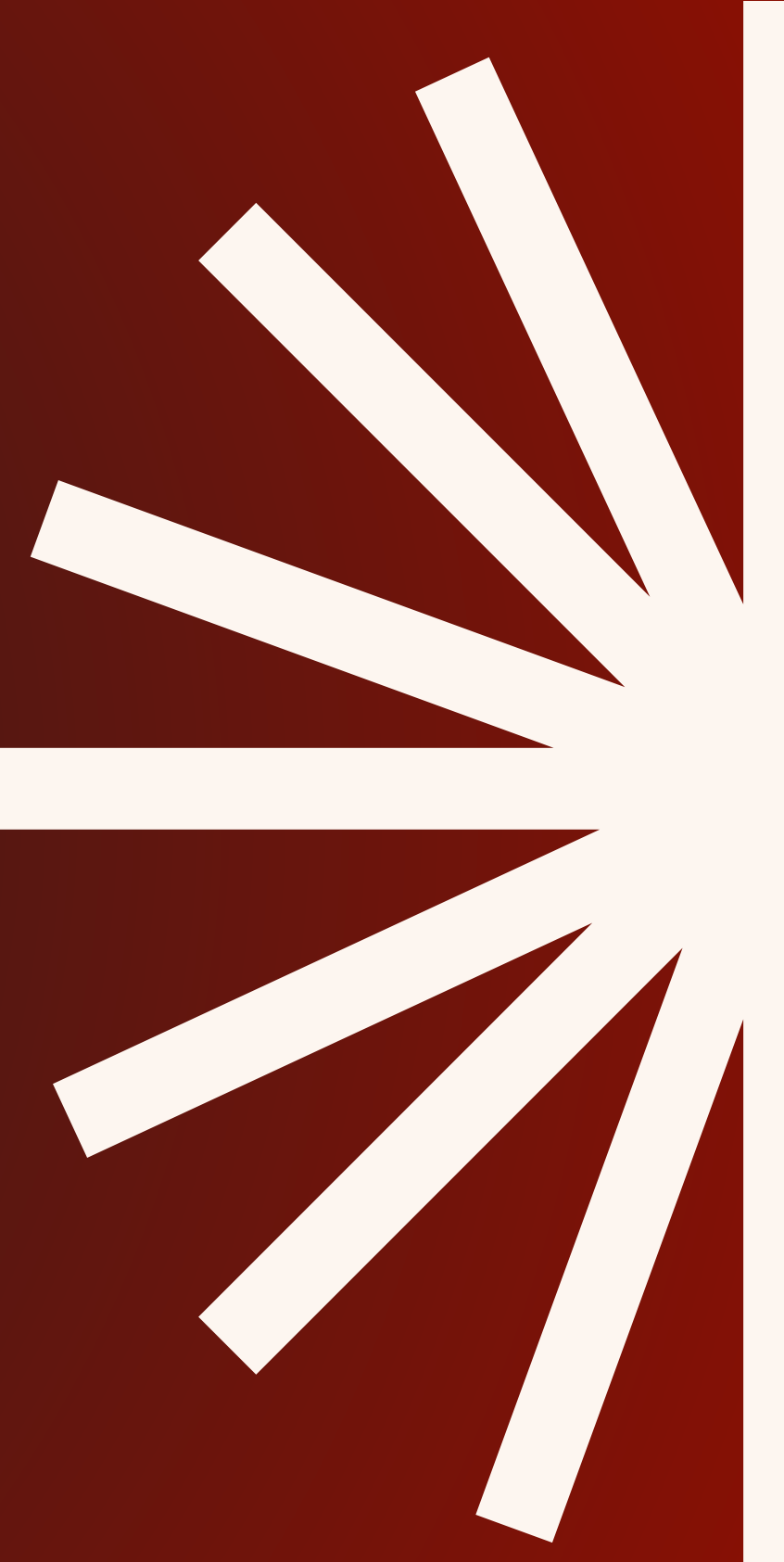


Com'Unic, une agence de communication dynamique et innovante, fondée sur la conviction que la communication est la clé d'un monde plus inclusif et connecté. Notre mission est de créer des messages qui résonnent et inspirent, en mettant l'accent sur l'inclusion et la diversité. Nous croyons en la puissance de la créativité pour briser les barrières et en l'intégrité pour bâtir la confiance.



NOTRE MISSION

Transformer les idées en campagnes
percutantes qui non seulement
communiquent mais aussi engagent et
sensibilisent, pour un impact social durable.



NOTRE ÉQUIPE



ANAÏS
Chargée de
communication
digitale



LILIAN
Responsable
achat média



LOUNA
Planificatrice
média



SOULEYMAN
Directeur
stratégie média

NOS VALEURS



INCLUSION

Promouvoir la diversité
et l'intégration de tous
les talents.



INTÉGRITÉ

Agir avec honnêteté et
transparence dans toutes
nos communications.



ENGAGEMENT

S'investir pour des causes
sociétales et
environnementales.

LE BRIEF

Le client : Véolia RVD

Leur logo :



Description du client : Entreprise multinationale spécialisée dans la gestion des ressources et de l'environnement, opérant dans les domaines de l'eau, des déchets et de l'énergie, avec un accent sur la durabilité et l'innovation.

LE BRIEF

Leur missions :

- Développer l'accès aux ressources
- Préserver les ressources
- Renouveler les ressources

Mission Handicap : La politique inclusive de l'Eau France s'est traduite notamment par la signature d'un 5ème accord handicap pour les années 2021 à 2023. Cet accord traduit leur engagement en matière de recrutement, de maintien dans l'emploi, d'amélioration des conditions de travail des collaborateurs en situation de handicap.

Le travail demandé :

- Une à 3 affiches
- Une capsule vidéo de 40 secondes maximum

LE BRIEF

Leur cible : Les salariés / ouvriers en situation de handicap non déclarés, avec comme âge moyen 45 ans.

Leur objectif : Encourager les collaborateurs en fragilité de santé à se faire reconnaître travailleurs handicapés dans un but d'améliorer leurs conditions de travail par des aménagements de poste (techniques, humains ou organisationnels).

La typographie :

TheSans
AaBbCc
12345

(Typographie édition)

Arial
AaBbCc
12345

(Typographie bureautique)

LE BRIEF

Les couleurs :

- Rouge -
PANTONE 485 C
CO M100 J100 NO
R255 VO B0
#FF0000

- Blanc -
CO M0 J0 NO
R255 V255 B255
#FFFFFF

- Noir -
PANTONE PROCESS
BLACK C
CO M0 J0 N100
R0 VO B0
#000000

Palette principale :

- Orange -
PANTONE 1505C
CO M69 J94 NO
R255 V105 B0
#FF6900

- Vert sapin -
PANTONE 7741 C
C76 M22 J92 N6
R67 V141 B66
#438D42

- Marine -
PANTONE 295C
C100 M86 J40 N35
R0 V45 B98
#002D62

- Abricot -
PANTONE 2010C
CO M38 J94 NO
R255 V172 B0
#FFAC00

- Vert -
PANTONE 368C
C59 M0 J100 NO
R120 V190 B33
#78BE21

- Turquoise -
PANTONE 311C
C69 M0 J15 NO
R5 V195 B221
#05C3DD

- Violet -
PANTONE 2612C
C66 M98 J0 NO
R119 V37 B131
#772583

Palette secondaire :

- Jaune -
PANTONE 129C
CO M15 J90 NO
R255 V214 B22
#FFD616

- Vert pomme -
PANTONE 6193 C
C30 M0 J80 NO
R199 V214 B79
#C7D64F

- Bleu ciel -
PANTONE 2156 C
C50 M25 J10 NO
R141 V170 B205
#8DACCD

- Lavande -
PANTONE 2453 C
C33 M49 J0 NO
R176 V146 B189
#B092BD

- Jaune clair -
PANTONE 461 C
CO M5 J50 NO
R255 V237 B153
#FFED99

- Vert clair -
PANTONE 577 C
C32 M0 J58 NO
R193 V219 B138
#C1DB8A

- Bleu clair -
PANTONE 636 C
C42 M0 J10 NO
R153 V225 B239
#99E1EF



NOS PROPOSITIONS

Campagne de communication interne :

- 3 affiches
- 1 capsule vidéo

Parmi eux, savez-vous qui est
en situation de handicap?



80%

des personnes en situation de handicap ont un
handicap invisible.*

**Chaque histoire est importante.
Partagez la vôtre!**

Image créée avec une IA / *Source : APF France Handicap

LES AFFICHES

Une question : Pour susciter de l'intérêt.

Une image : Pour illustrer, faire un lien avec la question, le pourcentage et le slogan.

Le logo : Pour informer de l'entreprise qui fait la campagne de communication.

Un pourcentage : Pour prouver et montrer que cela existe.

Un slogan : Pour impacter et marquer les salariés.

Parmi eux, savez-vous qui est
en situation de handicap?



86%

des Français ne se déclarent pas en situation
de handicap.*

**Chaque histoire est importante.
Partagez la vôtre!**

Image créée avec une IA / *Source : Drees Solidarités Santé, 2021

Parmi eux, savez-vous qui est
en situation de handicap?



50%

des travailleurs en situation de handicap ont 50
ans et plus.*

**Chaque histoire est importante.
Partagez la vôtre!**

Image créée avec une IA / *Source : HelloWork Place

LA CAPSULE VIDÉO :

Lieu de tournage : ITIC Paris

Nombre de comédien :

2 comédiens :

- Vincent Parizy (57 ans)
- Nathan (22 ans)

La situation : 2 salariés de chez Véolia RVD témoignent sur leur handicap et de leur vie au travail.

Un slogan : Pour impacter et marquer les salariés.

Format : Portrait



LA CAPSULE VIDÉO : LE SCRIPT :

Pers 1 : Vincent Parizy → V → Troubles musculo-squelettiques : Ces troubles peuvent inclure l'arthrite, l'ostéoporose et les douleurs dorsales, qui sont fréquents avec l'âge et peuvent affecter la mobilité et la dextérité.

Pers 2 : Nathan → Perte auditive : Souvent progressive, elle peut affecter la communication et l'interaction sociale, et est plus répandue chez les hommes que chez les femmes.

V : Bonjour, je m'appelle Vincent Parizy, j'ai 57 ans et je suis chez Véolia depuis 28 ans.

N : Bonjour, je m'appelle Nathan , j'ai 22 ans et je suis chez Véolia depuis 3 ans.

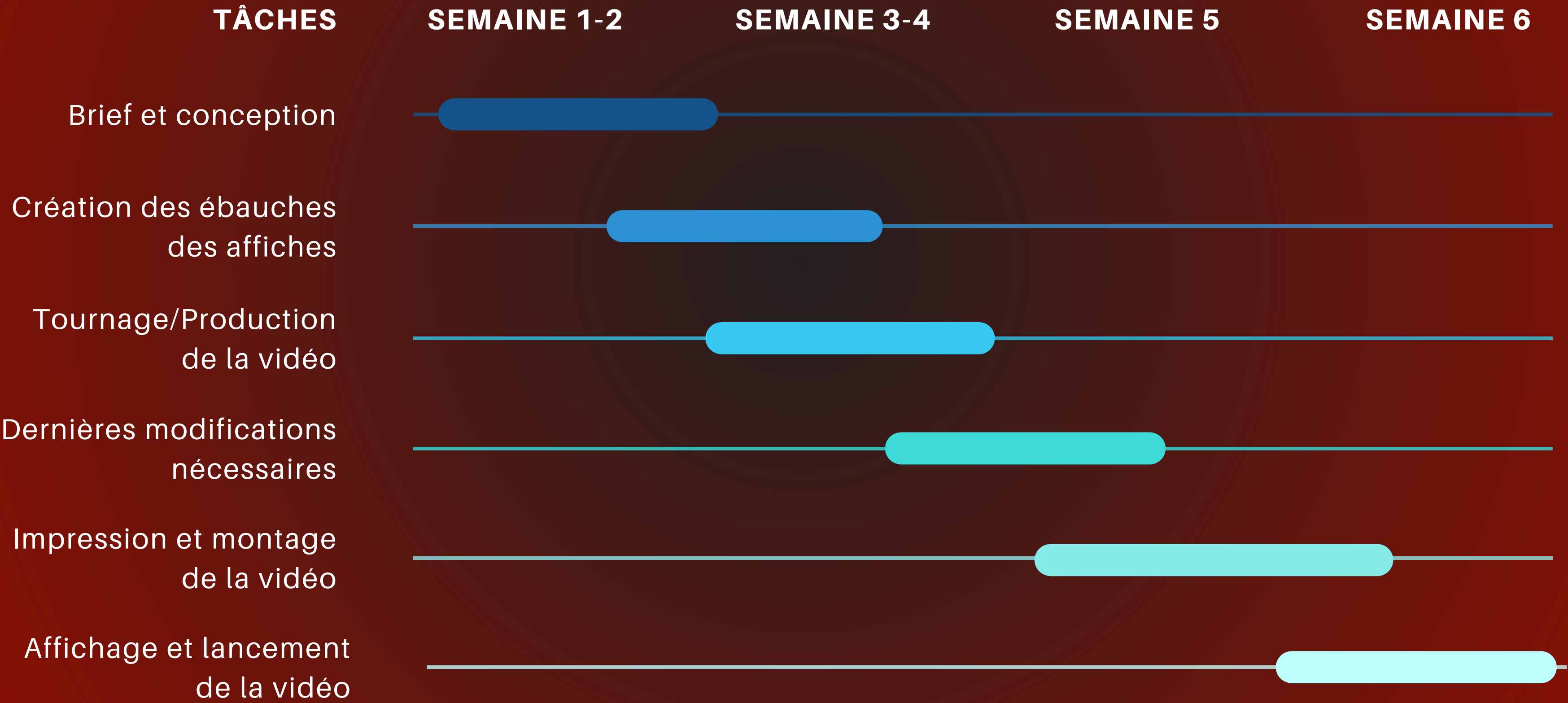
V : Je suis déclaré travailleur en situation de handicap depuis 4 ans et cela m'a beaucoup aidé. Étant atteint de problèmes de dos, ils ont su m'accompagner et faciliter mon quotidien au sein du travail.

N : Je suis atteint de problèmes d'audition et cela affecte mon travail. Véolia m'a conseillé de me déclarer comme travailleur en situation de handicap et ils m'ont soutenu jusqu'au bout. Depuis je me sens bien au travail.

V : Chaque histoire est importante.

N : Partagez la vôtre!

LE RÉTRO-PLANNING



LE BUDGET

Print :

Graphiste : 300€

Pour l'impression de 200 affiches format A3 :
entre 100 et 200€

Digital :

Monteur vidéo : 300€

Total : entre 700 et 800€



CONTACT

COM'UNIC

☎ +33 6 67 45 98 30

✉ contact@com'unic.fr

🌐 www.com'unic.fr