



Compte rendu de l'agence DYN&COM



SOMMAIRE



Avancer pas à pas

Guilhem Duval met en lumière l'importance de la confiance dans le travail de groupe.

Durant cette année en MMI, j'ai appris qu'il était important de faire confiance en ses collaborateurs.

Que ce soit en agence de quinze ou en sous-groupe, nous avons eu différents projets à faire. Parmi ces projets, nous avons dû réaliser un webdocumentaire. Du graphisme au code, sans oublier l'audiovisuel, il y avait de nombreuses tâches variées à réaliser. Il était donc fondamental de se partager le travail. Ce partage des tâches a souligné quelque chose d'important. J'ai toujours eu du mal à faire confiance à autrui. Cependant, je dois faire confiance aux personnes avec qui je travaille.

Maintenant, comment puis-je avoir confiance ?

La première étape est d'apprendre à connaître les forces et les faiblesses de chacun. Par exemple, quelqu'un souhaite se charger du code alors que ce n'est pas son domaine d'expertise. Au lieu de brider cette personne et l'empêcher d'apprendre, je préfère créer un accompagnement.

Parler et se réunir permettent de suivre la réalisation de la tâche. Si un problème survient, ce suivi permettra de réagir en conséquence. Dans ce cas, il sera possible de donner des conseils ou d'aider la personne directement. Pour que ce système fonctionne, il faut prévoir des étapes intermédiaires pour anticiper et se donner le droit aux erreurs. Ainsi, la personne peut s'améliorer et tout le monde peut avoir la certitude que le travail sera bien fait.

Malheureusement, j'ai compris tout cela assez tard dans l'année. De plus, cette méthode est très idéaliste. De ce fait, je souhaite pouvoir expérimenter et étoffer cette méthode l'année prochaine. J'ai l'opportunité de pouvoir confronter celle-ci à un projet professionnel. J'ai alors hâte de me tester une fois de plus et cela, dans un cadre différent. Deuxième année de MMI, prépare toi, j'arrive !

Benjamin Vial présente la gestion des deadlines dans une agence.

Dans un projet le respect des deadlines est primordial.

Cette phrase peut paraître évidente, mais elle ne l'est pas pour tout le monde. Nous avons travaillé pour la première fois dans une agence de quinze personnes pour réaliser un projet commun. Il nous est déjà arrivé, surtout au début de l'année, de nous retrouver face à une date limite non respectée. Cela a pu entraîner des tensions au sein de l'agence. Ainsi la gestion des deadlines dans une agence peut s'avérer compliquée, mais il existe un certain nombre d'outils pour nous faciliter la tâche.

Tout d'abord, pour respecter les dates butoirs, il faut les définir. Nous nous sommes réunis et mis d'accord pour créer un planning prévisionnel. Celui-ci divisé en différentes étapes intermédiaires pour nous permettre d'avancer efficacement. Cependant, lors de la création de notre planning prévisionnel, nous n'avons pas été assez précis. De ce fait, nous avons été obligés de le modifier en ajoutant des étapes intermédiaires.

En effet, gérer correctement des dates de rendu est très compliqué lorsque notre document de référence est peu précis. C'est pourquoi nous avons ensuite utilisé l'outil Trello pour avoir une meilleure vision d'ensemble sur toute les étapes du projet et leurs dates de rendu. Cela nous a souvent permis de nous rendre compte que nous étions en retard ou simplement dans les temps.

Finalement, cette année m'a permis de comprendre un peu mieux comment la gestion des deadlines se faisait en agence. Même si notre propre gestion de cet élément n'était pas parfaite j'ai beaucoup appris sur l'utilisation de nouveaux outils qui pourront me servir l'année prochaine, en agence ou pour mes projets personnels.

Michel Laup discute de la division de projets en étapes.

Cette année j'ai appris qu'un projet pour être mené à bien doit être divisé en étapes.

La gestion de projet, un concept bien obscur pour moi avant cette première année de MMI.

En effet, avant cela, j'ai bien eu de gros projets à faire et à présenter en groupe mais on ne m'a jamais enseigné les étapes clés pour mener un projet à bien de son commencement à sa fin.

La gestion de projet était que très peu développée, on nous lâchait presque dans la nature, il fallait se concentrer sur les performances de chacun sans chercher à étoffer la notion de cohésion de groupe.

Et c'est bien cela qu'on a étudié en détails tout au long de cette année pour notre projet.

Nous avons été divisés en agence de TP et dès le commencement, nous avons dû procéder étape par étape.

Il fallait d'abord trouver un nom à cette agence puis un slogan puis un logo, des couleurs etc : bref il fallait se créer une identité d'agence et nous l'avons fait ensemble.

Et cela s'est fait petit à petit sans se précipiter ou en voulant tout faire en même temps.

Nous devions terminer une tâche précise avant de passer à la suite, cela paraît logique mais cela nous a grandement aidé à ne pas nous éparpiller, l'étape suivante aussi d'ailleurs.

En effet, des rôles ont été attribués à certaines personnes, ce qui a renforcé l'organisation globale et la bonne entente du groupe.

Cependant, il fallait passer à l'étape supérieure si nous voulions créer nos œuvres : nous nous sommes donc divisés en petits groupes.

Et nous avons encore franchi une étape en attribuant un rôle de chef de mini-groupe.

Mais me direz-vous : Comment associer mini-groupe et grand groupe d'agence ? Et bien c'est la dernière étape : nous avons créé des petits groupes au sein même du grand groupe par compétence et envie de chacun : un groupe site internet et un autre réseaux sociaux par exemple.

C'est tout ça la gestion de projet, une succession de petites étapes à franchir pour aller au bout dans de bonnes conditions.

Comprendre autrui

Guillaume Villot nous explique la communication et ses enjeux.

Cette année, j'ai compris le rôle de la communication dans un groupe de travail.

Le travail en équipe créé inexorablement des tensions, j'ai souvent cherché à comprendre d'où elles venaient. J'ai observé que tout partait du même point, la communication. Au début de l'année, durant les réunions d'agences, on avait du mal à s'écouter les uns les autres de façon rigoureuse. C'est ce qui a créé de l'agacement et une perte d'intérêt chez certains membres de l'agence. L'information circulait difficilement et les réunions étaient longues et fatigantes. Les objectifs étaient mal compris mettant en péril l'efficacité. On observait beaucoup de retard dans les rendus.

Face à ce triste constat, on a cherché des solutions avec l'agence et nos professeurs. On apprit à se répartir correctement la parole, à séparer les différents aspects de la critique. Par exemple quand une proposition était émise on s'assurait que personne n'avait d'objection. On faisait alors un tour de table pour que chacun puisse exprimer ses idées. Tous ces efforts ont permis à chacun de s'impliquer dans l'agence ainsi que de faire des réunions plus efficaces et constructives. Les objectifs étaient reformulés et explicités si celui-ci n'était pas clair, afin que les travaux de chaque membre aillent au maximum dans la même direction. Si un membre rencontrait des problèmes on a aussi appris à les communiquer pour pouvoir l'aider dans son travail. Ce sentiment de pouvoir compter sur les autres était assez nouveau et réconfortant pour moi.

Malgré l'avancée qu'ont permis ces méthodes de communication, des non-dits et des non faits sont restés tout au long de l'année une grande source de tension pour certains membres, exaspérés au moment des rendus.

Toutes ces méthodes m'ont permis de comprendre comment communiquer sainement avec un grand groupe de personnes ou même avec des proches. J'ai hâte de voir comment va être la communication dans l'agence l'année prochaine, avec la connaissance de ces outils, et l'arrivée de nouvelles personnalités.

Blandine Maffre nous explique l'importance de trouver des solutions en situation de crise.

Cette année, je me suis rendu compte que les situations de crise étaient omniprésentes dans une agence.

En effet, que ce soit personnel ou collectif, les problèmes sont toujours là et peuvent être un frein au bon fonctionnement d'une agence. Lorsque nous travaillons en groupe, j'ai appris que le problème majeur était le manque de communication entre les membres. Ce manque de communication peut nous empêcher de déceler les autres problèmes. Pour cela, j'ai appris qu'il y avait différents moyens pour détecter les tensions.

Quels sont les différents moyens de détecter les tensions dans une agence ?

Tout d'abord, il faut savoir que la chose indispensable dans une agence est la communication. Sans cela, il est impossible de trouver les tensions. Mais il n'est pas toujours facile de dire tout ce qui nous pose problème. Avec la peur de déranger, la peur du jugement ou tout simplement la sensation que ce n'est pas important, la communication est toujours compromise. C'est pour cela qu'il faut mettre en place des temps de parole dédiés aux tensions. Cela permet à chacun de s'exprimer et de mettre en avant les problèmes qu'il peut percevoir. Les problèmes seront ensuite réglés en groupe. Il y a toujours une solution et elle émerge par la conscience collective.

Cette année, j'ai appris que la communication est primordiale dans un groupe. Sans celle-ci, les tensions ne sont pas libérées et l'évolution de l'agence est bloquée dans un sentiment de frustration.

Cette découverte me permettra d'être plus attentive et à l'écoute des autres dans l'année qui va suivre. Voilà une source de stress en moins qui m'aidera à réussir ma deuxième année.

Cyriac Boué met en avant la gestion des tensions dans une agence.

Lors d'un travail en groupe, j'ai appris qu'il est primordial de savoir gérer les tensions.

En effet, un collectif ne peut, selon moi, être efficace dans son travail que lorsqu'il est déduit de toute tension en son sein. J'ai appris au cours de cette année que les troubles causés par une tension peuvent être destructifs au niveau relationnel, et par répercussions, affecter les membres et la qualité du travail collectif. J'ai appris à mes dépens que pour éviter des tensions futiles il ne fallait pas mêler relation et travail. En effet, on aura plus de mal à régler une tension avec un ami qu'avec un collègue.

Donc comment gérer les tensions dans une agence ?

Les seuls moyens efficaces que j'ai pu relever sont la communication, la confiance et l'analyse. Ce sont pour moi des éléments essentiels dans le travail et la cohésion de groupe. Une bonne communication et une confiance solide entre les membres sont significatives de bon travail et de bonne entente, et l'analyse va permettre de détecter les tensions. Ainsi, une discussion pourra s'établir dans le collectif, et permettre de prendre une décision adéquate, en écoutant les arguments de chacun. Pour cela, il faut que tous les membres partagent leur point de vue et leur état d'esprit tout en respectant ceux des autres, et répondre par une argumentation constructive et réfléchie.

Tout au long de l'année, notre agence a été le théâtre de diverses tensions que nous avons appris ou non à gérer grâce à la discussion, l'analyse et la confiance portée à tous. J'ai et nous avons appris que les tensions ne se règlent pas par une influence majoritaire mais par le respect et la prise en compte de chaque point de vue, afin de trouver la solution qui convient à tous. Ce sont ces valeurs qui nous permettront d'avancer rapidement et de produire un travail de qualité pour les projets de l'année prochaine, j'en suis convaincu.

Aussi, j'ai vraiment hâte de découvrir ce que les projets de l'an prochain nous réservent.

Camelia Siong partage son expérience sur comment travailler avec des personnalités différentes.

Travailler avec des personnalités différentes est essentiel en MMI.

En MMI, nous nous distinguons par nos particularités uniques. Nous le relevons souvent, puisque nous avons chacun nos domaines et nos passions propres. J'ai appris en travaillant avec des personnalités différentes qu'il faut savoir jongler entre nos émotions pour se mettre pleinement au service de l'agence.

Les personnalités sont souvent reliées à ce que l'on aime. J'ai observé chez mes camarades qu'en fonction de leur domaine principal (AV, Graph, Com) certains avaient des traits de caractère beaucoup plus prononcés que d'autres, comme l'esprit critique, créatif ou encore planificateur.

Dans notre TP, on distingue quelques personnalités fortes, et d'autres personnalités un peu plus discrètes. En règle générale, on aperçoit une ambiance assez bienveillante, calme et réfléchi.

La plupart des membres de Dyn&Com ont un fort esprit critique. Cela peut engendrer des situations dans lesquelles on est confrontés à une sorte de combat de pensées avec des arguments et des contre-arguments. L'atmosphère peut alors en être impactée, les réunions devenir lourdes, et les idées ralenties.

C'est là qu'arrivent nos personnalités solaires. Dyn&Com apporte beaucoup d'importance à la bonne humeur et à l'aspect convivial. Certaines personnes font de leur joie de vivre et de leurs idées farfelues un moteur. L'innocence de certains nous permet aussi de prendre du recul et de ne pas s'énerver trop vite. Encore une fois, l'entraide et la bienveillance nous empêchent de réagir hâtivement.

Pour finir, cette expérience m'a permis de me rendre compte qu'il fallait absolument comprendre l'autre avant de réagir. Analyser la personnalité de quelqu'un nécessite du temps, mais c'est essentiel pour savoir bien communiquer, prendre des décisions et travailler ensemble.

Corentin Aboulin observe les rendus de groupes.

Je vais parler des rendus de groupe. Depuis le début de l'année, rendre un travail de groupe noté ou non, a toujours été un désastre.

Les membres savent à peine quand retourner le travail. Et pourtant, on retrouve des messages sur les plateformes de messagerie que nous utilisons du type « C'est pour quand ? », « Quelle est la date du rendu ? ». Et quelquefois, on retrouve des messages de ce type après la date limite. Mais comment cela se fait-il ?

Et les méthodes ne manquent pas. Nous avons des outils pour remédier à ce genre de problèmes. Justement, cela fait parti des choses à mettre en place pour gérer une agence de communication... Nos coordinateurs font tout pour proposer un tableau de bord continuellement mis à jour, mais les membres ne respectent pas les délais... Sur Trello, on peut voir précisément ce qu'il y a à faire, quand le faire, où en est l'avancement des travaux, qui fait quoi, etc. De plus, les « maîtres de projet », qui s'engagent à récupérer les ressources de chacun afin de créer le rendu envoient des messages aux groupes pour rappeler les délais de rendu. Rien à faire, du début de l'histoire de notre agence, à ses derniers instants en juin, elle aura toujours eu un train de retard en ce qui concerne les délais.

En parallèle des problèmes de délai, on pourrait noter un manque d'enthousiasme de la part des membres de l'agence. Une fois le rendu terminé, les membres de l'agence ne vont pas forcément aller s'intéresser aux travaux effectués par les autres. D'apparence, cela n'impacte en rien, mais nous sommes une agence soudée et on a besoin de conseils, d'avis de la part de notre équipe afin de nous permettre d'évoluer. J'estime que tous les membres se doivent d'être un minimum impliqué dans chaque projet sur lequel un petit groupe a passé du temps dessus, ne serait-ce que pour donner son avis.

Répartir le travail

Charline Quincieux compare le travail à 15 et à 4

Ma première année en MMI a été, pour ma part, une année riche en émotions et en rencontres.

Le travail que j'ai effectué m'a toujours intéressé, malgré les difficultés que j'ai pu vivre. Cette année m'a fait redécouvrir le travail de groupe sur un laps de temps beaucoup plus étendu et de ce fait, ce n'est plus une organisation d'une semaine, mais d'une année entière.

L'agence que nous avons créée étant composée de quinze membres, une notion inédite se présentait : attribuer des rôles à des membres. Nés donc deux coordinateurs ou coordinatrices, utiles et nécessaires pour l'organisation et l'avancée, un animateur ou animatrice, facilitant la prise de paroles lors de réunion, et un ou une secrétaire, pour la prise de notes également pendant les réunions. Ces rôles se sont montrés nécessaires car un travail de grand groupe est une tâche difficile lorsque nous ne possédons pas les méthodologies. Il est parfois difficile de tous s'entendre et s'écouter, de laisser l'opportunité à tout le monde d'être en accord ou non, ou encore, de motiver les membres à travailler au moment propice. Cette première année nous a donc appris la gestion de projet à quinze.

Outre les projets à quinze, l'intérieur même de l'agence se composait de sous-groupes de trois ou quatre personnes. C'est ainsi que nous retrouvons les habitudes de nos études antérieures : les petits groupes. Cependant, le fait d'avoir mis en place des rôles dans l'agence entière, influence l'organisation des petits groupes. Nous avons envie de mieux faire dans nos sous-groupes. Une organisation doit rester propre et efficace pour rendre le meilleur de soi.

Malgré les outils et rôles mis en place, une préférence pour le travail en sous-groupe se ressentit. En effet, en sous-groupe, nous perdons moins de temps à demander l'avis de tous, nous allons droit au but.

En conclusion, MMI ce n'est pas que quatre pôles principaux, comme j'ai pu le croire en arrivant en septembre, c'est aussi une cohésion d'équipe, pour un travail collaboratif. Un bol de connaissances pour mes futures études et travaux !

Bamby Fall explique comment la distance peut modifier le fonctionnement d'une agence.

J'ai appris que le travail d'une agence à distance est très compliqué et peut modifier le fonctionnement habituel de l'agence.

Depuis que l'on est face à cette situation sanitaire, j'ai remarqué que le fonctionnement de l'agence dyn&com n'est plus le même. Entre temps, l'agence est passé de 15 à 4 membres, la communication collective est réduite et l'avancement du travail de chaque groupe est inégal.

Quand nous étions à l'IUT, l'agence était constituée et dirigée par 15 personnes. Le travail avançait et se planifiait par ces 15 personnes. Chaque groupe était au courant du travail et de l'avancement des autres. Les réunions étaient assistées par tout le monde de même que les prises de décisions. Aujourd'hui, l'organisation de l'agence a pris une autre tournure. Avec le travail à distance ainsi que le changement du projet d'exposition de la fin d'année causés par le confinement, l'agence s'est réduite en 4 membres. Le travail n'est plus collectif, chaque sous-groupe avance sur son travail de manière individuelle.

De même la communication de l'agence à 15 est devenue très compliquée. Nous ne savons plus avec précision, où en est chaque groupe au niveau du travail. C'est devenu encore plus difficile de pouvoir les venir en aide sur certaines tâches dans lesquelles ils peuvent rencontrer des difficultés. Les réunions ne se font plus qu'en sous-groupe. Nous ne savons presque plus rien sur la planification des réunions des autres sous-groupes.

Le confinement a eu des avantages plus ou moins favorables selon les groupes. En effet, depuis que le fonctionnement de l'agence a changé, les sous-groupes n'avancent plus avec le même rythme de travail. Certains avancent plus vite que d'autres et rencontrent moins de difficultés. En revanche, la situation n'a pas été exclusivement négative pour l'agence. En effet, malgré l'absence du regroupement physique et permanent des 15 membres, nous nous sommes unis pour mener à bien notre projet. Les rendus ont pu se faire dans des délais indiqués, les deadlines ont été respectées et nous avons fait en sorte que notre communication via les réseaux sociaux soit efficace et régulière. Même si le chemin était long et rempli d'obstacles, nous avons réussi et nous sommes tous satisfaits de notre travail final. Ces difficultés rencontrées dans le travail de l'agence à distance va me permettre dans le futur de prendre en main un projet à distance. Cela m'a permis aussi de découvrir ce qu'est le télétravail et comment le faire de manière efficace.

Clément Armand présente la répartition dans la gestion des réseaux sociaux.

Ce travail d'agence m'a permis de découvrir pleins de choses sur les projets en groupe. Et également sur moi pendant ces projets, que ce soit dans la gestion ou dans la relation avec les autres.

J'ai aussi appris à comprendre la manière de travailler des autres pour l'adapter à ma manière. Au début, l'avancée du travail était assez laborieuse avant que nous comprenions qu'il ne fallait pas travailler à 15 sur tout. On a appris ensuite à diviser le travail et les choix en sous-groupes. Pour le mettre en avant, je vais parler de la gestion des réseaux sociaux. Ce qui m'a le plus marqué, c'est la gestion des réseaux sociaux. Nous avons divisé le travail en petit sous-groupes pour être plus efficaces. Et franchement, c'était top. Tout d'abord le groupe stratégie : chaque semaine, une réunion pour définir les 3 publications de la semaine d'après. Le groupe production prenait le relais pour créer les visuels et les descriptions. Et enfin le groupe relecture vérifiait tout avant que ce soit posté ! En ayant défini une campagne globale à 9 avant de lancer tout ça, nous étions sûrs de tous être sur la même longueur d'onde. Que ce soit pour les overlays, les types de publications, voir les grandes idées ! J'ai contribué dans le groupe stratégie. Et de temps en temps en groupe production. Nous avons mis aucune obligation pour la participation à la communication sur les réseaux : cela permettait de ne pas se mettre la pression de quitter ou changer de groupe. Au final, il n'y a d'ailleurs pas eu de changement ! C'est un plaisir de répartir le travail selon les envies pour être plus efficace et pas lâcher sur le long terme. C'était une de nos craintes. Ne pas arriver à garder le rythme de trois publications par semaines. Et au final nous avons réussi.

On pourrait maintenant se demander comment appliquer ce principe à d'autres branches de l'agence pour être plus efficaces !

Adèle Montanvert oppose les points positifs et négatifs des travaux de groupe.

Au cours de cette année, j'ai dû apprendre à travailler en groupe.

Notamment, j'ai réalisé un webdocumentaire en groupe. Cela peut parfois être compliqué et source de tensions, mais cela m'a aussi apporté beaucoup d'avantages.

Quand j'ai appris que des groupes allaient être formés, ma première crainte était de ne pas m'entendre avec le mien. Je savais que nos personnalités allaient forcément être différentes. Je ne voulais pas que cela ait des conséquences sur notre travail. Finalement, je n'ai jamais eu de grosses tensions avec mon groupe, à part quand nos points de vue divergeaient et que nous n'arrivions pas à nous mettre d'accord. Mais, même si parfois cela mettait plus de temps que d'autres fois, nous avons toujours réussi à trouver un accord commun. Les réunions pouvaient être longues et ne me permettaient pas d'avancer dans mes projets personnels. Et quand nous ne parvenions pas à nous mettre d'accord, j'avais parfois l'impression que nous perdions du temps sur d'autres points.

Avec du recul, ces divergences nous ont permis de découvrir le point de vue de tout le monde. De plus, travailler en groupe permet de nous compléter les uns les autres. En effet, lorsque j'étais perdue dans une tâche, je savais directement vers qui me tourner pour avoir de l'aide. C'était un gain de temps considérable. Aussi, voir que je n'étais pas toute seule me motivait vraiment. Nous nous entraidions beaucoup et nous avons toujours réussi à allier nos compétences personnelles pour mener à bien notre projet.

Enfin, travailler en groupe m'a permis d'avancer grâce aux retours instantanés. Quand je finissais une tâche, j'avais directement les retours. Peu à peu, j'arrivais donc à déterminer ce que je devais améliorer et ce que j'arrivais bien à faire. Finalement, les travaux de groupes m'apporteront dans le futur que du bon. J'ai beaucoup appris et je pense que je saurai bien adapter mon comportement en fonction des situations, dans n'importe quel travail de groupe.

Yann Giraudeau parle de ses expériences de TP et de sous-groupe.

Depuis petit, les travaux de groupe ont toujours été des activités qui m'ont repoussé.

Entre bonnes et mauvaises expériences, je ne trouve pas de régularité dans ce domaine-là, et forcément le plaisir n'est que rarement au rendez-vous. Ajoutons à cela le manque de confiance en moi et mon côté très solitaire et vous comprendrez facilement que l'agence Dyn&Com a été un réel défi pour moi cette année. J'avais énormément d'attentes et de questions.

Dès le début de l'année, j'ai compris rapidement qu'il allait y avoir une énorme différence entre travaux de groupes en TP et travaux de sous-groupes. En effet, tout au long de l'année, mon investissement était plus naturel au sein de mon sous-groupe et mon plaisir dans les projets m'a réconforté avec les travaux communs. Cependant, j'ai eu l'impression qu'en grand groupe, les idées divergeaient bien trop, que le travail partait à gauche et à droite. Cela n'est pas fait pour moi, du moins pas tout de suite. Je sais que je peux faire bien plus d'efforts, mais je pense que je dois travailler avec du monde nouveau. La manière dont nous avons travaillé n'était pas du tout ma tasse de thé.

Ce premier test reste motivant pour la suite. Je suis fier de mon évolution même si je doute qu'il ait été vu par la totalité du groupe. J'ai découvert de belles personnes, notamment au sein de mon sous-groupe, mais également dans le TP. Je suis convaincu qu'il me reste une grande marge de progression. Je vais surtout devoir me plier à ces méthodes de travail, car c'est ainsi que la vie professionnelle sera potentiellement faite. Madame Deuxième-Année-De-MMI, je vous attends de pied ferme et je suis prêt à vous montrer que je suis capable d'enfin m'intégrer totalement dans une agence.

Et...

Clément Barrioz disserte sur les chartes graphiques.

Cette année fut très enrichissante pour moi que ce soit au sein de la formation mais également au sein de Dyn&Com.

J'ai beaucoup apprécié travailler avec chacun de ces membres dans plusieurs projets différents mais j'ai encore plus apprécié travailler sur le graphisme.

C'est pourquoi je vais vous parler de graphisme mais plus particulièrement de chartes graphiques d'une entreprise ou d'une agence.

Il faut le savoir, trouver une charte graphique personnalisée et complète ce n'est pas simple.

En effet, La charte graphique d'une agence doit convenir à tout le monde, surtout si comme Dyn&Com tout le monde à son mot à dire.

J'ai donc rapidement appris comme beaucoup dans l'agence, à modifier (de nombreuses fois) mes prestations.

Cela peut paraître logique quand on y pense mais c'est quelque chose qui ne m'était pas venu à l'esprit avant; il faut s'adapter à la demande des clients.

Il faut donc trouver plusieurs couleurs qui correspondent à l'équipe mais également à l'identité de l'agence.

Bien sur, il faut faire de même pour trouver un design, une idée pour le logo.

Dans un sens, c'est même plus compliqué car si on peut arriver à un consensus pour les couleurs, c'est presque impossible pour le logo (ou du moins quand on est quinze).

Si je prends l'exemple de Dyn&Com, il a d'abord fallu choisir entre représenter l'agence avec une bombe ou une bulle entre autre. Le choix est déjà pas facile mais ensuite il faut choisir comment mettre en forme le dit objet.

Une fois ces étapes effectuées il faut revenir sur les petits détails à modifier voir revenir sur un choix d'avant parce que ceci marcherait mieux avec cela.

Enfin vous l'aurez compris, c'est galère.

Bien sur il faut savoir que toutes ça est vraiment important pour forger une cohésion dans l'agence.

En tout je suis heureux d'avoir pris part à ce projet et je suis près pour la charte graphique de l'année prochaine !



Merci !

