

Terre ♥ Happy

Prénoms, noms :

Alicia Occhipinti, Lilian Jendrusinska, Océane Voeffray, Volkan Çiçek

Profession:

Médiamaticiens

Année de formation:

1ère année FPA

Nom de l'école professionnelle:

CPNV Centre professionnel du Nord Vaudois

Nom de votre entreprise:

CPNV

Date de soumission du projet:

04 juin 2026

Résumé

Notre projet vise à sensibiliser aux enjeux climatiques, en mettant en évidence l'impact du CO₂ et les inégalités entre les pays pollueurs et ceux qui en subissent les conséquences.

Nous avons choisi de combiner une approche éducative et un message visuel marquant, afin de toucher un large public sans être trop alarmistes. Inspiré de médias à la fois accessibles et porteurs de sens, notre projet cherche à transmettre un message durable et à encourager une prise de conscience face aux enjeux climatiques actuels.

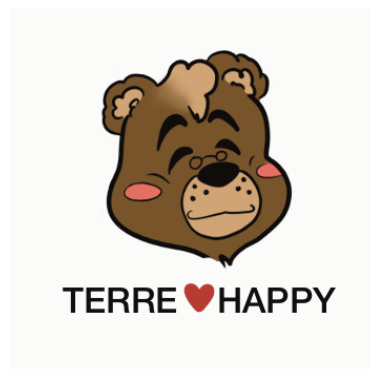


TABLE DES MATIÈRES

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Introduction | 1 |
| 1.1 | Le contexte..... | 1 |
| 1.2 | Situation initiale | 1 |
| 2 | Recherche d'idées et définition de projet..... | 2 |
| 2.1 | Recherche d'idées..... | 2 |
| 2.2 | Définition et objectifs du projet..... | 3 |
| 2.2.1 | Définition du projet..... | 3 |
| 2.2.2 | Sensibilisation et Prise de Conscience..... | 3 |
| 2.2.3 | Création de Supports de Communication..... | 3 |
| 2.3 | Possibilités de réalisation | 3 |
| 2.3.1 | Évaluation de la faisabilité | 3 |
| 2.3.2 | Problèmes et risques éventuels | 3 |
| 3 | Planification du projet..... | 4 |
| 3.1 | Organigramme de tâche | 4 |
| 3.2 | Ressources..... | 5 |
| 3.3 | Diagramme de gantt | 6 |
| 3.4 | Suivi du projet..... | 7 |
| 3.5 | Journal de bord..... | 8 |
| 3.6 | Tableau d'évaluation des KPI..... | 9 |
| 4 | Résultats de mise en œuvre | 10 |
| 4.1 | Développement du concept de sensibilisation..... | 10 |
| 4.2 | Conception graphique et création des personnages | 10 |
| 4.3 | Réalisation des supports de communication | 11 |
| 4.4 | Difficultés rencontrées | 11 |
| 4.5 | Solutions mises en place | 12 |
| 4.6 | Résultat final obtenu | 12 |
| 5 | Résultats attendus par le projet | 12 |
| 5.1 | Public cible et portée du projet | 12 |
| 5.2 | Impact attendu sur le public..... | 12 |
| 5.3 | Interaction et évaluation de l'efficacité..... | 13 |
| 5.4 | Limites du projet | 13 |
| 5.5 | Analyse des KPI | 13 |
| 6 | Conclusion | 14 |
| 7 | Table des illustrations | 15 |
| 8 | Annexes | 15 |
| 8.1 | Tableau de votes pour définir l'idée du projet..... | 15 |
| 8.2 | | 16 |
| | PV de la séance du 26 février 2026..... | 16 |
| | PV de la séance du 05 mars 2026..... | 18 |
| 8.3 | Cahier des charges | 19 |

1 Introduction

1.1 Le contexte

Dans le cadre de notre formation au CPNV, au sein du module 306, nous avons été introduits au projet MyClimate lors d'une séance animée par Adrien Landry. Il s'agit d'un projet réalisé chaque année, visant à sensibiliser aux enjeux climatiques, à proposer des conseils ainsi que des initiatives pour la protection de l'environnement, souvent à travers des idées innovantes.

En tant qu'étudiants, nous sommes particulièrement concernés par ce sujet, car nous subissons déjà les conséquences des générations précédentes. Il nous tient donc à cœur de nous investir dans ce projet, afin de transmettre des messages et de proposer des idées innovantes pour sensibiliser et encourager la prévention.

1.2 Situation initiale

Ce qui est marquant, c'est de constater à quel point les ressources que nous utilisons au quotidien ont un impact sur le climat, notamment en raison de leur exploitation excessive et parfois peu éthique. Le sujet abordé lors de la séance du 26 février 2026 portait en grande partie sur l'impact du CO₂ sur le climat, ainsi que sur sa consommation dans différents pays.

Il est triste de constater les graves conséquences météorologiques dans certains pays moins favorisés. En effet, ce sont souvent les pays les plus développés qui polluent le plus, tandis que les pays les plus pauvres en subissent les conséquences, parfois mortelles.

Notre démarche se veut avant tout préventive, sans pour autant adopter un ton trop alarmiste: nous cherchons un équilibre entre sensibilisation et mesure. Nous souhaitons que notre message marque les esprits, afin que chacun puisse prendre du recul et réfléchir davantage aux enjeux climatiques.

2 Recherche d'idées et définition de projet

2.1 Recherche d'idées

Lors de notre brainstorming, nos idées se sont orientées vers deux directions totalement opposées. L'une visait à provoquer un choc, en misant sur l'efficacité d'un contenu plus graphique, capable de marquer durablement les esprits. L'autre, en revanche, s'adressait à un public plus jeune, avec une approche plus éducative et douce, à travers des activités et des jeux.

Après réflexion, l'approche choc nous a semblé moins pertinente, tandis que la direction éducative paraissait trop simpliste. Nous avons donc choisi de combiner ces deux axes afin de trouver un équilibre entre impact et accessibilité.

Nous nous sommes inspirés de médias au langage visuel bienveillant, mais porteurs d'un message profond et réfléchi. Parmi les références représentatives, nous pouvons citer le film Wall-E ou encore le dessin animé Le Monde incroyable de Gumball.

Cependant, certaines idées ont été abandonnées en cours de route, car notre concept final résulte d'un mélange de plusieurs propositions issues du brainstorming.

| Idées | Fun | Impact | Ecologie | Total | |
|---|-----|--------|----------|-------|----|
| Pondération | | 5 | 3 | 1 | 35 |
| Sensibilisation à l'usage de l'IA | | 4 | 2 | 1 | 27 |
| Mettre en avant les personnes marginalisées impactées par le climat | | 3 | 2 | 1 | 22 |
| Rallye avec affiches ludiques et questionnaire | | 4 | 1,5 | 0,5 | 25 |
| Sensibilisation à travers une bande dessinée | | 5 | 3 | 1 | 35 |

Figure 1 : Tableau de critères correspondants aux idées du projet

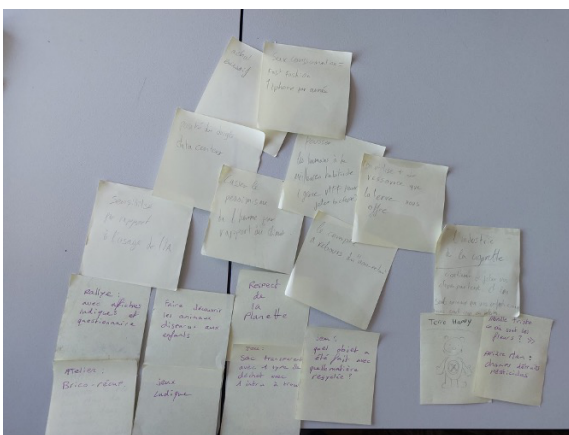


Figure 2 : Post-its Brainstorming du 26.02

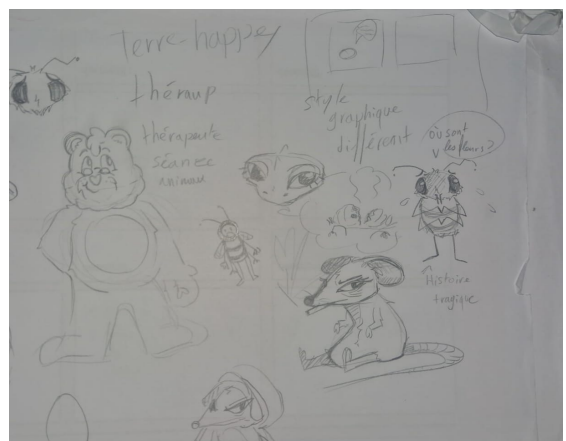


Figure 3: Croquis des personnages réalisés par Lilian Jendrusinska

2.2 Définition et objectifs du projet

2.2.1 Définition du projet

Notre projet consiste en une campagne de sensibilisation visuelle illustrant les effets dévastateurs du changement climatique à travers un contraste frappant. Nous détournons l'esthétique naïve et bienveillante des "Bisounours" pour la confronter à la réalité brutale des catastrophes environnementales (perte de biodiversité, sécheresse, etc.).

2.2.2 Sensibilisation et Prise de Conscience

L'objectif principal est de matérialiser les concepts abstraits du dérèglement climatique en utilisant un contraste visuel fort :

Impact Émotionnel : Créer une ironie frappante en confrontant l'innocence des « Bisounours » à la réalité brutale des catastrophes environnementales (ex : un personnage-abeille cherchant désespérément des fleurs disparues).

Messages Pédagogiques : Utiliser chaque personnage pour illustrer une cause ou une conséquence spécifique du réchauffement climatique (perte de biodiversité, sécheresse, canicules) afin d'éduquer le public cible.

2.2.3 Création de Supports de Communication

Divers outils médiatiques seront développés pour maximiser l'impact de la campagne :

Conception Graphique : Nous concevrons une série de personnages via des illustrations numériques, chacun d'eux représentera une problématique écologique distincte.

Messages Percutants : Nous intégrerons des bulles de dialogue (ex : « Où sont passées les fleurs ? ») pour interpeller directement le spectateur et susciter une réflexion personnelle.

Diffusion et Promotion : Nous transformerons ces illustrations en affiches ou en contenus numériques destinés au site web du projet ainsi qu'à la présentation finale devant le client.

2.3 Possibilités de réalisation

Dès le départ, nous avons estimé que la probabilité de concrétiser ce projet était **très élevée**. Cette évaluation repose principalement sur nos compétences en design numérique et notre capacité à piloter des projets créatifs.

2.3.1 Évaluation de la faisabilité

Compétences en design : Notre maîtrise de l'illustration numérique et du graphisme rend le détournement de l'univers des Bisounours tout à fait réalisable techniquement.

Force conceptuelle : En nous concentrant sur une campagne visuelle, nous limitons les contraintes logistiques pour privilégier la qualité du message et l'impact esthétique.

Chances de réussite : Comme toutes les étapes de production (conception graphique, rédaction des messages, supports de promotion) correspondent à nos aptitudes, nous considérons que les chances de réalisation finale sont optimales.

2.3.2 Problèmes et risques éventuels

Équilibre du contraste visuel : Le risque principal réside dans le dosage entre l'aspect "mignon" des personnages et la gravité du sujet climatique ; un mauvais équilibre pourrait affaiblir l'impact du message.

Complexité du message : L'ironie utilisée dans les bulles de dialogue doit être immédiate ; une subtilité trop complexe pourrait rendre le projet difficile à comprendre pour le public.

Gestion du temps technique : La création d'illustrations numériques détaillées pourrait s'avérer plus chronophage que prévu, impactant ainsi notre calendrier de production.

3 Planification du projet

Nous avons abordé la planification du projet de manière organisée et progressive, en commençant par découper le travail en différentes parties et tâches (administration, gestion de projet, production des livrables). Cela nous a permis d'avoir une vision globale du projet et de mieux répartir les responsabilités entre les membres de l'équipe.

Nous avons ensuite construit un planning détaillé sous forme de diagramme de Gantt afin d'anticiper les étapes importantes et les délais à respecter. L'organisation de notre emploi du temps s'est faite en tenant compte des disponibilités de chacun, tout en veillant à maintenir un rythme de travail régulier.

Ce qui était particulièrement important pour nous était de respecter les échéances, de bien coordonner le travail en équipe et de suivre l'avancement du projet grâce à des points réguliers. Cette organisation nous a permis de rester efficaces et de nous adapter en cas d'imprévus.

Dû à la difficulté pour diviser les nombreuses tâches de manière équitable, surtout la différence entre toute l'équipe et Volkan, nous avons décidé qu'il puisse être un soutien de plus pour toutes les tâches auxquels il n'est pas assigné. Si le temps à disposition est limité, il peut venir en aide en tant que soutien, ce qui équilibre la répartition du travail.

3.1 Organigramme de tâche

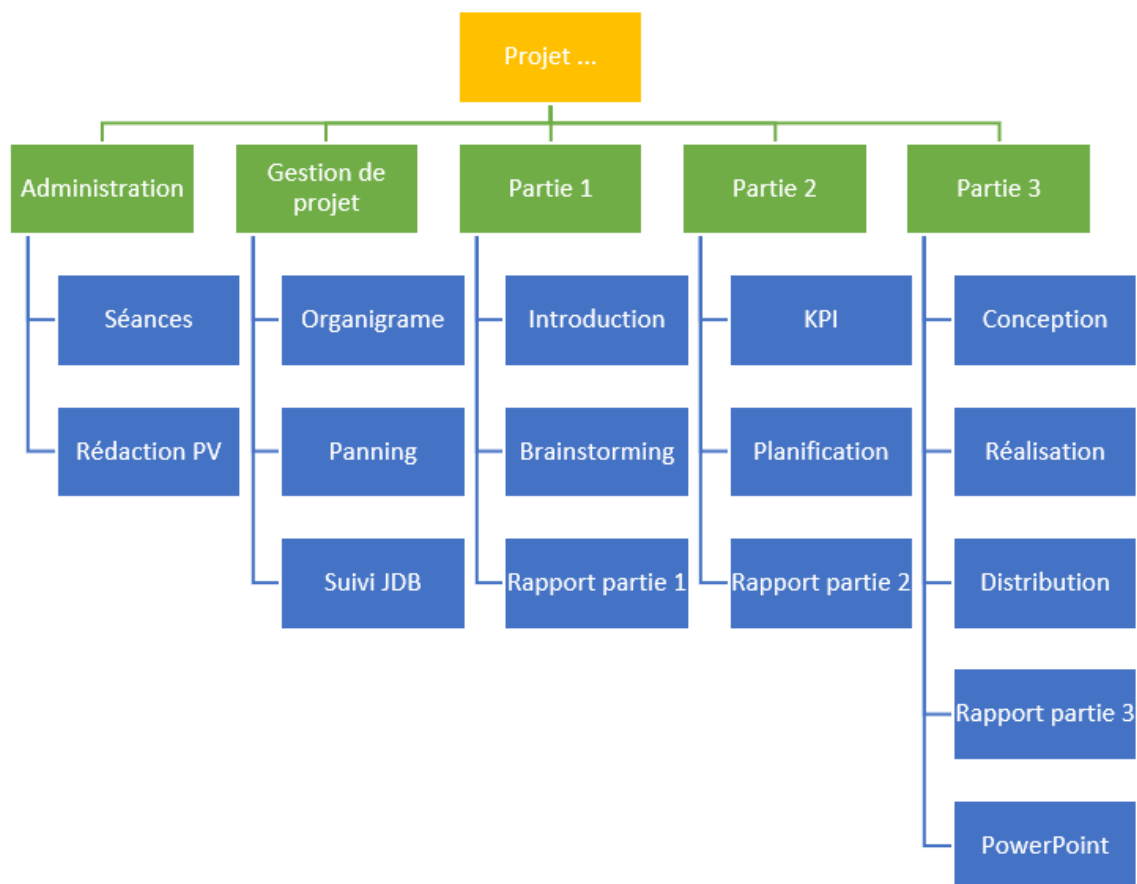


Figure 4 : Organigramme de tâche

3.2 Ressources

Ressources

Projet :

Terre ♥ Happy

Chef de projet :

à remplir dans l'onglet Organigramme des tâches



| Nom | Prénom (obligatoire) | Remarques | Fonctions, charge en % | | | | | | | Durées totales | |
|--------------|----------------------|-----------|------------------------|-------------------|--------|------------|------------|------------|------------|------------------------------------|---------------------------------|
| | | | Chef de projet | Gestion de projet | Membre | Fonction 4 | Fonction 5 | Fonction 6 | Fonction 7 | planifiées dans planning initial-5 | effectuées dans journal de bord |
| Occhipinti | Alicia | | 25 | | 75 | | | | | 23 h 45 | 22 h 55 |
| Jendrusinska | Lilian | | 25 | | 75 | | | | | 21 h 15 | 25 h 05 |
| Voeffray | Océane | | 25 | 75 | | | | | | 22 h 42 | 27 h 45 |
| Çiçek | Volkan | | 25 | | 75 | | | | | 18 h 45 | 20 h 05 |
| Total | | | | | | | | | | 86 h 27 | 95 h 50 |

max 100 % par personne

Figure 5 : Tableau des ressources

3.5 Journal de bord

Journal de bord

Proje Terre ♥ Happy

Chef de projet : à remplir dans l'onglet Organigr

Charge totale du projet 96:45

F = facturable (noter x)

Figure 10 : Journal de bord

| Date | Début | Fin | Durée | Alicia | Jillean | Delane | Volkan | Charge | Tâches principales | No | Lots de tâches | F | Travail effectué | Décision-remarque | Lieu |
|----------------|-------|-------|-------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------------|------|------------------|-----|--|-----------------------|---------------|
| jeu 26 févr 26 | 13:20 | 14:55 | 01:35 | x | x | | | 03:10 | Administration | TP 1 | Séance | | | | CPNV |
| jeu 26 févr 26 | 15:05 | 15:50 | 00:45 | x | x | | | 01:30 | Partie 1 | TP 3 | Brainstorming | x | Choix d'idées du projet | choix thème en groupe | CPNV |
| jeu 05 mars 26 | 13:20 | 14:55 | 01:35 | x | x | | | 03:10 | Partie 1 | TP 3 | Brainstorming | x | choix définitif du thème | | CPNV |
| jeu 05 mars 26 | 14:55 | 15:30 | 00:35 | x | x | | | 01:10 | Administration | TP 1 | Rédaction PV | | PV de séance | | CPNV |
| jeu 05 mars 26 | 15:30 | 15:50 | 00:20 | x | x | x | x | 01:20 | Administration | TP 1 | Séance | | validation thème par tout le groupe | Validation | CPNV |
| jeu 19 mars 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | x | | | | 02:30 | Partie 1 | TP 3 | Introduction | x | introduction rapport | | CPNV |
| jeu 19 mars 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | | | x | | 02:30 | Gestion de projet | TP 2 | Organigramme | | remplissage organigramme | | CPNV |
| jeu 19 mars 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | | | | x | 02:30 | Partie 1 | TP 3 | Rapport partie 1 | x | Rédaction rapport | | CPNV |
| jeu 26 mars 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | x | x | x | | 07:30 | Partie 1 | TP 3 | Rapport partie 1 | x | Finalisation du rapport/ correction orthographe Alicia | | CPNV/domicile |
| jeu 26 mars 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | | | | x | 02:30 | Partie 2 | TP 4 | KPI | x | Définition des KPI | | CPNV/domicile |
| ven 27 mars 26 | 12:30 | 13:00 | 00:30 | x | x | x | x | 02:00 | Administration | TP 1 | Séance | | Discussion sur la suite / KPI validés en groupe | | CPNV |
| mer 01 avr 26 | 20:15 | 21:45 | 01:30 | x | x | | | 03:00 | Partie 2 | TP 4 | Planification | x | Planification finale | | domicile |
| mer 01 avr 26 | 21:45 | 22:00 | 00:15 | x | x | | | 00:30 | Gestion de projet | TP 2 | Planning | | Planning final | | domicile |
| mer 01 avr 26 | 22:00 | 22:45 | 00:45 | x | x | | | 01:30 | Gestion de projet | TP 2 | Suivi JDB | | Journal de bord à jour selon directives | | domicile |
| mer 01 avr 26 | 21:00 | 23:00 | 02:00 | | | | x | 02:00 | Partie 2 | TP 4 | KPI | x | Tableaux d'évaluations KPI | | domicile |
| jeu 02 avr 26 | 10:15 | 11:00 | 00:45 | x | | | | 00:45 | Partie 2 | TP 4 | Rapport partie 2 | x | Rédaction point 3 du rapport (résumé planification) | | domicile |
| jeu 02 avr 26 | 13:20 | 15:00 | 01:40 | | x | x | | 03:20 | Partie 2 | TP 4 | Rapport partie 2 | x | Finalisation des KPI / Planning | | CPNV |
| jeu 02 avr 26 | 13:25 | 15:00 | 01:35 | x | | | | 01:35 | Partie 2 | TP 4 | Rapport partie 2 | x | Finalisation du rapport avant impression | | CPNV |
| jeu 02 avr 26 | 14:45 | 15:00 | 00:15 | | x | | | 00:15 | Gestion de projet | TP 2 | Suivi JDB | x | JDB | | CPNV |
| jeu 02 avr 26 | 15:00 | 15:50 | 00:50 | x | x | | | 01:40 | Partie 2 | TP 4 | Rapport partie 2 | x | Impression partie 2 et rendu | | CPNV |
| jeu 30 avr 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | x | x | x | x | 10:00 | Partie 3 | TP 5 | Conception | x | Recherche et validation des personnages, histoires choisis | animaux/histoires OK | CPNV |
| jeu 07 mai 26 | 13:20 | 14:55 | 01:35 | x | | | | 01:35 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Création des croquis des personnages | croquis OK | CPNV |
| jeu 07 mai 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | x | | | | 02:30 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Création des croquis des planches | croquis OK | CPNV |
| jeu 07 mai 26 | 15:05 | 15:50 | 00:45 | x | x | | | 01:30 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Début des décors/ position des personnages | | CPNV |
| jeu 07 mai 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | | | | x | 02:30 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Création de la 1ère version du questionnaire | | CPNV |
| jeu 07 mai 26 | 13:20 | 14:55 | 01:35 | | | x | | 01:35 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Soutien pour la création des dialogues et visuels | | CPNV |
| jeu 07 mai 26 | 15:05 | 15:50 | 00:45 | | | x | | 00:45 | Gestion de projet | TP 2 | Suivi JDB | x | JDB | | CPNV |
| jeu 21 mai 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | x | x | | | 05:00 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Réalisation des BD | | CPNV |
| jeu 21 mai 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | | | | x | 02:30 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | 2ème version du questionnaire | | CPNV |
| jeu 21 mai 26 | 13:20 | 14:55 | 01:35 | | | x | | 01:35 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Soutien pour la création | | CPNV |
| dim 21 juin 26 | 15:05 | 15:50 | 00:45 | | | x | | 00:45 | Gestion de projet | TP 2 | Suivi JDB | x | JDB | | CPNV |
| jeu 28 mai 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | | x | | | 02:30 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Réalisation des BD | 2 BD sur 4 | CPNV |
| jeu 28 mai 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | | | x | | 02:30 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | x | Colorisation de la BD de l'abeille | | CPNV |
| mar 02 juin 26 | 11:00 | 15:00 | 04:00 | x | | | | 04:00 | Partie 3 | TP 5 | Réalisation | | Colorisation de la BD du rat | | domicile |
| mer 03 juin 26 | 13:00 | 15:30 | 02:30 | x | | | | 02:30 | Partie 3 | TP 5 | Rapport partie 3 | x | Finalisation du rapport | | domicile |
| jeu 04 juin 26 | 13:20 | 15:50 | 02:30 | x | x | x | | 07:30 | Partie 3 | TP 5 | Finalisation | x | Finalisation, impression et rendu finaux | | CPNV/domicile |
| jeu 04 juin 26 | 11:00 | 12:30 | 01:30 | | | | x | 01:30 | Partie 3 | TP 5 | PowerPoint | x | Préparation du Powerpoint | | CPNV |
| jeu 04 juin 26 | 13:20 | 14:55 | 01:35 | | | | x | 01:35 | Partie 3 | TP 5 | PowerPoint | x | Préparation du Powerpoint | | CPNV |
| Totaux | | | | 23 h 50 | 25 h 05 | 27 h 45 | 20 h 05 | 96 h 45 | | | | | | | |
| | | | | | | | | | Total facturable | | 80 h 35 | 83% | | | |
| | | | | | | | | | Total non-facturable | | 16 h 10 | 17% | | | |

3.6 Tableau d'évaluation des KPI

| Les Tableaux d'évaluations des KPI | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|------------------|--|
| Indicateurs | Objectifs (Prévu) | Résultats (Réel) | Analyse et Commentaires |
| 1. Clarté du message | ≥ 85% de compréhension. | ... % | <i>Analyse de la capacité du public à décoder l'ironie visuelle entre le style "mignon" et le message climatique sérieux.</i> |
| 2. Cohérence graphique | 100% de respect de la charte. | Oui / Non | <i>Évaluation de l'unité visuelle entre les différents illustrateurs du groupe pour garantir un rendu professionnel unique.</i> |
| 3. Lisibilité typographique | Zéro défaut de lecture. | Oui / Non | <i>Vérification du confort de lecture sur les différents supports (numérique et print), incluant le choix des polices et contrastes.</i> |
| 4. Qualité des exports | 300 DPI / Rendu fidèle. | Oui / Non | <i>Contrôle technique des fichiers finaux pour éviter toute pixellisation lors de l'impression ou de la projection.</i> |
| 5. Taux de réalisation | 100% (4 planches + annexes). | ... / 4 | <i>Bilan quantitatif des livrables : avons-nous réussi à produire l'intégralité du contenu promis dans les délais ?</i> |
| 7. Rigueur documentaire | 100% Journal de Bord. | Oui / Non | <i>Évaluation de la précision du suivi des tâches et de la mise à jour hebdomadaire des documents de gestion (micro-planning).</i> |
| 8. Efficacité sensibilisation | 60 personnes répondent au sondage | Oui / Non | <i>Mesure de l'impact réel : le public a-t-il retenu les données sur le CO2 et l'injustice climatique présentées dans la BD ?</i> |
| 9. satisfaction du public | ≥ 70% de retour satisfaisant | ... % | <i>Avoir un bilan final de la part du public, pouvoir savoir si le projet à bien été abouti ou non.</i> |

Figure 11 : Tableau d'évaluation des KPI

4 Résultats de mise en œuvre

4.1 Développement du concept de sensibilisation

Après avoir analysé plusieurs idées lors de la phase de brainstorming, nous avons choisi de réaliser une campagne de sensibilisation sous forme de planches individuelles de bande dessinée. Notre objectif était de rendre les enjeux climatiques plus concrets et accessibles grâce à un univers visuel inspiré des dessins animés et personnages enfantins. Nous avons volontairement créé un contraste entre l'apparence rassurante et colorée de nos personnages et les conséquences réelles du changement climatique afin de susciter une réflexion chez le public.

Le concept retenu repose sur la mise en scène de différents personnages confrontés à des problématiques environnementales telles que la disparition de la biodiversité et la pollution humaine. Chaque personnage illustre une situation particulière afin de transmettre un message pédagogique tout en conservant une approche visuelle attractive.

4.2 Conception graphique et création des personnages

La première étape de réalisation a consisté à concevoir les personnages de notre univers graphique. Plusieurs croquis ont été réalisés puis discutés au sein du groupe afin de trouver un style cohérent et facilement identifiable. Une attention particulière a été portée à l'équilibre entre l'aspect "mignon" des personnages et la gravité des sujets abordés.

Nous avons ensuite développé une identité visuelle commune comprenant :

- un style d'illustration uniforme ;
- une palette de couleurs cohérente ;
- une typographie lisible ;
- des éléments graphiques facilitant la compréhension des messages.

Cette phase a permis d'assurer une cohérence graphique entre l'ensemble des supports produits. Afin d'illustrer les problématiques environnementales choisies, nous avons créé deux personnages principaux.

Abebeille : la disparition de la biodiversité

Abebeille est une abeille qui ne trouve plus suffisamment de fleurs pour se nourrir en raison de la perte progressive de la biodiversité. À travers ce personnage, nous avons souhaité mettre en évidence l'importance des pollinisateurs dans les écosystèmes et les conséquences de la disparition de certaines espèces végétales.

La planche illustrée montre les difficultés rencontrées par Abebeille dans un environnement où les fleurs deviennent de plus en plus rares. Le personnage permet d'aborder de manière simple et visuelle un problème complexe lié au changement climatique et aux activités humaines.

Ratatata : la pollution par les mégots

Ratatata est un rat vivant dans un environnement urbain fortement pollué. Entouré de mégots de cigarettes abandonnés dans les rues, il finit symboliquement par devenir lui-même fumeur. Ce personnage utilise l'humour et l'ironie pour dénoncer l'impact des déchets jetés dans l'espace public. Cette planche vise à sensibiliser le public aux conséquences de comportements quotidiens souvent banalisés et à encourager une meilleure gestion des déchets.

L'ours thérapeute

Le thérapeute présent dans les deux planches représente l'oeil humain sur la société et les questions liées aux problèmes climatiques. Par son humour quelque peu douteux et sarcastique, il permet au

lecteur de s'identifier à la cause et la comprendre d'une manière ludique. Il fait le lien entre le personnage et le problème expliqué dans la planche. Son apparence de "gros nounours" le rend attachant et reconnaissable, créant encore une fois un point d'ancrage pour le lecteur.

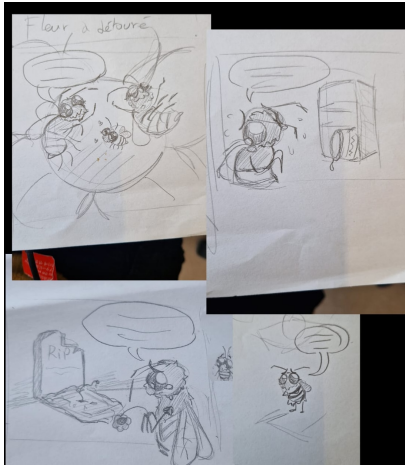


Figure 12 : Croquis Abebeille

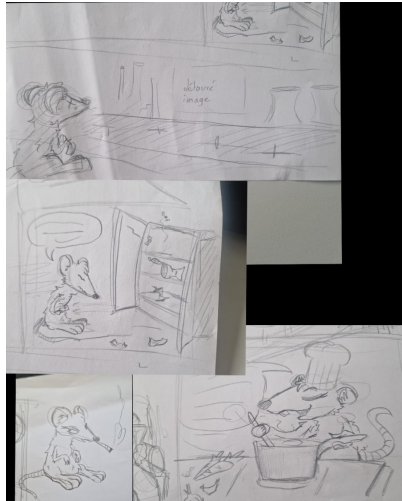


Figure 13 : Croquis Ratatata

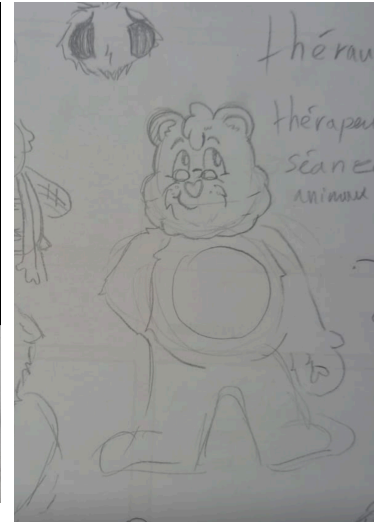


Figure 14 : Croquis ours

4.3 Réalisation des supports de communication

Le projet a été décliné sur plusieurs supports afin de toucher un public plus large.

Publication Instagram

Les planches ont été adaptées au format des réseaux sociaux et publiées sur Instagram. Ce choix permet de diffuser facilement le message auprès d'un public jeune et habitué aux contenus visuels. Les publications favorisent également le partage et la visibilité du projet. C'est un canal de diffusion rapide et simple.

Affiches de sensibilisation

Des affiches ont été réalisées et affichées dans l'enceinte de l'école. Elles reprennent les personnages et les messages principaux de la campagne afin d'interpeller les élèves et les sensibiliser aux problématiques environnementales abordées.

Présentation finale

Le projet a également été présenté sous forme de présentation PowerPoint devant le client et la classe. Cette présentation a permis d'expliquer la démarche du projet, les choix graphiques effectués ainsi que les objectifs de sensibilisation poursuivis.

4.4 Difficultés rencontrées

L'une des principales difficultés a été de trouver le bon équilibre entre l'aspect ludique des personnages et la gravité des problématiques environnementales abordées. Nous voulions éviter un ton trop alarmiste tout en conservant un impact suffisant pour sensibiliser efficacement le public.

La création graphique a également demandé un temps important afin de garantir une cohérence visuelle entre les personnages, les planches et les différents supports de communication. Nous avions initialement prévu deux autres personnages, qui n'ont pas pu être concrétisés suite à des contraintes temporelles.

Enfin, il a fallu simplifier certains messages afin qu'ils soient compris rapidement tout en restant pertinents et informatifs.

4.5 Solutions mises en place

Pour surmonter ces difficultés, nous avons effectué plusieurs échanges et validations au sein du groupe. Les scénarios, les illustrations et les messages ont été régulièrement discutés afin de s'assurer qu'ils correspondaient aux objectifs du projet.

Nous avons également réparti les tâches selon les compétences de chacun et utilisé les outils de planification mis en place au début du projet afin de respecter les délais fixés.

4.6 Résultat final obtenu

Au terme du projet, nous avons réalisé deux planches de sensibilisation illustrées mettant en scène les personnages Abebeille et Ratatata. Ces créations ont ensuite été adaptées pour une diffusion sur Instagram ainsi que sous forme d'affiches destinées à être exposées dans l'école.

Le résultat final correspond aux objectifs définis au début du projet : proposer une campagne de sensibilisation visuelle originale, accessible et capable d'attirer l'attention du public sur des problématiques environnementales actuelles. Grâce à l'utilisation de personnages attachants et d'un ton mêlant humour et réflexion, nous espérons favoriser une prise de conscience durable chez les personnes exposées à notre campagne.

5 Résultats attendus par le projet

5.1 Public cible et portée du projet

Notre projet s'adresse principalement aux élèves du CPNV ainsi qu'aux personnes suivant les comptes Instagram des membres du groupe. Grâce à l'affichage des supports dans notre salle de classe, nous estimons qu'environ une dizaine d'élèves pourront être exposés à notre campagne de sensibilisation. Même si nous ne pouvons pas garantir que tous les élèves prendront le temps de lire les affiches, leur présence et leur partages sur les réseaux sociaux pourront nous apporter de la visibilité.

Les publications Instagram permettent également d'élargir la portée du projet. Bien que le compte du groupe dispose d'un nombre limité d'abonnés, le partage des publications sur plusieurs comptes personnels contribue à toucher un public plus large que celui de l'école.

5.2 Impact attendu sur le public

L'objectif principal du projet est de sensibiliser le public à certaines conséquences des activités humaines sur l'environnement. À travers les personnages d'Abebeille et de Ratatata, nous souhaitons rendre plus concrètes des problématiques parfois perçues comme abstraites.

Nous espérons notamment que les personnes exposées au projet :

- prennent conscience de l'importance de la biodiversité et du rôle des pollinisateurs ;
- réfléchissent davantage à l'impact des déchets jetés dans l'espace public ;
- développent un regard plus critique sur leurs habitudes quotidiennes ;
- comprennent que de petits gestes individuels peuvent contribuer à limiter certains impacts environnementaux.

L'utilisation de personnages attachants et d'un ton mêlant humour et réflexion vise à favoriser une meilleure mémorisation du message.

5.3 Interaction et évaluation de l'efficacité

Afin de mesurer l'impact de notre campagne, nous avons mis en place plusieurs moyens d'interaction avec le public.

Les publications Instagram permettent aux utilisateurs de réagir directement en laissant des commentaires ou en partageant les contenus. Ces interactions nous donnent un premier indicateur de l'intérêt suscité par le projet.

Nous avons également intégré un QR code renvoyant vers un questionnaire. Ce sondage nous permettra de recueillir l'avis du public, d'évaluer la compréhension des messages transmis et de mesurer l'efficacité de la sensibilisation réalisée.

Les résultats obtenus grâce à ce questionnaire pourront être comparés aux objectifs définis dans nos indicateurs de performance (KPI), notamment concernant la compréhension du message et la satisfaction du public.

5.4 Limites du projet

Malgré nos efforts de diffusion, certaines limites doivent être prises en compte. Le nombre de personnes touchées reste relativement restreint et dépend de leur intérêt pour les affiches ou les publications en ligne. De plus, il est difficile de mesurer précisément les changements de comportement que notre campagne pourrait entraîner sur le long terme.

Néanmoins, nous considérons que chaque personne sensibilisée représente déjà une contribution positive à la prise de conscience des enjeux environnementaux.

5.5 Analyse des KPI

Globalement, une partie importante des objectifs définis au début du projet a été atteinte. La cohérence graphique, la lisibilité typographique, la qualité des exports ainsi que la rigueur documentaire ont été respectées grâce à un suivi régulier du projet. Les supports réalisés présentent une identité visuelle cohérente et les documents de gestion ont été tenus à jour tout au long du projet. En revanche, certains objectifs n'ont été atteints que partiellement. Le taux de réalisation prévu était de 100 %, avec quatre planches illustrées initialement prévues. Toutefois, seules deux planches ont pu être finalisées dans les délais. Cet écart s'explique principalement par le temps plus important que prévu nécessaire à la réalisation des illustrations et par certaines difficultés dans l'organisation du travail. Concernant l'efficacité de la sensibilisation et la satisfaction du public, les résultats dépendront des retours obtenus via le questionnaire associé au QR code ainsi que des interactions recueillies sur Instagram. Ces données permettront d'évaluer plus précisément l'impact réel du projet.

| KPI | Résultat |
|----------------------------|-----------------------------|
| Clarté du message | À mesurer via sondage |
| Cohérence graphique | Oui |
| Lisibilité typographique | Oui |
| Qualité des exports | Oui |
| Taux de réalisation | 2 / 4 planches (50 %) |
| Respect du planning | Partiellement |
| Rigueur documentaire | Oui |
| Efficacité sensibilisation | À mesurer via QR code |
| Satisfaction du public | À mesurer via questionnaire |

6 Conclusion

Le projet Terre ♥ Happy avait pour objectif de sensibiliser le public aux enjeux climatiques à travers une mini-bande dessinée mettant en scène des personnages confrontés aux conséquences de la dégradation de l'environnement. Nous avons choisi d'utiliser un contraste entre un univers graphique inspiré des dessins animés et des problématiques environnementales réelles afin de rendre notre message plus accessible et marquant.

Dans l'ensemble, nous estimons avoir atteint une grande partie de nos objectifs. Nous avons réussi à développer notre concept, créer nos personnages, produire deux planches illustrées, réaliser des affiches et préparer une diffusion sur Instagram ainsi qu'une présentation finale. Les supports réalisés permettent de transmettre un message clair sur la perte de biodiversité et la pollution causée par les déchets.

Cependant, tous les objectifs initiaux n'ont pas pu être atteints. Nous avons prévu la réalisation de quatre planches illustrées, mais seules deux ont pu être finalisées dans les délais. Cette situation est principalement due à des difficultés d'organisation et de répartition du travail au sein du groupe. La création des contours des illustrations a demandé davantage de temps que prévu et certaines tâches n'ont pas pu être poursuivies comme initialement planifié. Cette expérience nous a montré l'importance d'un suivi régulier des responsabilités et d'une meilleure anticipation en cas de retard.

Malgré ces difficultés, le projet nous a permis d'acquérir de nombreuses compétences. Nous avons amélioré nos capacités en gestion de projet, en planification, en communication visuelle et en travail collaboratif. Nous avons également appris à adapter un message complexe à un public large grâce à des supports graphiques simples et attractifs.

Si nous devions recommencer ce projet, nous mettrions davantage l'accent sur le suivi de l'avancement individuel de chaque membre et sur la mise en place de solutions de remplacement en cas de retard. Une répartition plus flexible des tâches aurait probablement permis d'atteindre l'objectif des quatre planches prévues.

Enfin, ce projet nous a permis de mieux comprendre les enjeux liés au changement climatique, notamment la perte de biodiversité et les conséquences de certains comportements quotidiens sur l'environnement. Nous espérons que notre campagne contribuera à sensibiliser les personnes qui découvriront nos personnages et les messages qu'ils véhiculent.

7 Table des illustrations

| | |
|--|---------|
| Figure 1 : <i>Tableau de critères correspondants aux idées du projet</i> | page 2 |
| Figure 2 : <i>Post-its Brainstorming du 26.02</i> | page 2 |
| Figure 3 : <i>Croquis des personnages réalisés par Lilian Jendrusinska</i> | page 2 |
| Figure 4 : <i>Organigramme de tâche</i> | page 4 |
| Figure 5 : <i>Tableau des ressources</i> | page 5 |
| Figure 6 : <i>Diagramme de gantt 1</i> | page 6 |
| Figure 7 : <i>Diagramme de gantt 2</i> | page 7 |
| Figure 8 : <i>Suivi de projet 1</i> | page 8 |
| Figure 9 : <i>Suivi de projet 2</i> | page 8 |
| Figure 10 : <i>Journal de bord</i> | page 9 |
| Figure 11 : <i>Tableau d'évaluation des KPI</i> | page 10 |
| Figure 12 : <i>Croquis Abebeille</i> | page 14 |
| Figure 13 : <i>Croquis Ratatata</i> | page 14 |
| Figure 14 : <i>Croquis ours</i> | page 14 |

8 Annexes

8.1 Tableau de votes pour définir l'idée du projet

| Idées | Nombres de vote |
|---|------------------------|
| Prévention à travers des jeux | 1 |
| Sensibilisation à l'usage de l'IA | 2 |
| Faire une vidéo choque sur l'industrie de la cigarette | 1 |
| Mettre en avant les personnes marginalisées impactées par le climat | 2 |
| Ralley avec affiches ludiques et questionnaire | 2 |
| Sensibilisation à travers une bande dessinée | 4 |

8.2 PV de la séance du 26 février 2026

Terre♥Happy

Projet MyClimate : Terre♥Happy

Séance du 26.02.2026

Lieu : CPNV de Sainte-Croix

PV rédigé par Océane Voeffray

Présences : Lilian Jendrusinska, Océane Voeffray, Adrien Landry, Gaetan Decrausaz

Absences : Alicia Occhipinti, Volkan Çiçek

Ordre du jour :

1. Bienvenue
2. Présentation MyClimate par Adrien Landry de ecoLive
3. Brainstorming
4. Divers

| Points traités | Commentaires, discussions, questions | Priorité | Qui | Décisions |
|--|--|----------|---------------------------------------|--|
| 1. Bienvenue | Présentation D'Adrien Landry de ecoLive Mail : adrien.landry@ecolive.ch | | Adrien Landry, Gaetan Decrausaz | |
| 2. Présentation MyClimate par Adrien Landry de ecoLive | <ul style="list-style-type: none"> • Bienvenue <ul style="list-style-type: none"> ○ Skills for Future (Un concours national pour les apprentis) • Le changement climatique est réel. • Nous, les humains, en sommes la cause. • Le changement climatique est dangereux. • Les experts sont d'accord. • Nous pouvons encore faire quelque chose. • Travail de projet | | Adrien Landry, Gaetan Decrausaz | Date limite de soumission : 31 mai 2026 |
| 3. Brainstorming | <ul style="list-style-type: none"> • Recherche et mise sur post-it d'idées personnelles • Mise en commun et discussions • Recherche d'un projet qui correspond à un mélange de nos visions personnelles | | Lilian, Océane | Prendre le temps de réfléchir et d'en discuter avec le reste du groupe |

Terre♥Happy

| | | | | |
|-----------|--------------------------------|-------|----------------|--|
| 4. Divers | À faire pour la prochaine fois | ♥♥♥♥♥ | Lilian, Océane | Trouver de nouvelles idées et décider du projet avec le groupe |
|-----------|--------------------------------|-------|----------------|--|

Signature
Votre entreprise

Océane Voefray

(A)

Signature
Patron

G.Mur

V. Çiçek

Volkan Çiçek (Mar 23, 2026 16:00:34 GMT+1)

(Signature)

PV de la séance du 05 mars 2026

Terre♥Happy

Projet MyClimate : Terre♥Happy

Séance du 05.03.2026

Lieu : CPNV de Sainte-Croix

PV rédigé par Océane Voeffray

Présences : Alicia Occhipinti, Lilian Jendrusinska, Océane Voeffray, Volkan Çiçek

Absences : /

Ordre du jour :

1. Choix du projet
2. Validation par les autres membres du groupe

| Points traités | Commentaires, discussions, questions | Décisions |
|--|--|--|
| 1. Choix du projet | <ul style="list-style-type: none"> • Mise en commun des nouvelles idées • Définition du concept final • Trouver comment décrire notre projet de manière compréhensive | Projet : mini BD pour sensibiliser la population en utilisant un contraste entre la thérapie « bisounours » et les vraies vies des animaux désespérés par la dégradation de leurs environnements |
| 2. Validation par les autres membres du groupe | <ul style="list-style-type: none"> • Demande de l'avis du reste du groupe | Tout le groupe valide le projet |

Signature Terre♥Happy :

Océane Voeffray

(A)

V. Çiçek

Volkan Çiçek (Mar 23, 2026 15:56:15 GMT+1)

[Signature]

Signature Gaetan Decrausaz :

G. Decrausaz

8.3 Cahier des charges



Cahier des charges – Terre ♥ Happy

Cahier des charges : Terre ♥ Happy

| | |
|----------------------------------|--|
| But du projet | <p>Sensibiliser la population au réchauffement climatique à travers une mini-Bande dessinée éducative.</p> <p>Il s'appuie sur un contraste visuel fort entre un univers « bisounours », doux et innocent, et la réalité dramatique vécue par les animaux confrontés à la dégradation de leur environnement (disparition d'habitats, pollution, sécheresse, etc.).</p> <p>L'objectif est de rendre concrets et émotionnels des concepts abstraits liés au dérèglement climatique afin de marquer durablement le public.</p> |
| Objectifs supplémentaires | <p>Spécifique Créer une mini-BD illustrée mettant en scène des personnages inspirés d'un univers enfantin confrontés à des problématiques écologiques réelles.</p> <p>Mesurable</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser au minimum 5 planches illustrées • Produire au moins 2 supports de diffusion (affiche, et publications réseaux sociaux) • Présenter le projet devant un public (classe / jury) <p>Atteignable Le projet repose sur les compétences du groupe en design graphique, illustration et communication visuelle.</p> <p>Réaliste Les outils nécessaires (logiciels de design, matériel numérique) sont accessibles et maîtrisés par l'équipe.</p> <p>Temporel Projet réalisé entre février 2026 et mai 2026, avec des rendus intermédiaires et une présentation finale.</p> |
| Livrables et délais | <p>Livrables finaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mini-BD illustrée (format numérique ou imprimé) • Affiches de sensibilisation • Présentation finale du projet <p>Livrables intermédiaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Croquis et storyboard • Design des personnages <p>Délais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partie 1 : 19 mars 2026 • Partie 2 : 2 avril 2026 • Partie 3 : 31 mai 2026 • Partie 3 (présentation) : 4 juin 2026 |

| | |
|------------------------------|--|
| Parties prenantes | Équipe projet : <ul style="list-style-type: none"> • Alicia Occhipinti • Lilian Jendrusinska • Océane Voeffray • Volkan Çiçek Client / encadrant : <ul style="list-style-type: none"> • Adrien Landry (intervenant externe/expert) • Gaetan Decrausaz (enseignant) Organisation : <ul style="list-style-type: none"> • Atelier Énergie & Climat/ myclimate |
| Plan de communication | Qui : membres du groupe, enseignants, encadrants Quoi : avancement du projet, validations, livrables Quand : réunions régulières (hebdomadaires) Comment : <ul style="list-style-type: none"> • Teams / messages • réunions en classe • présentations intermédiaires |
| Budget | Projet réalisé principalement avec des ressources internes. <ul style="list-style-type: none"> • Logiciels : déjà disponibles (suite Adobe / outils gratuits) • Impression éventuelle : coût limité • Budget global : faible à nul |
| Contraintes | Temps limité (calendrier scolaire) Compétences variables dans le groupe Nécessité de trouver un bon équilibre entre humour et message sérieux Contraintes techniques liées aux outils de création graphique |
| Risques | Risques <ul style="list-style-type: none"> • Mauvais équilibre visuel : message trop "mignon" → perte d'impact • Message trop complexe : incompréhension du public • Retard de production : illustrations longues à réaliser • Manque de cohérence graphique Réponses <ul style="list-style-type: none"> • Tests utilisateurs • Simplification des messages • Planning strict • Validation régulière en groupe |

