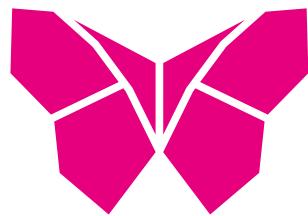


PRÉSENTATION GÉNÉRALE : BOOK PAPILLONS



LES PAPILLONS
DE JOUR

Agence de Communication Entreprise Adaptée



L'AGENCE

Première agence de communication et entreprise adaptée en France au service d'une économie qui a du sens.

En tant qu'entreprise adaptée agréée, nos salariés sont en grande majorité en situation de handicap.

Pluridisciplinaire, l'agence a pour cœur de métier la communication à travers la publicité, le web, l'édition, le Community Management, l'évènementiel, les relations presse, l'objet et l'audiovisuel.

Nous disposons de moyens humains, techniques et de matériels professionnels qui nous permettent de garantir à nos clients des prestations de qualité.



3 implantations en France :
Rouen, Boulogne-Billancourt, Ajaccio



RETROSPECTIVE

Shoowreel 2023

Découvrez en vidéo un extrait de nos réalisations 2023.



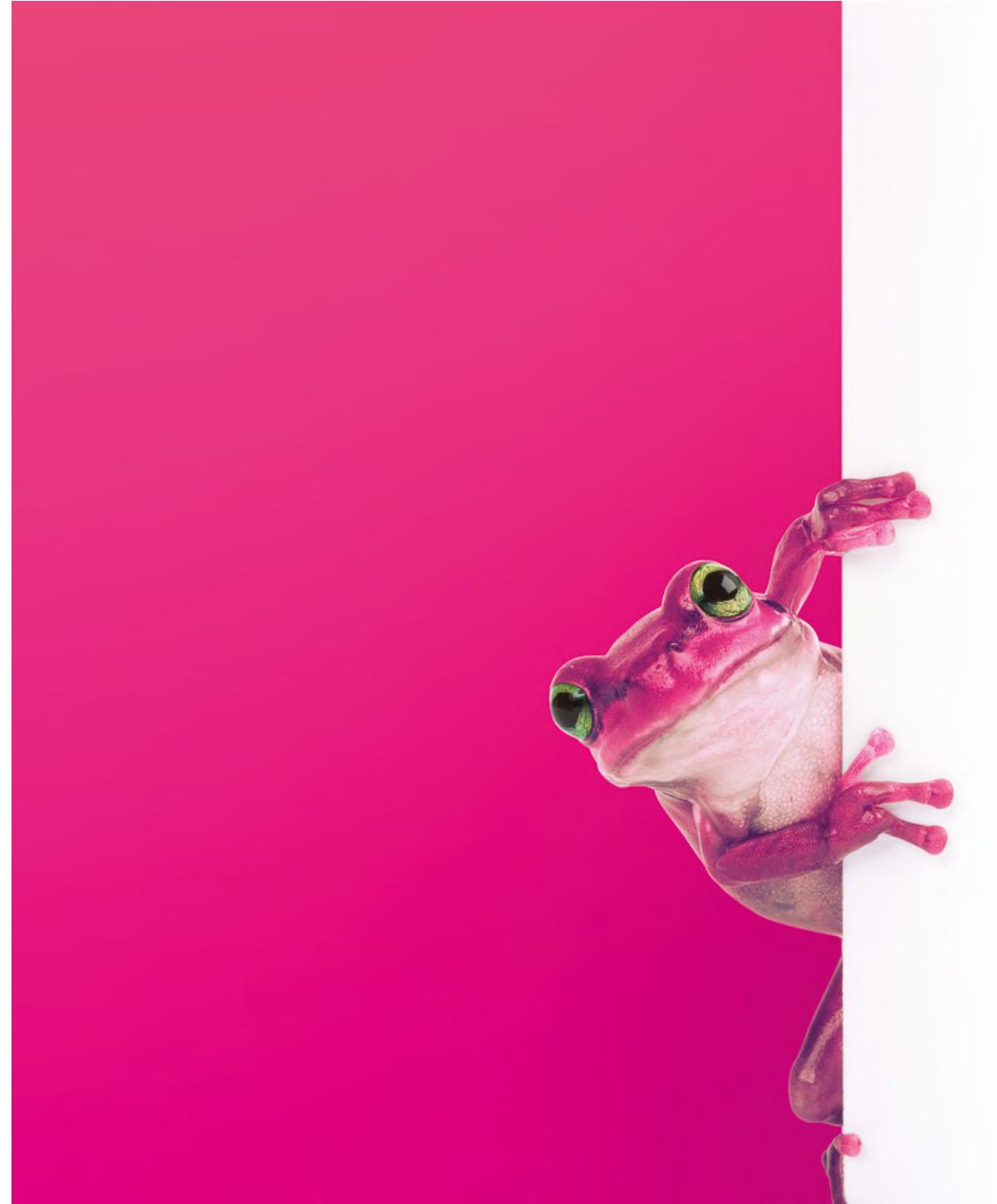
L'ENTREPRISE ADAPTÉE

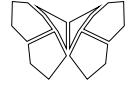
De par notre nature d'Entreprise Adaptée, nos clients nous sollicitent pour les accompagner dans la mise en œuvre de leur politique handicap et notamment en ce qui concerne la mise en place de campagnes de communication interne de "Sensibilisation au Handicap".

Notre expertise s'est ensuite étendue à d'autres thématiques de la Responsabilité Sociétale des Entreprises, comme l'égalité homme/femme, la diversité, le harcèlement sexuel...

**Informer et sensibiliser vos équipes,
valoriser votre marque employeur.**

Nos campagnes et actions sont conçues sur-mesure pour répondre au mieux à tout type de besoins et les moyens proposés sont adaptés aux environnements professionnels de nos clients.





IDENTITÉ

QUELQUES LOGOS RÉALISÉS POUR NOS CLIENTS



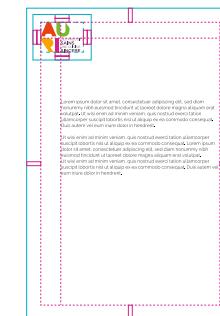
AURI

Extrait de charte graphique

Lors de la restructuration des restaurants interministériels, nous avons travaillé sur leur image de marque pour une meilleure reconnaissance et une montée en gamme. 5 entités se déclinent autour du logo «père». Les éléments de l'ancien logo sont repris avec une nouvelle dynamique avec notre design, que nous avons décliné en divers documents imprimés et en signalétique dans les locaux d'AURI.



**UN LETTRAGE ÉPAIS, RIGIDE ET PLEIN :
AFFIRMATION DES COULEURS & MISE EN VALEUR
DE LA DYNAMIQUE OBLIQUE.**



**ASSOCIATION DES
USAGERS
DU RESTAURANT
INTERMINISTERIEL**

SOPRIBAT

Extrait de charte graphique

Sopribat a fait appel à notre expertise pour rafraîchir son image et en profiter pour affirmer sa dimension nationale (deux sociétés Sopribat et une Jisol, réparties en Île de France et en Rhône-Alpes).

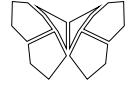
Les **deux logos** ont été conçus pour que leur jumelage soit évident, grâce à un traitement de la typo et un combo de couleurs originaux, mais surtout par le signe alliant la silhouette archétypale de la maison aux deux initiales des sociétés.



VARIATIONS POUR DES CAS EXCEPTIONNELS, SI LE SUPPORT L'IMPOSE UNIQUEMENT.
DÉCLINAISON VERTICALE : LES ÉLÉMENTS SONT CENTRÉS, LE SIGNE EST PROPORTIONNÉLLEMENT PLUS IMPORTANT QUE DANS LA VERSION ORIGINALE ET LES MARGES DE SÉCURITÉ PEUVENT ÊTRE RÉDUITES.
DÉCLINAISON PANORAMIQUE : POUR LES SUPPORTS TRÈS ÉTIRÉS ET/OU TRÈS PETITS (BANNIÈRES, STYLOS...), OÙ ON VEUT PRIVILÉGIER LA BONNE LISIBILITÉ DE LA MARQUE. LE SIGNE EST RÉDUIT ET LA LOCALISATION SUPPRIMÉE.



3 COULEURS VIENNENT COMPLÉTER LES DEUX TEINTES PRINCIPALES :
LE VERT «LAGON» RÉSONNE AVEC NOTRE TEINTE CANARD ET PEUT-ÊTRE UTILISÉ COMME LE ORANGE POUR METTRE EN VALEUR DES ZONES OU DES TEXTES.
LE GRIS NEUTRE TRÈS CLAIR EST DESTINÉ À ÊTRE UTILISÉ POUR DES FONDS SUBTILS, TANDIS QUE LE GRIS FROID PEUT QUAND À LUI ÊTRE UTILISÉ SUR DES TEXTES.
NB : UN CAMAÏEU ALLANT JUSQU'AU CELADON VIENT EN COMPLÉMENT POUR ENRICHIR LA PALETTE CHROMATIQUE DISPONIBLE.



PRINT

BOUYGUES IMMOBILIER

Communication interne

Bouygues immobilier nous a régulièrement sollicité pour la création de **visuels** et de **mise en page de brochures** traitant de différents sujets RH,



AFFLELOU

Book tendances

Nous avons réalisé pour le groupe Alain Afflelouleur **book tendances/marques** – automne/hiver 2018.

L'idée était de faire une **mise en page** à la fois **chic** et **punchie** avec différentes photos de lunettes de grandes marques et le modèle Afflelou s'inscrivant dans le même style.



plaquette institutionnelle

L'Idéphi nous a demandé **une plaquette poétique** pour illustrer ses deux grandes activités :

- la protection de l'enfance,
- l'insertion des jeunes et personnes en situation de handicap.

Le blanc est mis à l'honneur et les photos sont traitées **de manière organique**, chaque double-page présente une entité avec une variation de mise en page.

Une synthétisation et une hiérarchisation extrême du contenu nous ont permis de combiner énormes titres et petits paragraphes, pour **des compositions légères et dynamiques à la fois**.



Campagne pub - sensibilisation

Enedis fait appel aux Papillons de Jour dans le cadre de la **mise en place de son programme de blanchisserie**. La prise en charge du lavage des vêtements et équipements pro des employés permet de garantir leur protection en vérifiant chaque vêtement à chaque lavage.

Les créations, déclinées notamment en **affichage interne** et sur l'intranet, misent sur une **approche décalée**, où le discours sécuritaire est distillé sur un ton complice. L'utilisation de visuels renvoyant à la sphère domestique plus que professionnelle **permet de se distinguer des affichages corporate habituels**.



Campagnes internes RSE

Tf1 nous confient année après année des **campagnes internes sur différents sujets**

RH : programme de mentoring, sensibilisation autour des thèmes de la diversité et du handicap... L'univers graphique, s'inscrivant dans la charte de la marque employeur, se veut **pop, clair et joyeux.**

The image displays several internal communication pieces for TF1:

- Brochure 1:** A two-page brochure titled "NOTRE POLITIQUE HANDICAP". It features a photo of two diverse women looking at a tablet. The text discusses the mission's priority areas: handicap, diversity, and inclusion. It also includes sections on contact information, the mission's role in employment, and statistics about disability in France.
- Brochure 2:** A two-page brochure titled "POURQUOI DEMANDER UNE RECONNAISSANCE DE SON HANDICAP ?". It features a photo of hands working together. The text highlights the mission's commitment to accessibility and inclusion, listing various support services and programs.
- Banner:** A vertical banner with the text "DIFFERENTS, ENSEMBLE" and "MARDI 25 JUIN". Below this, it says "ATELIER CUISINE" and "PAS DE QUOI EN FAIRE TOUT UN PLAT!". It includes a graphic of two passion fruits and details about the event, such as "VENIR VOUS ARMÉS D'IDEES ET DE RECETTES" and "PLACES LIMITÉES, INSCRIPTION OBLIGATOIRE SUR KA.TEEN@TF1.FR". The TF1 Initiatives logo is at the bottom.
- Booklet:** A booklet titled "SON HANDICAP POUR MIEUX VIVRE AU QUOTIDIEN". It features a photo of people working together. The text discusses how the mission supports employees with disabilities, including mentorship and accessible workspaces.
- Image:** A small image showing two diverse individuals smiling and working together on a document.

CALZEDONIA

Livret d'accueil

Nous réalisons pour Calzedonia leur **newsletter trimestrielle** ainsi que leur **livret d'accueil**, actualisé pratiquement chaque année.

Ce document recense de manière claire et agrémentée de visuels l'actualité, les grands chiffres, l'univers et la politique RH des différentes marques du groupe.



L'ORT

multiples documents commerciaux

L'ort nous a confié la réalisation de **programme de formations, de fiches et chemises pour différentes écoles, et de publicités** sous forme d'annonces-presse, d'affiches métro et d'écrans publicitaires.

The image displays three distinct promotional materials for ORT France:

- DU BTS AU BAC+5:** A large white poster featuring a night cityscape background with a pole-vaulter in the foreground. The text reads "DU BTS AU BAC+5 DES FORMATIONS A LA HAUTEUR DE VOS AMBITIONS". It lists various campuses: CHOisy-le-Roi, Lyon, Marseille, Montreuil, Strasbourg, Toulouse, and Villiers-le-Bel. It also lists program categories: DIGITAL & NUMÉRIQUE, ART & DESIGN, ELECTROTECHNIQUE, COMMERCE & MANAGEMENT, BANQUE - COMPTA - GESTION, and SANTÉ & PARAMÉDICAL. The website WWW.ORT-FRANCE.FR is provided at the bottom.
- ÉTUDIER EN ISRAËL:** A yellow poster featuring large blue Hebrew letters "תַּרְעִילָה!". It mentions "PROGRAMMES D'ÉCHANGES SCIENTIFIQUES" and lists two participants: "AARON W. ET SAMUEL K. (ORT MONTREUIL) TECHNION / PROGRAMME TEENAGER TECHNICAL EVENT / HAIFA, 12-19 JUILLET 2018" and "MATHIAS M. ET JONAS B. (ORT STRASBOURG) INSTITUT WEIZMANN SUMMER SCHOOL / REHOVOT, 6-24 AOÛT 2018".
- ORT LYON:** A smaller poster featuring a night cityscape background with two students holding books. The text reads "#BEYOURSELF" and "DU BTS AU BAC+5". It includes the ORT logo and the website WWW.ORT-MONTREUIL.FR.

The image displays two smaller promotional materials for ORT branches:

- ORT LYON:** A poster featuring a night cityscape background with two students holding books. The text reads "#BEYOURSELF" and "DU BTS AU BAC+5". It includes the ORT logo and the website WWW.ORT-MONTREUIL.FR.
- ORT MONTREUIL:** A poster featuring a night cityscape background with two students holding books. The text reads "#BEYOURSELF" and "DU BTS AU BAC+5". It includes the ORT logo and the website WWW.ORT-MONTREUIL.FR.

fond de stand

EDF nous a confié **son stand en «U» de 30m²**, dont les cibles principales sont les scolaires et les familles.

Nous avons opté pour **un visuel plein format** sur le fond, avec la création d'une illustration schématique évoquant les jeux vidéos (anciens «sim city» et jeux mobiles récents). Les problématiques actuelles autour de la production, la distribution et la consommation d'énergie sont résumées à l'extrême en mots-clés sur les côtés.



plaquette RH

EDF nous a confié **la mise en page et l'illustration de sa brochure** présentant la RQTH à ses salariés, déclinée en version imprimée et en version numérique accessible.



PRET A MANGER

campagne de sensibilisation

Pret a manger nous a consulté lors de la création de sa commission «diversité et inclusion», pour laquelle nous avons imaginé un nom et un logo.

Une campagne de sensibilisation au handicap nous a permis de déployer cette nouvelle identité visuelle s'inscrivant dans la ligne graphique de Pret sur des affiches, des livrets et des pdf.



Rapport d'activités

L'Agence Française de Développement nous a confié la réalisation de son rapport d'activités deux années consécutives, l'occasion pour nous de l'accompagner dans leur changement d'identité visuelle !



«Nuancier» et kakemonos

Pour le lancement de la mission Diversité du groupe ADP nous avons réalisé **un mémo à destination des managers**, sous forme de «nuancier» détaillant les bonnes pratiques RH à adopter, ainsi que **des kakemonos** résumant les actions en chiffres-clés.



COLLECTIVITÉS DE CORSE

Campagne de sensibilisation

Avec les sécheresses estivales, l'économie d'eau est une vraie problématique en Corse. Les collectivités locales nous ont sollicité pour la mise en place d'une campagne de sensibilisation globale, avec un spot TV, des annonces-presse, et différents documents imprimés. Les messages et visuels ont été déclinés selon les cibles principales des documents : grand-public, agriculteurs, et enfants.

Mêlant Français et Corse, les documents se parcourent rapidement grâce à des textes réduits au maximum et l'utilisation de pictogrammes.



SAINT-GOBAIN

plaquette Accord intéressement

Saint-Gobain a fait appel à nous pour la mise en page de son nouvel accord interne sur l'intéressement des salariés, à mettre en accord avec la charte graphique du groupe.

Une mise en page aérée et colorée vient contrebalancer la rigueur des textes et tableaux très pointus !



LOWENSTEIN

dépliants techniques

Nous avons réalisés **des dépliants techniques à destination du personnel médical** pour différents modèles d'assistance respiratoire. Le but était de garantir une lecture agréable sur ces documents détaillant les fonctions et l'interface de chaque modèle.

Nous avons aussi réalisé **des affiches et des catalogues** de tous leurs produits dans la gamme respiratoire.

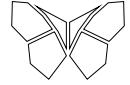


SODEXO

Affiches et totems

Sodexo a fait appel à nous pour la création d'affiches et de totems dans le cadre de différents événements de la société, comme des concours nationaux ou des salons.



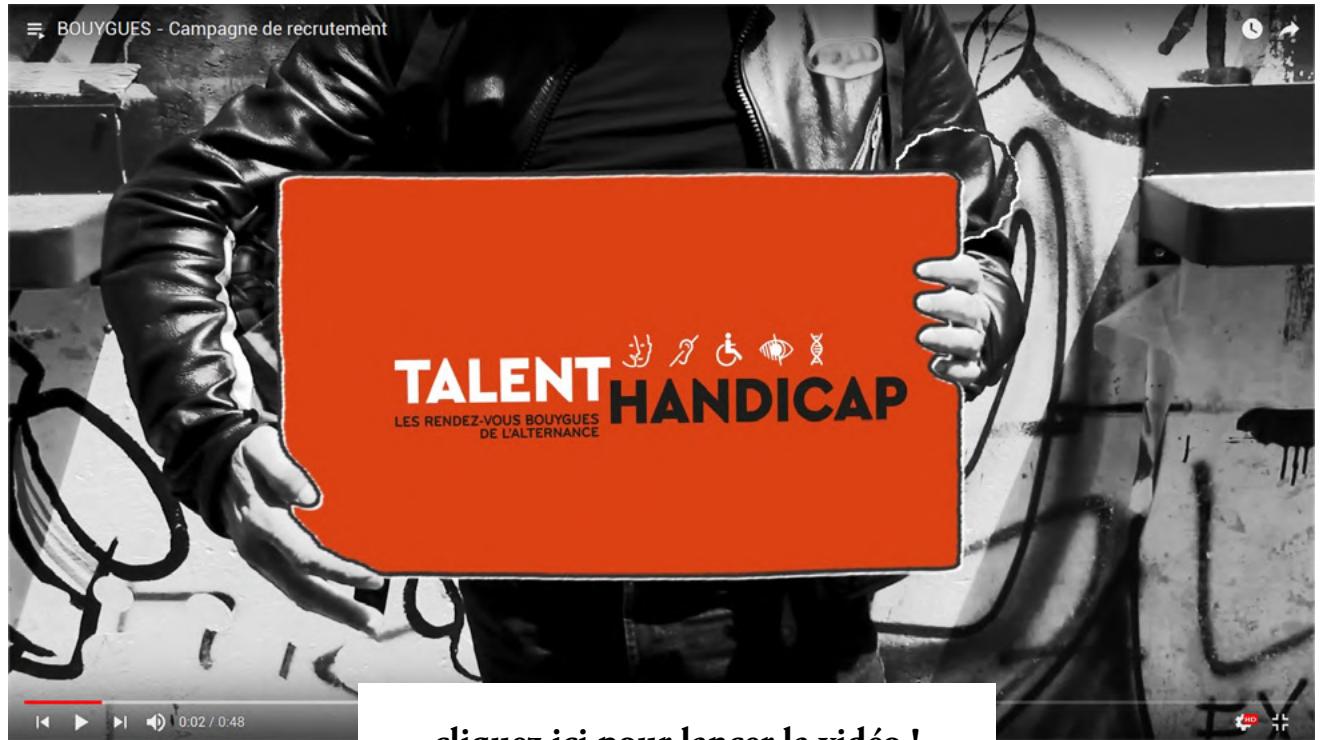


VIDÉO

BOUYGUES SA

campagne vidéo de recrutement handicap

Souhaitant mettre en place une campagne de recrutement d'alternants en situation de handicap, le groupe Bouygues a chargé les Papillons de Jour de trouver un nom et une identité visuelle à l'opération, ainsi qu'une campagne de communication digitale. Des panneaux ultra-graphiques délivrent les messages dans un environnement jeune et urbain, déclinés en vidéo ainsi qu'en bannières et posts sur les réseaux sociaux.



cliquez ici pour lancer la vidéo !



3SP TECHNOLOGIE

vidéo avec tournage

Création d'une vidéo tournage dans le cadre du développement de la page "carrières " de leur site avec tournage de leurs locaux et témoignage d'un de leurs salariés.



LA CEVICHERIA

Tuto vidéo (recette)

La chaîne de restaurants spécialiste de ceviche (plat à base de poisson cru) nous a sollicité pour réaliser des vidéos thématiques présentant l'établissement, mais aussi de courtes vidéos de recettes, dont la plus-value propre au format « tutoriel » assure naturellement le buzz sur les réseaux sociaux.

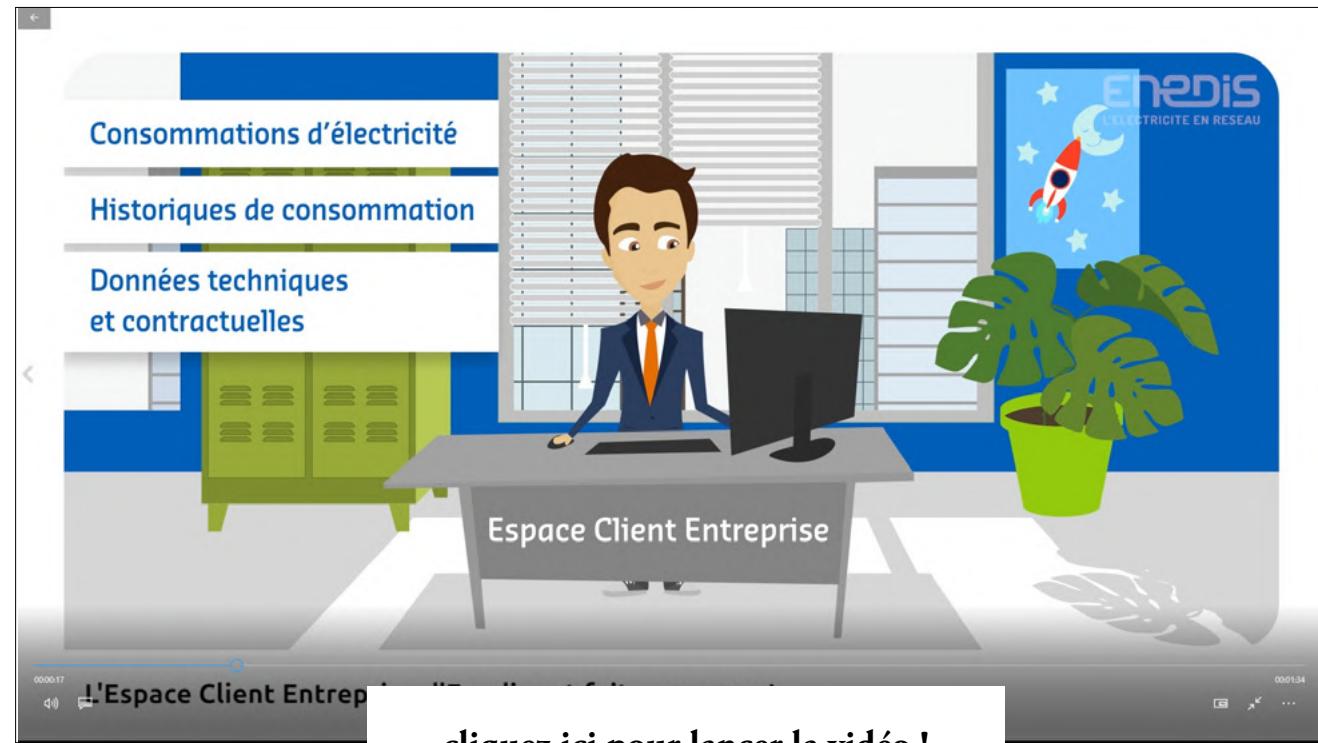


cliquez ici pour lancer la vidéo !



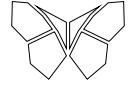
Tuto vidéo (interface)

Création d'une vidéo tutorielle expliquant pas à pas l'utilisation aux employés de leur site entreprise.



cliquez ici pour lancer la vidéo !





WEB

COGESTEN

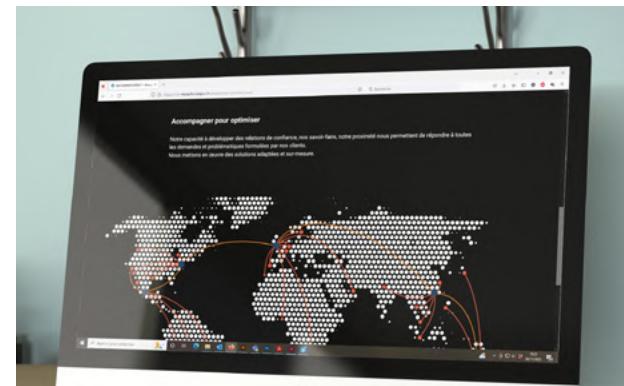
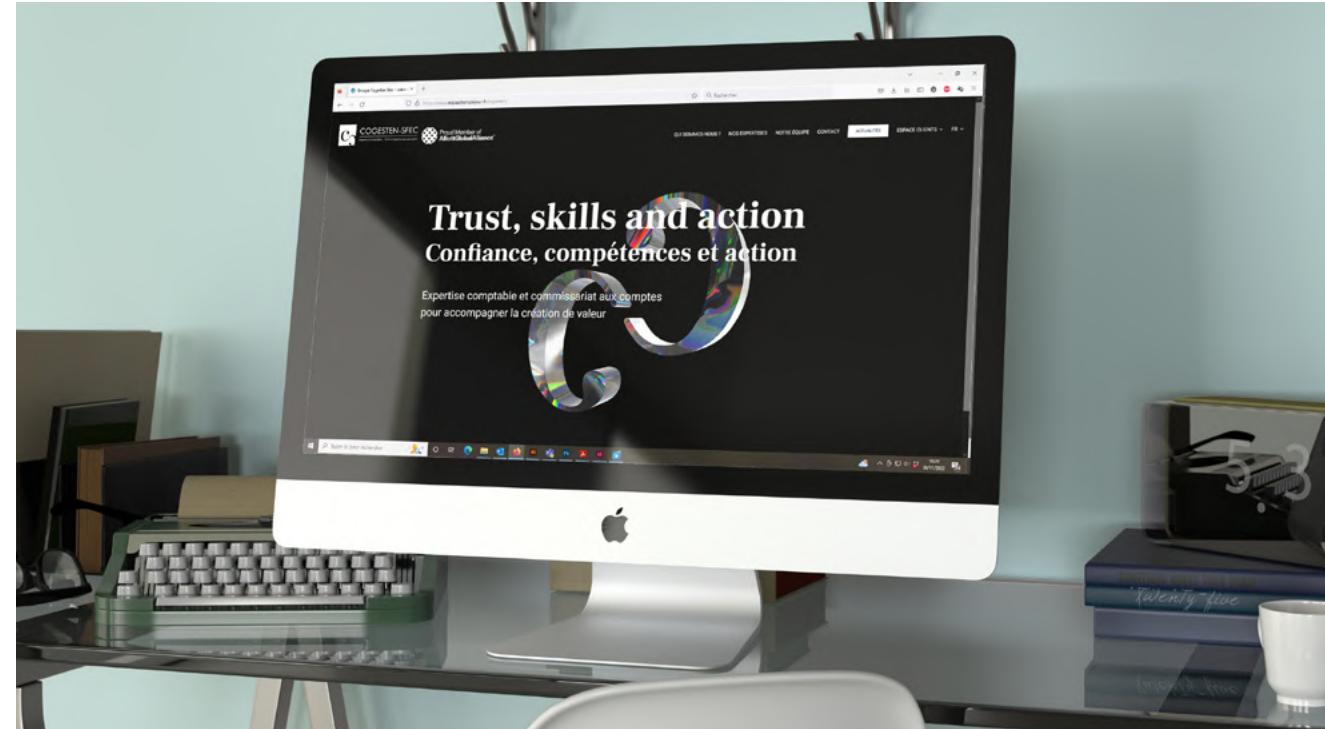
webdesign

Les Papillons de Jour vous proposent un accompagnement dans la conception, le développement mais aussi dans le suivi de l'audience de votre site web.

Internet, étant un secteur très concurrentiel il est nécessaire d'adopter une bonne stratégie de communication digitale pour que votre projet soit un succès.

Nous développons des sites web ergonomiques et adaptés.

Notre équipe vous accompagne sur toutes les étapes de votre projet : de l'élaboration de l'arborescence au design, de l'intégration de vos contenus au référencement, de la mise en ligne à l'animation de votre site.



FERRO INGÉNIERIE

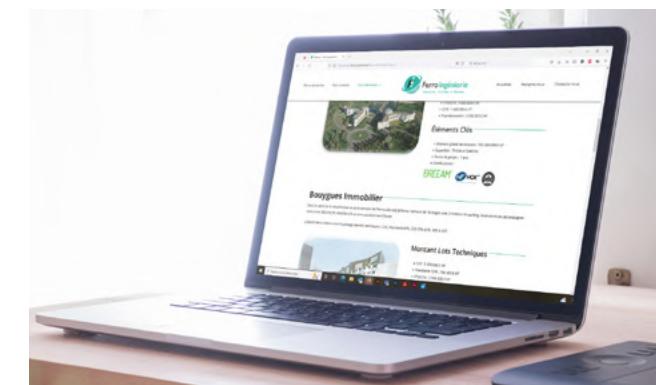
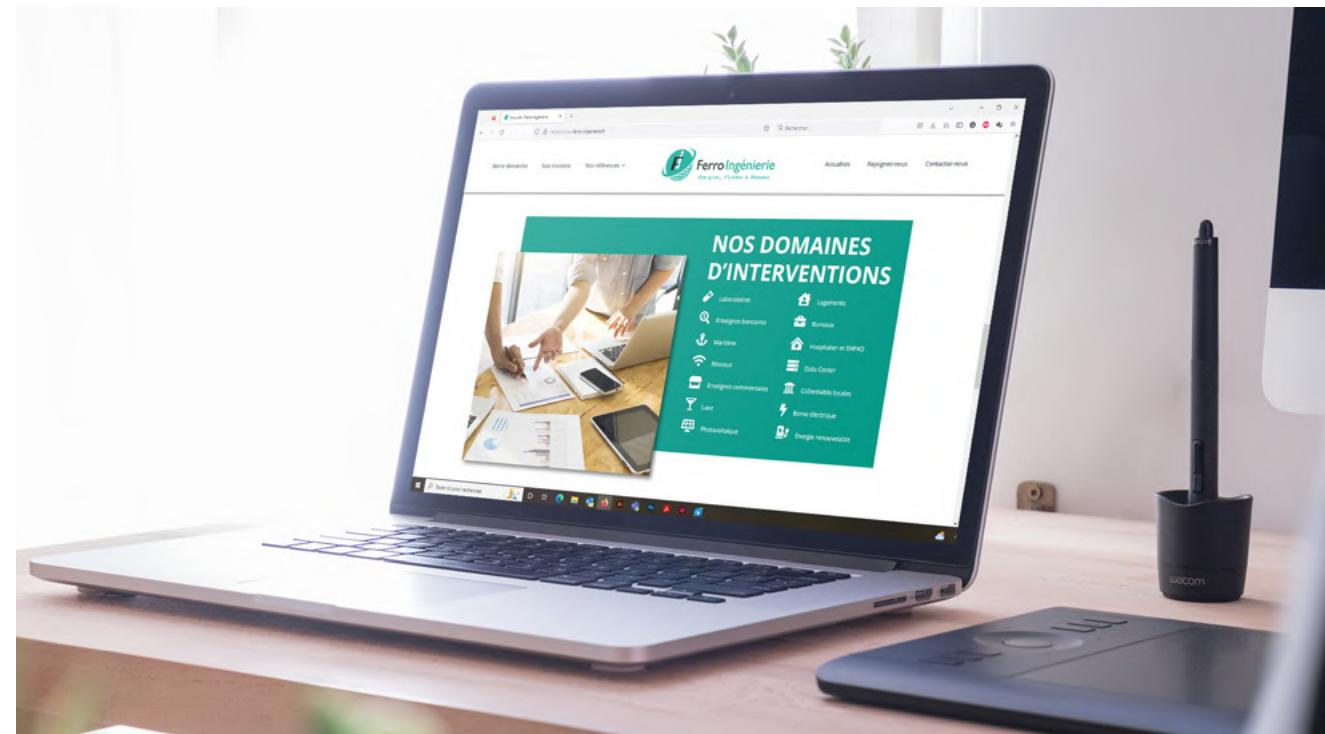
webdesign

Les Papillons de Jour vous proposent un accompagnement dans la conception, le développement mais aussi dans le suivi de l'audience de votre site web.

Internet, étant un secteur très concurrentiel il est nécessaire d'adopter une bonne stratégie de communication digitale pour que votre projet soit un succès.

Nous développons des sites web ergonomiques et adaptés.

Notre équipe vous accompagne sur toutes les étapes de votre projet : de l'élaboration de l'arborescence au design, de l'intégration de vos contenus au référencement, de la mise en ligne à l'animation de votre site.



TEKCAR

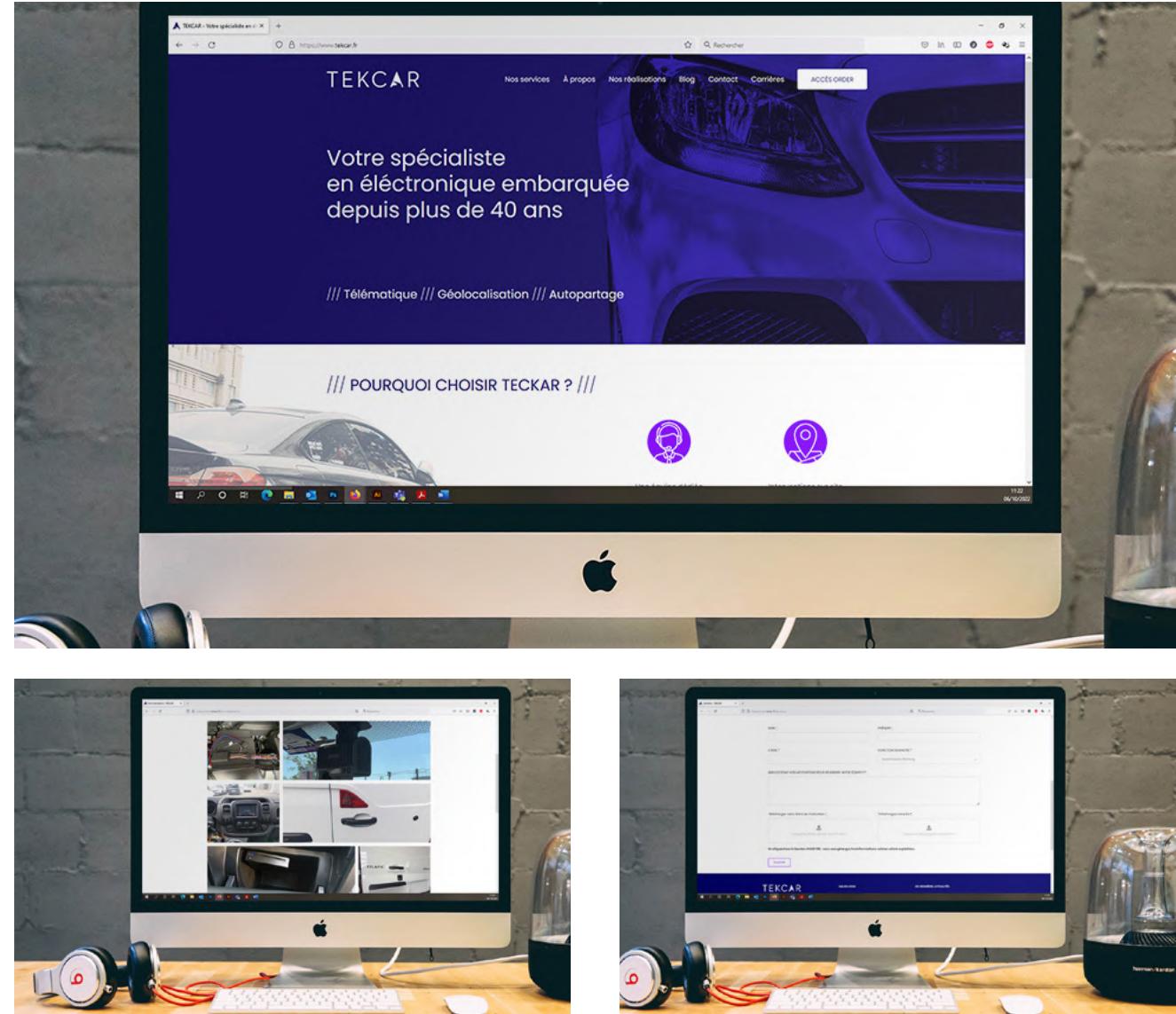
webdesign

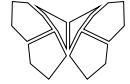
Les Papillons de Jour vous proposent un accompagnement dans la conception, le développement mais aussi dans le suivi de l'audience de votre site web.

Internet, étant un secteur très concurrentiel il est nécessaire d'adopter une bonne stratégie de communication digitale pour que votre projet soit un succès.

Nous développons des sites web ergonomiques et adaptés.

Notre équipe vous accompagne sur toutes les étapes de votre projet : de l'élaboration de l'arborescence au design, de l'intégration de vos contenus au référencement, de la mise en ligne à l'animation de votre site.



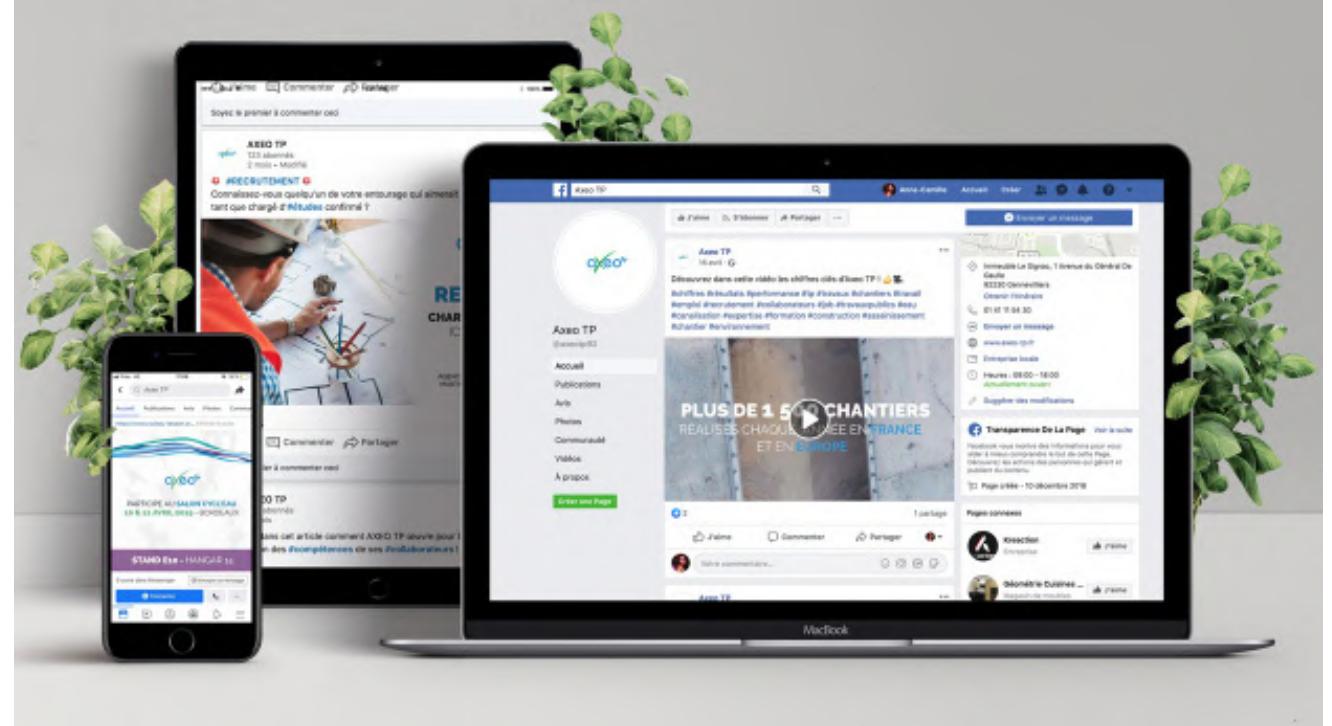


COMMUNITY MANAGEMENT

AXEO TP

Community Management

Création de 2 visuels par mois (inforgraphic ou vidéo) sur le recrutement, les évènements et tout autres actualité de l'entreprise.



ETABLISSEMENTS FERRARI

Community Management

Création de 2 visuels par mois (inforgraphie ou vidéo gif) sur les actualités de l'entreprise.



PRÉREQUIS

Community Management

Création de visuels et de vidéos de recrutement.

The screenshot shows the LinkedIn company profile for 'PREREQUIS'. The header includes the LinkedIn logo, the company name 'PREREQUIS' in a blue box, and a search bar. To the right are 'S'identifier' and 'S'inscrire' buttons. Below the header, there's a banner with a photo of a calendar and the word 'FEVRIER'. The main content area features the 'PREREQUIS' logo, the company name, its location 'PARIS', the number of subscribers '1.083 abonnés', and a button to 'Voir les offres d'emploi'. There are also links to 'Voir les 69 employés sur LinkedIn' and a 'Partager' button.

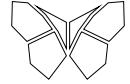
This image displays three social media posts from the PREREQUIS LinkedIn page. The top post, titled 'PRÉREQUIS RECRUTE !', shows two men in an office setting; one man is pushing another who is sitting in a red office chair. The middle post, titled 'CONSULTANT PMO GESTION DE PROJETS', features a cartoon illustration of a multi-tasking businessman surrounded by icons like a laptop, a smartphone, and a briefcase. The bottom post, titled 'POSTULEZ À L'ADRESSE RECRUTEMENT@PREREQUIS.COM', shows a cartoon illustration of a woman in a superhero costume with a cape and a 'P' logo on her chest.

PAPILLONS, ACTION !

Community Management

Création et réalisation de vidéos pour notre webémission «Papillons, Action !» qui parle d'égalité des chances, de diversité et d'inclusion en mettant en avant les parcours inspirants.

The screenshot shows a social media profile for 'PAPILLONS, ACTION !'. At the top, there's a circular profile picture with the logo, followed by statistics: 34 Posts, 746 Followers, and 206 Following. Below this, the profile name 'PAPILLONS, ACTION !' is displayed along with the word 'Media'. There are several descriptive text blocks with icons: a camera icon followed by 'Le média qui parle d'égalité des chances, d'inclusion et de diversité.', a blue butterfly icon followed by 'Par @lespapillonsdejour', and a download icon followed by 'Retrouvez les versions complètes sur YT youtube.com/c/PapillonsAction'. A 'See Translation' link is also present. Below these is a section showing who follows the account, featuring profile pictures and the text 'Followed by lespapillonsdejour, tokyocorgisan and 1 other'. At the bottom, there are buttons for 'Following' (with a dropdown arrow), 'Message', and '+0'. Below these buttons are two small circular images labeled 'Teaser' and 'BACKSTAGE'. The main content area features a 3x3 grid of video thumbnail cards. Each card has a play button icon in the top right corner. The cards are arranged in three rows: Row 1 contains a woman (Kim J. LEWIN), a man (TARIK), and a woman (OLIVIA MARCHAL); Row 2 contains a woman (NAÏMA SIFER) and a woman (OLIVIA STRIGARI); Row 3 contains a man (ABDELAALI). Each card also has a small caption at the bottom. At the very bottom of the screenshot, there are five navigation icons: a house, a magnifying glass, a play button, a shopping bag, and a person icon.



REPORTAGE PHOTO

CODHA + MOREL & CIE

Photos institutionnelles

Pour ces deux sociétés nous avons photographié les équipes lors de leur travail puis organisé des scènes, enfin nous avons réalisé des portraits individuels institutionnels.

Pour Codha nous avons par la même occasion mis en valeur leurs beaux locaux, avec et sans équipes.



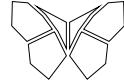
COGESTEN

Photos institutionnelles

Pour ces deux sociétés nous avons photographié les équipes lors de leur travail puis organisé des scènes, enfin nous avons réalisé des portraits individuels institutionnels.

Pour Codha nous avons par la même occasion mis en valeurs leurs beaux locaux, avec et sans équipes.



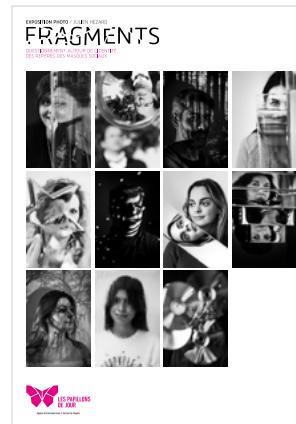


ÉVÉNEMENTIEL

FRAGMENTS

Exposition

Cette série photo, réalisée par Julien Hézard, Graphiste et Photographe aux Papillons de Jour, est une mise en image qui invite à la réflexion sur la différence, le regard de l'autre et la perception de soi. Ces photographies/portraits de collaborateurs de l'agence appellent à s'interroger autour des différences et de leur multiplicité.



SATRIUN

Séminaire

Organisation d'un séminaire sur 2 jours à Paris pour les 130 collaborateurs venus du monde entier pour la société Satriun, expert du consulting en management.



YUMMY NEWS

- Special Edition -

Meal and... Drama. The Meal and Deal, a famous Parisian restaurant, was the scene of a dramatic accident yesterday. Just after 1pm, during a business lunch, Leo Quanti collapsed. He is now fighting for his life. The C.E.O of the successful Tutti Quanti company, French leader in the field of food processors. He is now fighting for his life. The investigation started immediately: unintentional food poisoning or malicious act?

The detectives who have been called on the case are not ruling out any possibility. Read more below



Not such a... 'fresh' deal ?

Just before 1p.m, Léo Quanti is served together with all the other guests at the table. After a third mouthful, he starts choking and collapses.

The circumstances of the drama are still unclear. Criminal investigations are underway and could take several weeks. Mr Quanti's status and success make detectives suppose that a list of possible professional enemies could be drawn. Also, nine people were at or around Mr Quanti's table: guests, clients, staff... Witnesses or suspects?

Whatever the outcome, and until conclusions are drawn, the restaurant needs to remain closed. The whole team is therefore temporarily laid off, and the reputation of the restaurant is at risk.

According to reliable sources, Marcus and Julia Zwigner, private detectives well known for their extraordinary powers, have been commissioned to lead the enquiry and are now gathering a team of assistants to help them solve the mystery of the Meal and Deal.



Leo Quanti, CEO of Tutti Quanti

TOTAL ENERGIES

Organisation des Suppliers Day 2022 pour 350 personnes à la Défense

Logistique et coordination globale, Gestion des invitations, création d'une scénographie, création d'un support de présentation, production technique (captation, lumières, topage), conception de goodies éco-responsables.





RELATIONS PRESSE

ARCADIAL

Dossier de presse

Faire en sorte que les médias diffusent votre message et votre actualité.

Nous sommes là pour prendre contact avec les acteurs de l'information, susciter leur attention et les convaincre de relayer vos discours, vos prises de position et points de vue.

Afin de développer votre notoriété et de véhiculer votre message, Les Papillons de Jour vous conseillent et mettent en œuvre des stratégies de Relations Presse créatives et performantes pour optimiser votre visibilité dans les médias.

Notre but est d'informer et de sensibiliser le grand public/clients et les rallier à votre cause.





CAMPAGNES DE SENSIBILISATION

solution «clef en main»

AFFICHES INFORMATIVES

exemple : Showroomprive.com

5 affiches explicatives, détaillant les différents types de handicap, ainsi que la procédure à suivre pour obtenir une RQTH et les aménagements auxquels elle donne droit.

- »> Qu'est-ce que le handicap ?
- »> Quels sont les différents types de handicap ?
- »> Comment se faire reconnaître Travailleur Handicapé ? (2 affiches)
- »> Pourquoi se faire reconnaître Travailleur Handicapé ?

Pour une campagne globale, les affiches peuvent être complétées par un e-mailing de questions-réponses, un guide pratique sous forme de livret, ainsi que la mise en place d'une cellule téléphonique.



solution «clef en main»

AFFICHES SENSIBILISATION

exemple : Marie-Claire

Affiches visuelles, les messages sont réduits à l'essentiel mais sont assurément lus par tous les collaborateurs.



réalisation client (déclinable)

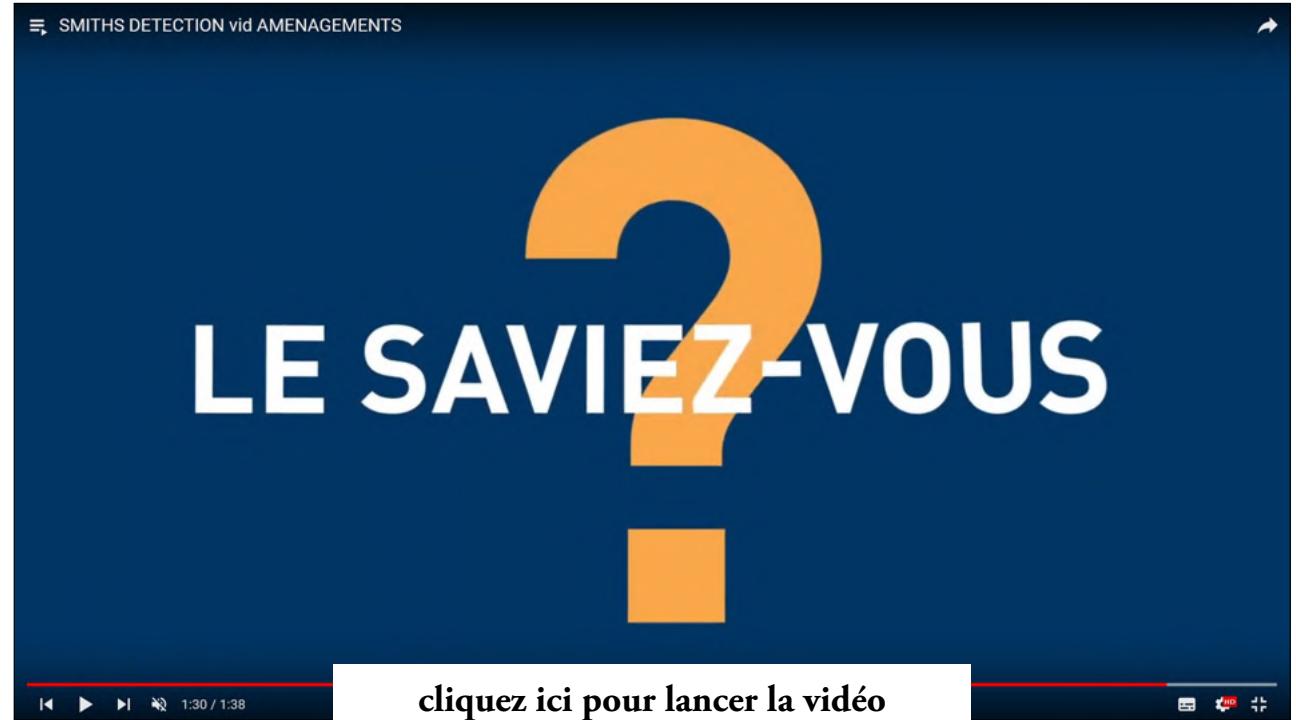
VIDÉO AVEC TITRAGES ANIMÉS

Smith Détection

5 courtes vidéos didactiques en textes animés doublés d'une voix off.

Elles abordent les thèmes suivants :

- le handicap en général,
- les grands types de handicap,
- les aménagements de poste,
- la RQTH,
- les démarches pour l'obtenir.

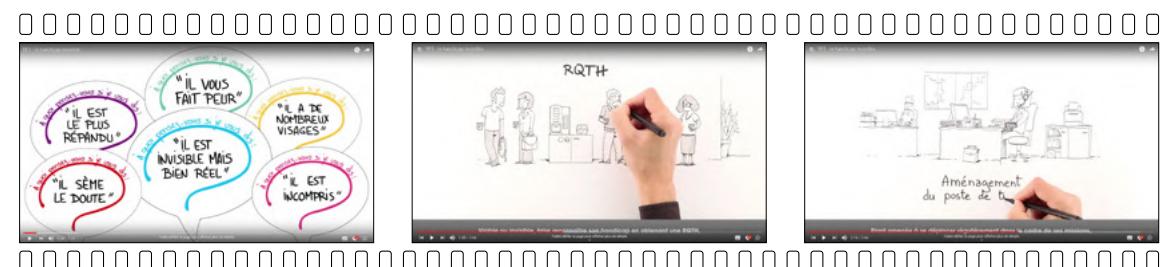


réalisation client (déclinable)

VIDÉO DESSINÉE

TF1

Présentation de différentes situations de handicap en milieu professionnel, de contraintes et de mesures compensatoires, grâce à plusieurs personnages «exemples» dessinés.



réalisation client (déclinable)

VIDÉO «MINUTES DU HANDICAP»

Allianz

Série de 12 vidéos traitant de différents handicaps visibles et invisibles, présentés par des personnages virtuels dans un décor de plateau télévisé.



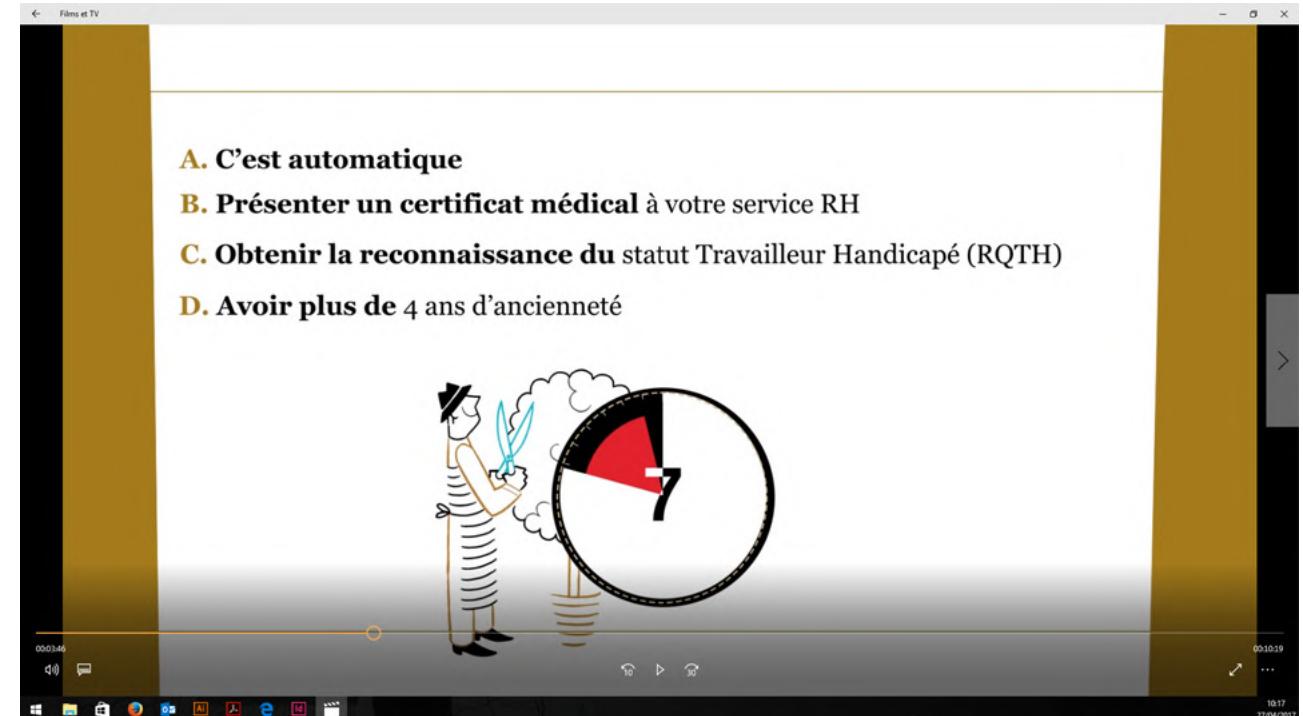
réalisation client (déclinable)

QUIZ VIDÉO

Groupe Barrière

Construite sur le modèle des épreuves du code de la route, la vidéo énonce une série de 20 questions à choix multiples, puis déroule les réponses dans un second temps. Une feuille comportant les réponses à cocher accompagne le quiz vidéo pour donner un côté ludique et participatif.

Suite au quiz un livret est délivré aux participants pour élargir les informations et indiquer les contacts utiles.

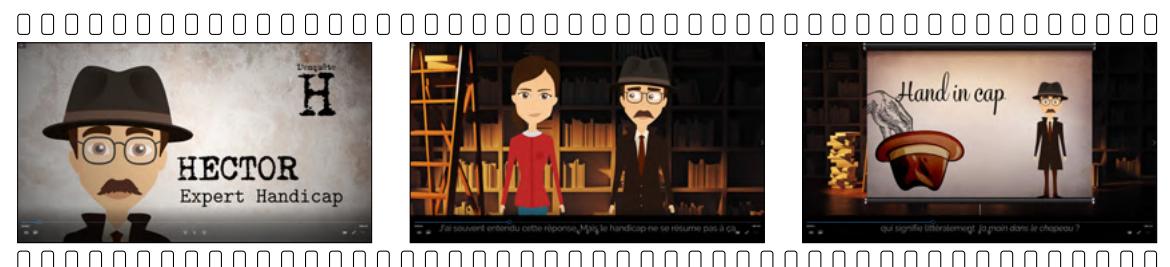
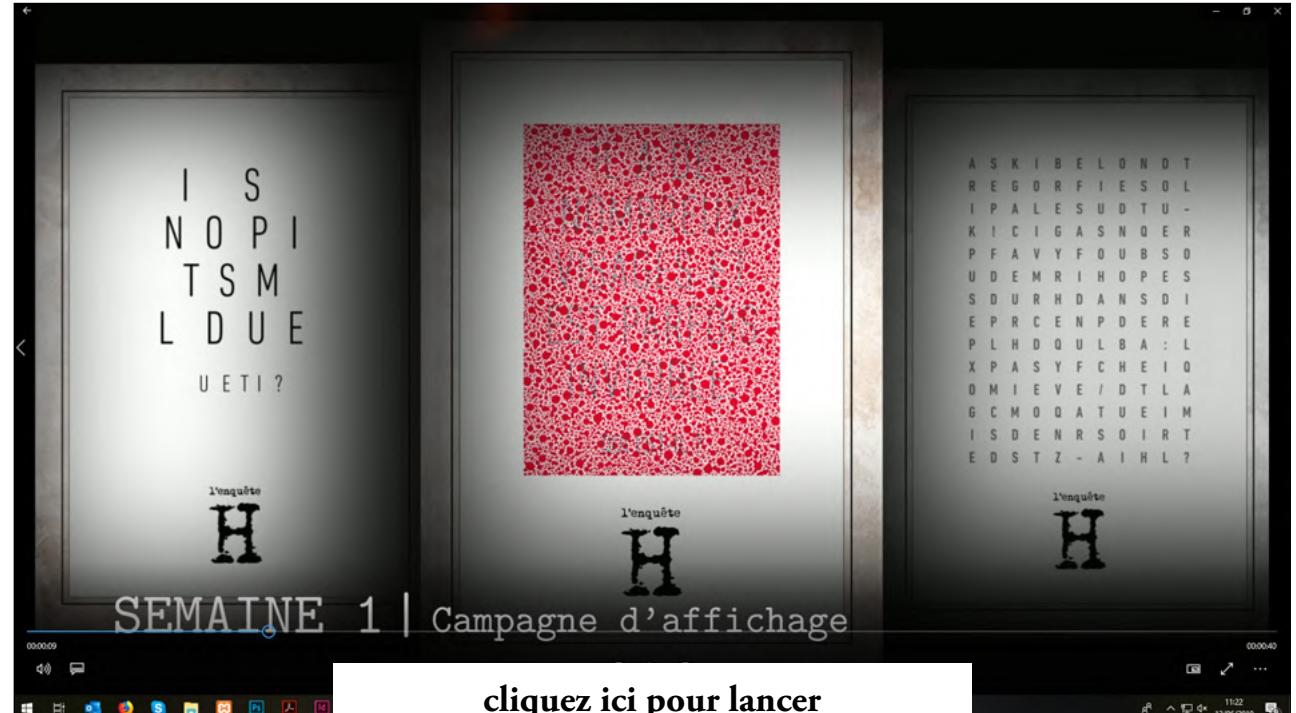


solution «clef en main»

CAMPAGNE MULTI-SUPPORTS

«l'enquête H»

Conçue et développée par les Papillons de Jour, l'enquête H est une campagne globale de sensibilisation multi-supports et déclinée dans le temps : tout d'abord elle éveille l'intérêt grâce à des affiches énigmatiques, puis elle explique et interroge sur le handicap par le biais de vidéos et de quiz, et se conclut par un support téléphonique sur le long terme.



réalisation client

SHOOTING & EXPO PHOTO

Allianz & TBWA

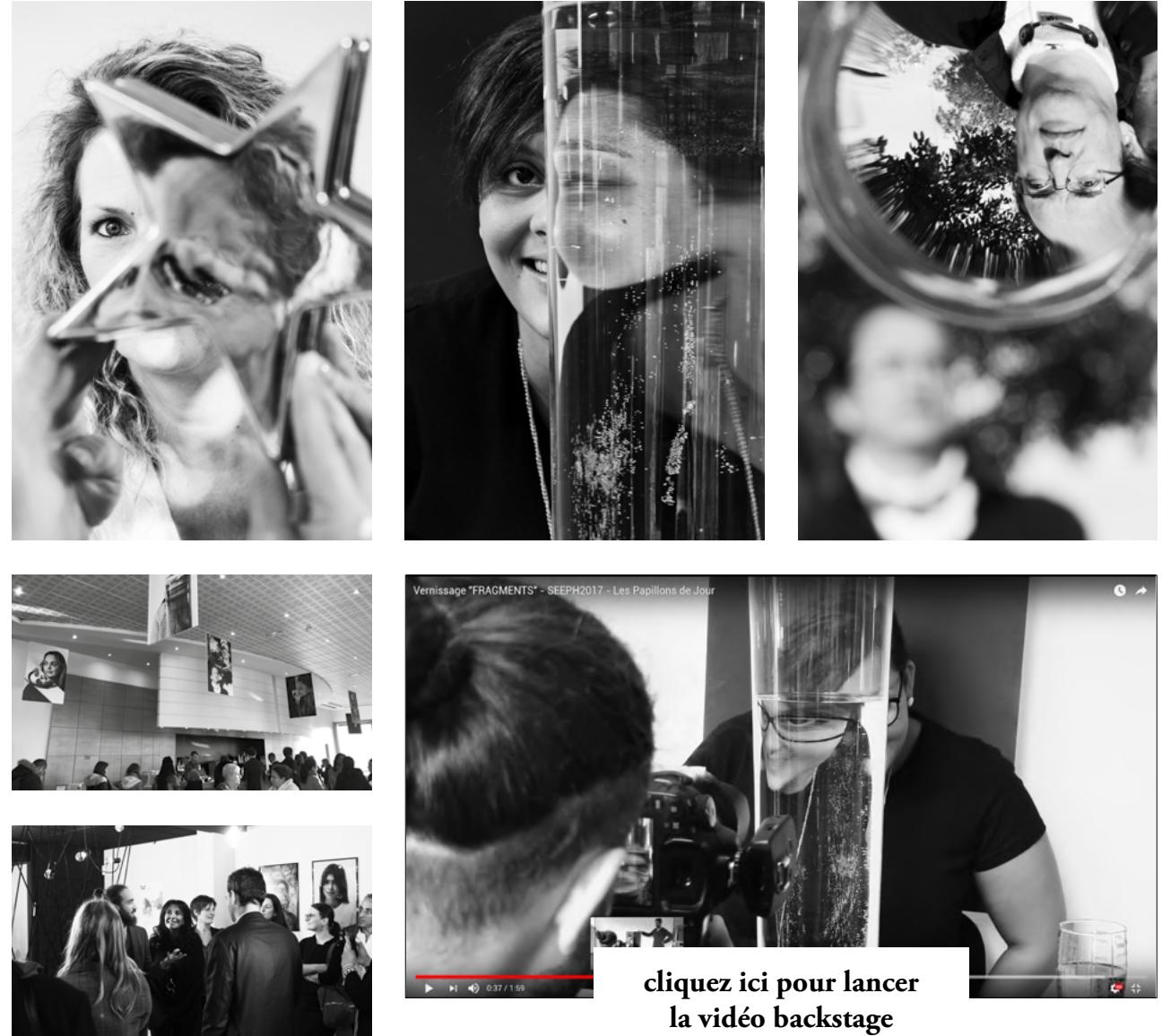
Cette série photo intitulée «Fragments», réalisée par Julien Hézard, graphiste et photographe aux Papillons de Jour, est une mise en image qui invite à la réflexion sur la différence, le regard de l'autre et la perception de soi. Ces portraits de collaborateurs appellent à s'interroger autour des différences et de leur multiplicité.

Dans le cas de TBWA nous sommes allés photographier leurs collaborateurs pour une expérience étonnante et ludique, dans celui d'Allianz nous avons exposé les photos des Papillons pour une mise en œuvre simple et rapide.

EXPOSITION PHOTO / JULIEN HEZARD

FRAGMENTS

QUESTIONNEMENT AUTOUR DES REPÈRES DE L'IDENTITÉ. DES MASQUES SOCIAUX.
DES POSITIONNEMENTS PERSONNELS ET SOCIÉTAUX...



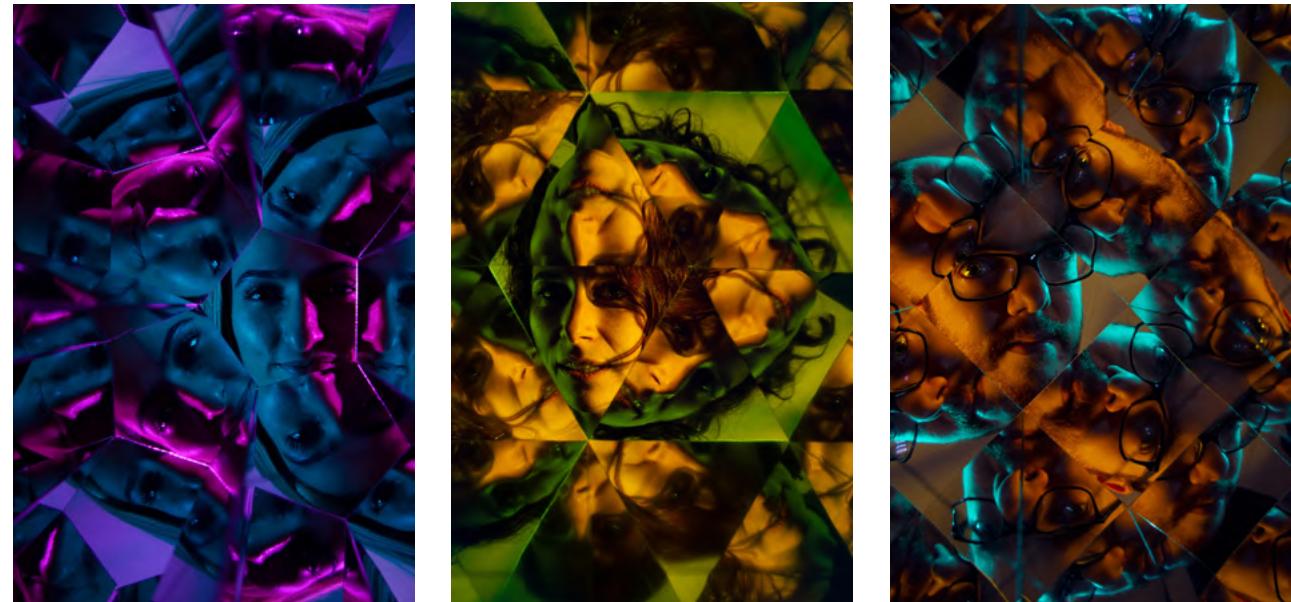
**cliquez ici pour lancer
la vidéo backstage**

projet «clef en main»

SHOOTING & EXPO PHOTO

Cette deuxième série photo est traitée en couleur et nécessite un dispositif plus simple que la précédente. Elle reprend les mêmes thèmes et les traduit de façon à la fois intrigante et joyeuse.

Via un dispositif de kaleïdoscopes le modèle est transfiguré en une icône tenant autant de la culture pop que du mystique... l'étonnement des participants est à nouveau au rendez-vous !



[cliquez ici pour lancer
la vidéo de présentation](#)

projet «clef en main»

FORMATION HANDICAP

Session de 3h - Présentielle ou distancielle

Thématiques abordées*

- > Qu'est-ce que le Handicap ?
 - > Les différents types de handicap
 - > les handicaps les plus répandus
 - > Les bonnes pratiques pour accueillir les personnes en situation TH
 - > Le maintien dans l'emploi
 - > L'intérêt de la RQTH pour les salariés
 - > Les démarches
- Échanges : Questions/Réponses

*Les thématiques peuvent être revues en fonction de vos besoins



solution «clef en main»

TEAM BUILDING

L'enquête en scène, dispo en visio-conférence (zoom)

Une expérience théâtrale immersive, accompagnée en direct par l'animateur-scénariste et animée par deux comédiens chevronnés interprétant enquêteurs et suspects avec énergie, humour, et bonne humeur.

Les participants sont à la fois spectateurs et enquêteurs. À l'aide d'indices, d'interrogatoires et de réflexion, les équipes devront aider un commissaire et sa pétillante assistante à trouver le coupable de cette comédie policière interactive.



réalisation pour notre compte

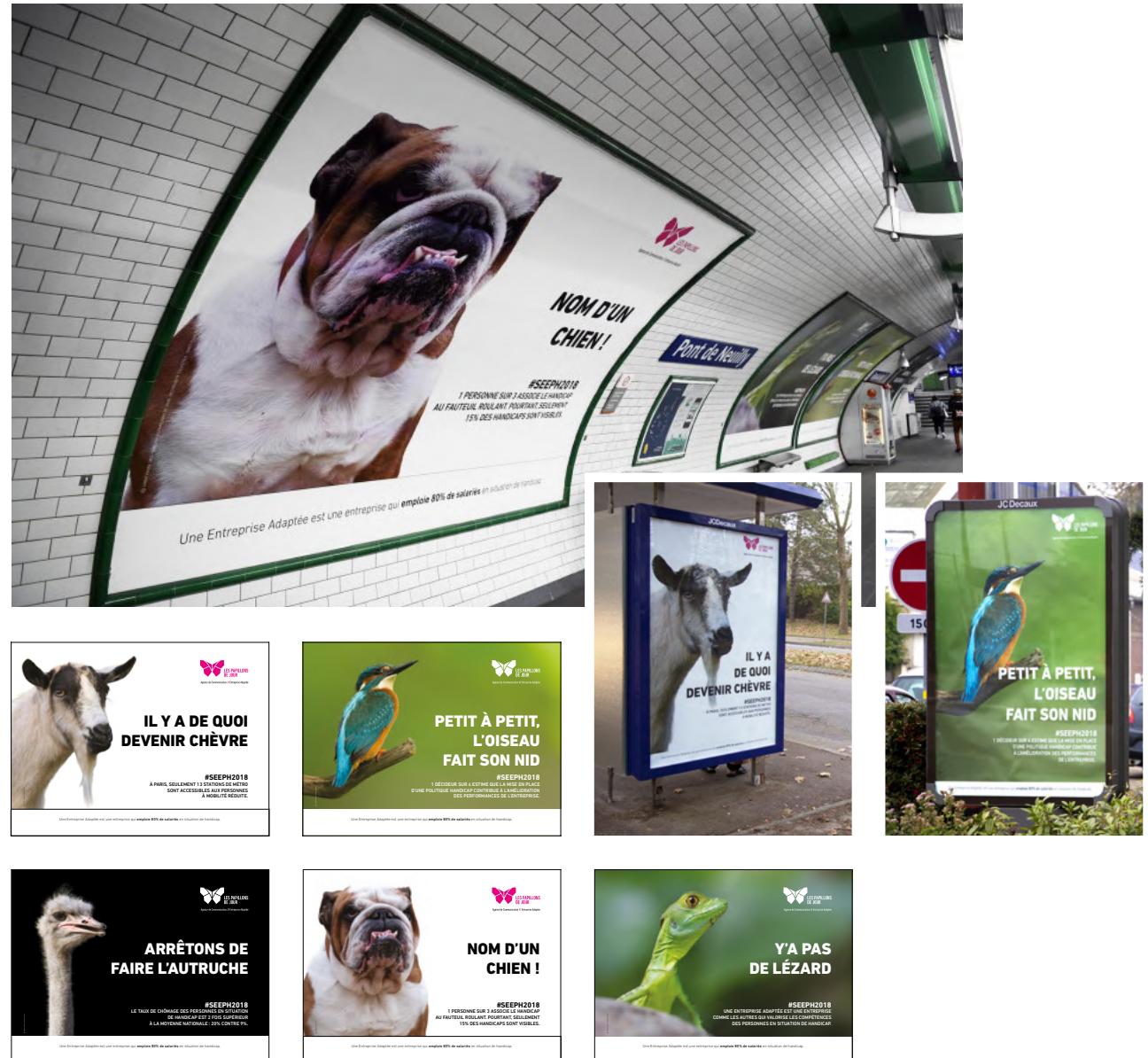
AFFICHAGE URBAIN

Les Papillons de Jour - 2018

Campagne d'affichage décalée à destination du grand public. Composée de 5 visuels, elle a été déployée dans le métro parisien et sur les villes de Rouen, Trouville et Ouistreham.

«Les animaux s'en mêlent» interpellent le grand public sur le ton de l'humour en s'appuyant sur des expressions populaires qui font référence à des animaux.

Nous poursuivons ainsi notre mission de sensibilisation qui a pour objectifs d'interpeller et d'aider à la prise de conscience des difficultés liées au handicap (emploi, formation, accessibilité, etc).



[cliquez ici pour voir la rétrospective vidéo 2018](#)

réalisation pour notre compte

AFFICHAGE URBAIN

Les Papillons de Jour - 2019

Campagne d'affichage décalée à destination du grand public. Composée de 5 visuels, elle a été déployée dans le métro parisien et à Rouen.

«Fluo pour tous» interpelle le grand public avec des informations choc ponctuées d'interjections «sms», sur fonds fluo.

Cette seconde campagne change de ton mais persévere dans son objectif de prise de conscience des difficultés liées au handicap (emploi, formation, accessibilité, etc).



cliquez ici pour voir la rétrospective vidéo 2019

réalisation pour notre compte

CAMPAGNE DIGITALE

Les Papillons de Jour - 2020

Campagne dynamique et joyeuse, centrée sur les réseaux sociaux en cette période COVID.



cliquez ici pour voir
la vidéo globale 2020



réalisation pour notre compte

CAMPAGNE MULTISUPPORTS

Les Papillons de Jour - 2021

Campagne essentiellement digitale,
mélant display et réseaux sociaux.

Des affiches, bornes vidéos et kakémonos
ont aussi été réalisés.



Rouen

108, avenue de Bretagne
76100 Rouen
tél. 02 35 08 35 08

Boulogne-Billancourt

43-47, rue de Sèvres
92100 Boulogne-Billancourt
tél. 01 40 84 98 27

Ajaccio

Empire Co-Work
Pôle de Suartello 2,
route de Mezzavia
20090 Ajaccio
tél. 04 20 13 03 40



**LES PAPILLONS
DE JOUR**

Agence de Communication **Entreprise Adaptée** de Jour 2022



ll.