

# COMMISSION COMMUNICATION BIENVENUE!



12/05/2026

# MOT D'INTRODUCTION



## Respect de la concurrence

« Lors des réunions et des discussions informelles qui ont lieu à l'occasion d'événements ou de réunions organisés par Syntec-Ingénierie et en particulier lorsque nous discutons de l'actualité de nos différents secteurs, nous nous engageons à bannir tout échange d'informations sensibles au regard du droit de la concurrence (une information sensible peut plus particulièrement consister en une information confidentielle, individualisée, précise, récente, actuelle ou future, relative à l'entreprise que vous représentez et susceptible d'influencer la stratégie commerciale ou industrielle de vos concurrents).

L'échange de telles informations, de même que la simple participation à ces échanges, peut nous exposer à des sanctions importantes pour nos entreprises, Syntec-Ingénierie et nos membres adhérents et administrateurs.

Nous vous invitons par conséquent à prendre connaissance des règles de conduite affichées dans cette salle de réunion et qui vous ont été communiquées en amont. »

**12/05/2026**

## 1 INTRODUCTION

- PRÉSENTATION GLOBALE DE LA JOURNÉE
- TOUR DE TABLE

## 2 ACTUALITÉS SYNTEC-INGÉNIERIE

- ACTIONS DE COMMUNICATION
- PROCHAINS ÉVÉNEMENTS
- LIVRETS PÉDAGOGIQUES

## 3 ACTIONS VRAIMENT TOUT 2026

- PRÉSENTATION DES POTENTIELLES ACTIONS
- VOTE EN SIMULTANÉ

# INTRODUCTION

Présentation

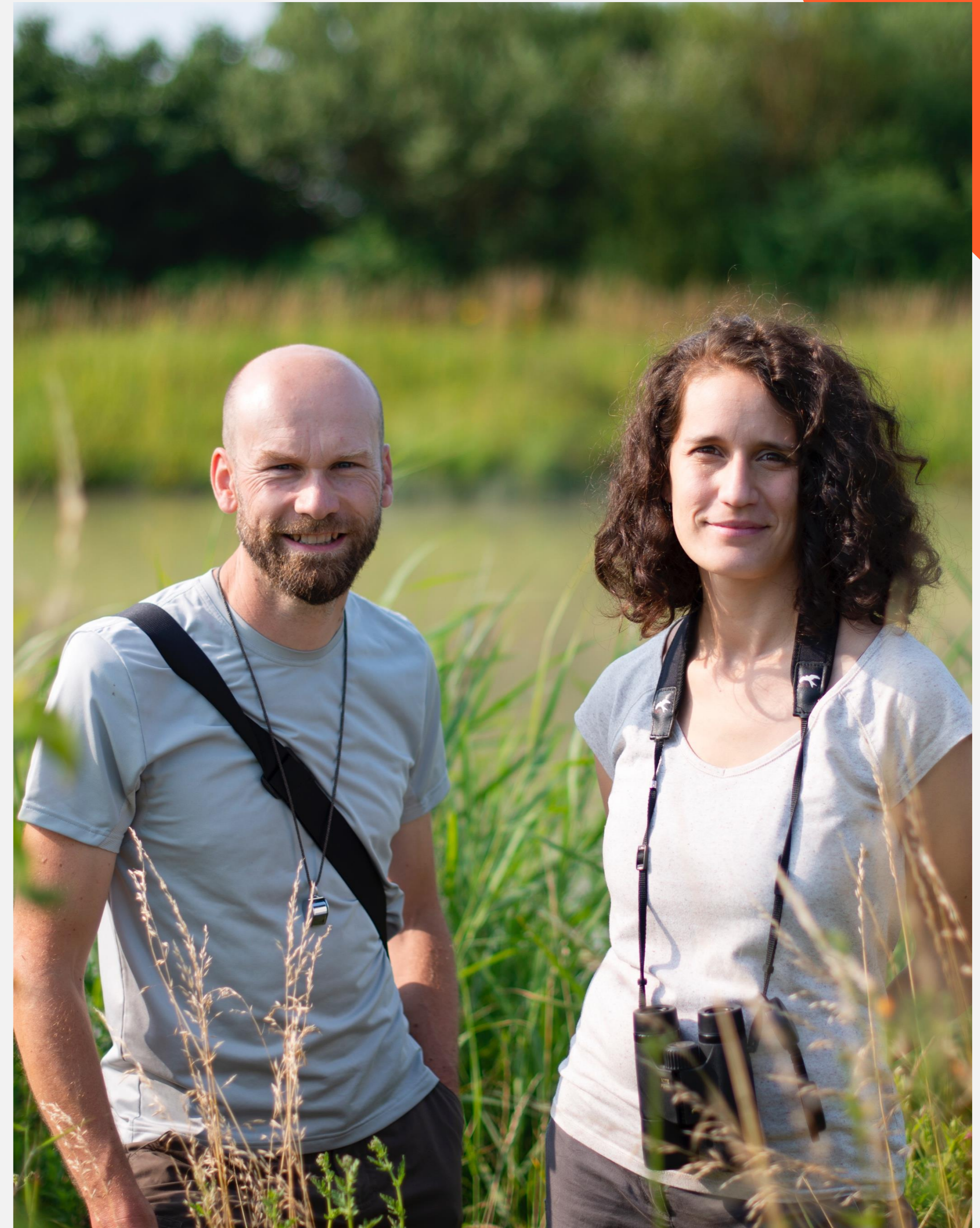
Tour de table physique

**12/05/2026**



# ACTUALITÉS DE SYNTEC-INGÉNIERIE

12/05/2026



# ♀ ÉGALITÉ & ENGAGEMENT

Ingé'égalité : Bilan en chiffres



Série de vidéos « Elles inventent demain » à l'occasion de la Journée Internationale des Droits des Femmes du 8 mars

12/05/2026

- **5 vidéos publiées** sur la semaine du 8 mars
- Cumulant plus de **13 000 impressions** sur LinkedIn
- **+ 6 000 impressions** sur Instagram & Tiktok

**Nous continuons de publier des vidéos de cette série sur le reste de l'année !**

**Merci pour votre implication, votre mobilisation et pour votre disponibilité 🙏**





# TERRITOIRES & ÉVÉNEMENTS

## LES PROCHAINES DATES CLÉS



- **26 mai** : [Les compétences de l'ingénierie](#) – Climat & Biodiversité de Syntec-Ingénierie
- **28 mai** : Partenaire des [Olympiades des Sciences de l'Ingénieur](#) – Concours lycéens
- **9 juin** : Partenaire de [Talents for the Planet](#) : décoder les grandes transitions – Île-de-France : Paris
- **11 juin** : Participant des Assises de la Cybersécurité (Nucléaire) - Centre Val de Loire : Tours
- **16 au 18 juin** : Partenaire [des rencontres maritimes de l'ingénierie](#) – Normandie : Caen
- **18 juin** : [Rencontres territoriales de l'ingénierie](#) – Pays de la Loire : Nantes
- **25 juin** : **Assemblée Générale de Syntec-Ingénierie**
- **9 juillet** : [Rencontres territoriales de l'ingénierie](#) – « Accélérer la décarbonation des transports : quels leviers pour les territoires » - Provinces Alpes Cote d'Azur - Marseille

12/05/2026

NEW

# NOUVELLE NEWSLETTER PERSONNALISÉE



ActiveCampaign >

1. Je m'inscris à la newsletter Ingé'News
2. Je remplis mes centres d'intérêt
3. Je reçois une Ingé'News personnalisée selon mes préférences !

Scannez ce QR CODE pour remplir vos centres d'intérêt !



12/05/2026

Contacts / Julie Ailleaume

Infos personnelles

**Julie Ailleaume**  
j.ailleaume@syntec-ingenerie.fr  
Paris, Paris Department, FR

À propos de Julie Ailleaume [Masquer les champs vides](#) [Gérer les champs](#)

Détails généraux	
Prénom	Julie
Nom	Ailleaume
E-mail *	j.ailleaume@syntec-ingenerie.fr
Téléphone	<a href="#">Cliquez pour ajouter</a>
Nom de l'entreprise	<a href="#">Cliquez pour ajouter</a>
Statut du lead	<a href="#">Cliquez pour ajouter</a>
Langue préférée	<a href="#">Cliquez pour ajouter</a>
Vos centres d'intérêt	Numérique, IA, cybersécurité
Type de demande	<a href="#">Cliquez pour ajouter</a>
Message détaillé	<a href="#">Cliquez pour ajouter</a>
Consentement RGPD	J'accepte que mes données personnelles soient traitées par Syntec-Ingénierie conformément à la politique de confidentialité.

[Voir la version en ligne](#)

INGÉ'NEWS  
LA NEWSLETTER DE SYNTEC-INGÉNIERIE



INGÉ'NEWS - Édition du 11 mai 2026

Je renseigne mes centres d'intérêt pour recevoir une newsletter personnalisée

Ne manquez pas les Rencontres Territoriales de l'Ingénierie de Nantes



Après deux éditions riches en échanges en 2024 et 2025, la Délégation régionale de Syntec-Ingénierie vous convie à une soirée placée sous le signe de l'innovation et du dialogue, le **jeudi 18 juin 2026 à partir de 18h**, au Centre des Salorges à Nantes.

Au programme : pitches de jeunes ingénieurs, une table-ronde sur "L'ingénierie au service de la santé" avec la présentation du projet CARE, suivie d'un cocktail de clôture. Trois intervenants de renom sont attendus : Emmanuelle Gaudemer (AIA), Jean-Louis Kerouanton (Nantes Université) et Thierry Rolando (CARE Pays de la Loire).

# LES RENCONTRES DE L'INGÉNIERIE



« La fête de l'ingénierie », les inscriptions sont ouvertes >>> [M'inscrire](#)<<<

Création d'un **FuturLab** au cœur des Rencontres de l'ingénierie : un espace d'animation avec 6 stands/démonstrateurs portés par les adhérents, écoles et/ou clients.

The graphic features a dark blue background with a large, 3D-style 'FUTUR LAB' text in white and light blue. On the left, there is a circular logo for 'LES RENCONTRES DE L'INGÉNIERIE' with a stylized 'S' inside. Below the logo, the text 'Les rencontres de l'ingénierie présentent ...' is written. Further down, three icons are displayed: a yellow star for 'APPEL À PROJET', a calendar icon for 'LE 1ER OCTOBRE', and a medal icon for 'VALORISONS L'INGÉNIERIE'. At the bottom right, the text 'BY' is followed by the 'SYNTEC INGÉNIERIE' logo.

>>> [Pour soumettre votre projet c'est ici !](#)<<<

Date limite de candidature fixée au 22 mai.

**12/05/2026**

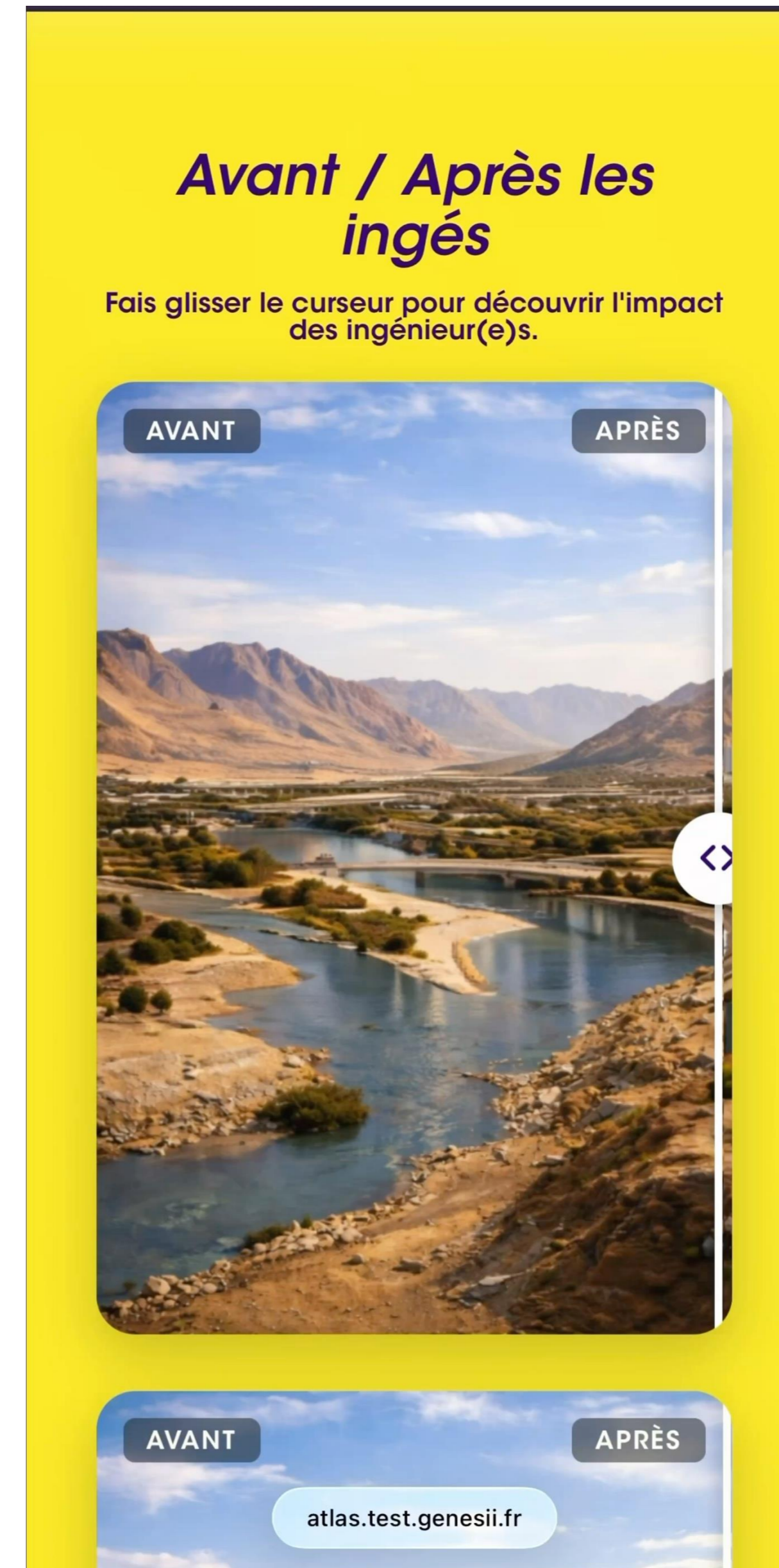
# ÉVOLUTION DU SITE

VRAIMENT-TOUT.FR

- Nouvelles fiches dans le jeu « oui ou non »
- Nouvelles fiches métiers dans les résultats
- Nouveau jeu « Avant / Après »
- CTA vers Ingé'BOX



Testez la version demo du site



12/05/2026

# LIVRETS PÉDAGOGIQUES

## Découverte de l'ingénierie

12/05/2026



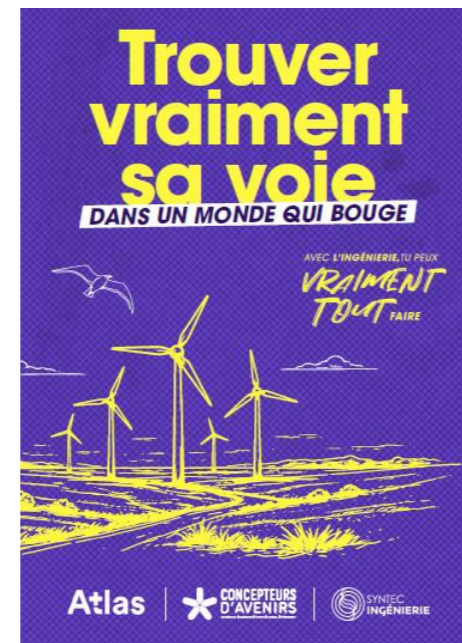
- Version collège :**
- 1 livret format impression
  - 1 livret dynamique
  - 1 présentation powerpoint

**Axe : éveiller la curiosité et susciter la découverte :**  
*“Mais au fond, c’est quoi l’ingénierie ?”*

**Le parti pris éditorial : Optique curiosité et découverte métiers**

**Pour transformer la curiosité des jeunes en choix d’orientation professionnels,** le prestataire a choisi :

- De parler d’eux d’abord avant de parler des métiers !
- Du questionnement, un ton direct, de conseil, toujours sur un mode conversationnel pour ouvrir la curiosité et l’échange.
- De faire appel au jeu,
- De faire des focus.



- Version lycée :**
- 1 livret format impression
  - 1 livret dynamique
  - 1 présentation powerpoint

**Axe orientation :**  
*“Quelles études choisir pour faire ce métier qui me parle ?”*

**Le parti pris éditorial : Questionnement sur les spécialités et l’orientation**

**Pour capter l’attention et l’intérêt des lycéens,** le prestataire a opté pour le **mode questionnement** plutôt qu’un discours descendant et institutionnel.

Cette approche les invite à s’interroger sur le monde qui les entoure, sur les solutions de demain, mais aussi sur les parcours d’orientation qui s’offrent à eux. La mise en page est rythmée par des grands projets et rôle-modèles à travers des interviews et des liens vers des ressources vidéo pour les aider à se projeter concrètement dans les métiers cités.



- Version étudiant :**
- 1 livret format impression
  - 1 livret dynamique
  - 1 présentation powerpoint

**Axe sens et parcours :**  
*“Quels sont les débouchés, les passerelles ? Quels parcours choisir?”*

**Le parti pris éditorial : Passage à l’action**



Pour des étudiants déjà engagés dans leur orientation, plus matures dans leur démarche, le ton devient inspirant et responsabilisant.

L’idée : **leur donner les clés pour comprendre les grands enjeux** de la mobilité, de l’énergie, du climat... et **leur montrer comment ils peuvent, à leur échelle, y contribuer.**

**Le traitement éditorial et visuel s’inspire des codes du magazine :** une iconographie de type reportage avec une attention toute particulière portée aux clichés et ambiances choisis.



# GROUPE WHATSAPP

Nouveau depuis la dernière ComCom : rejoignez le groupe whatsapp pour avoir les dernières informations et pour échanger entre pairs.


12/05/2026



Commission Communication

Groupe · 28 membres

+  
Ajouter

  
Rechercher



[Rejoignez-nous !](#)



VRAINMENT  
TOUT

BILAN PHASE 3  
RECOMMANDATIONS PHASE 4

KAHOOT

VRAIMENT  
TOUT

The image features a blue sky background with white clouds. Two wind turbines are depicted as yellow hand-drawn sketches. One turbine is on the left, and another is on the right, slightly higher and more detailed. The text 'PHASE 3' and 'RAPPEL & BILAN' is centered in white. In the bottom right corner, the text 'VRAIMENT TOUT' is written in a dark blue, hand-drawn style.

PHASE 3  
RAPPEL & BILAN

VRAIMENT  
TOUT

# RAPPEL DE LA CAMPAGNE

## Les objectifs

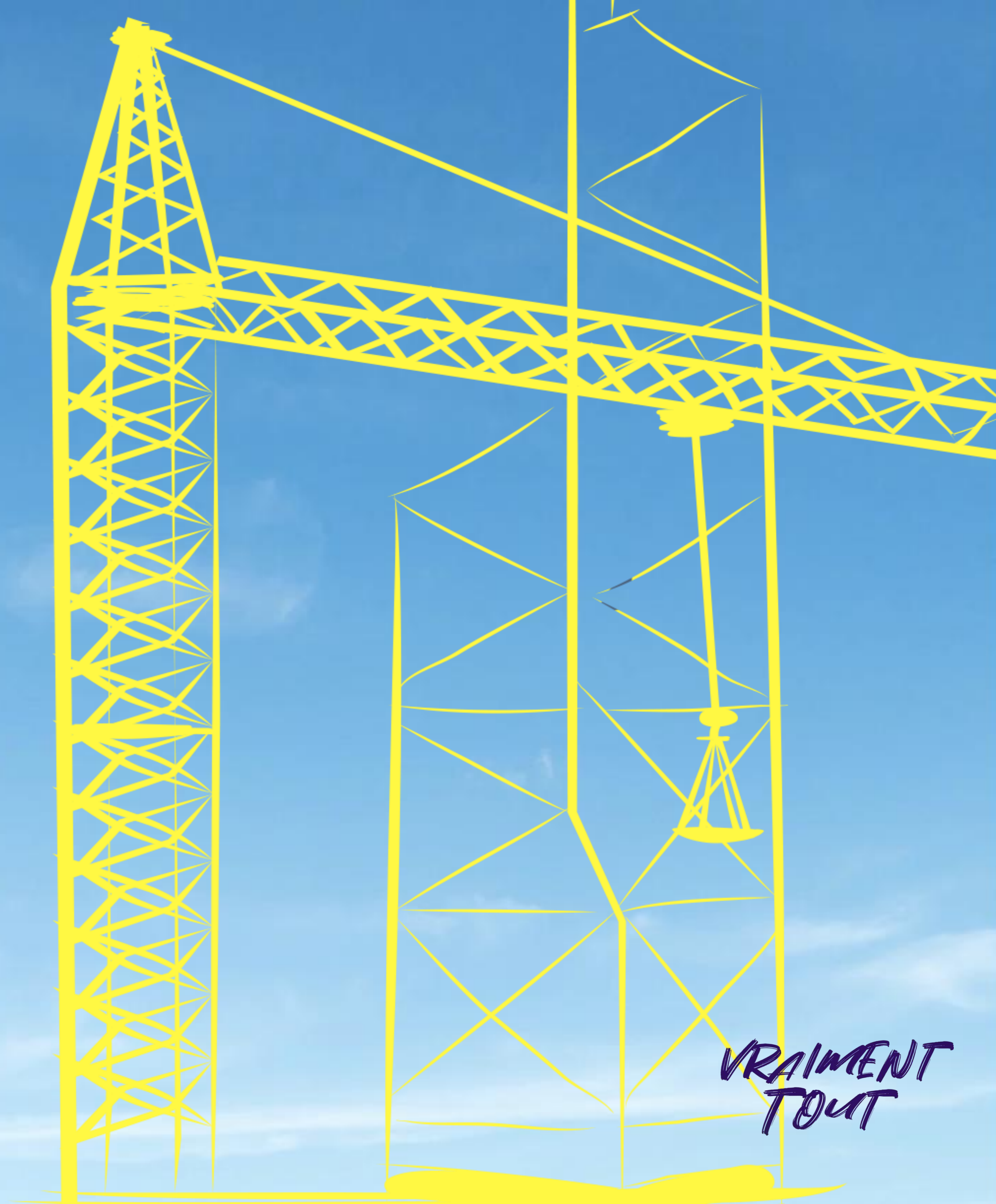
- Développer la notoriété de l'ingénierie auprès des jeunes
- Développer l'attractivité de la profession

## La cible

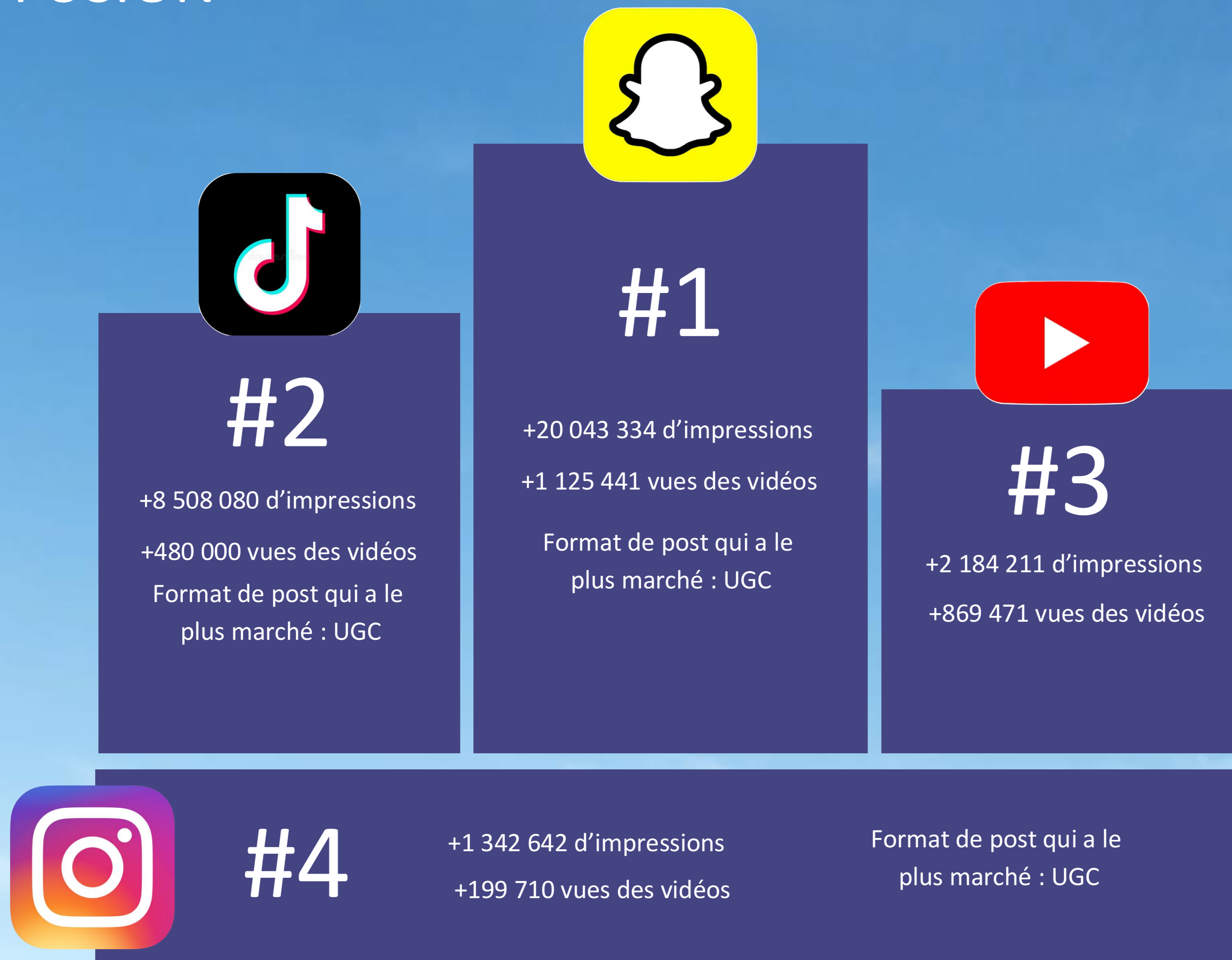
- 13 - 18 ans (hommes / femmes)
- Collégiens et lycéens
- Parents / professeurs

## La stratégie

- Créer du contenu autour de l'ingénierie, en s'appuyant sur les tendances de consommation de la cible



# RAPPEL DIFFUSION 2025



VRAIMENT  
TOUT



MOYENS

VRAIMENT  
TOUT

# OPS

Format : print

- 28 600 exemplaires envoyés dont 4 218 aux enseignants
- **Objectif** : vulgarisation du secteur et des métiers de l'ingénierie

Points positifs

- Gain de notoriété auprès des abonnés
- Format papier qui reste dans le temps
- Touche les collégiens et les profs
- Permet de faire participer plusieurs entreprises

Point négatif

- L'impact du numéro est difficile à mesurer

Prix : 15.000 €

**Mon Quotidien**

Fait en 2025



**VRAIMENT  
TOUT**

PROPOSITION POUR 2026

Le Monde des **ADOS**

Format : print

- 4 pages en publi-reportage
- Post sponsorisé sur leur chaîne d'actualités WhatsApp (113k abonnés)

Points positifs

- Touche notre cible (13-15 ans) -> Homme / Femme
- Audience mensuelle : 567 000 lecteurs
- Média très déjà reconnu

Points négatifs

- Difficile de mesurer le réel impact du numéro
- Moins de contenu que dans le numéro de Mon Quotidien Découvertes

Prix : 16 500 € + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

PROPOSITION POUR 2026

*Girl*

Format : print

- 1 page en publi-reportage
- Possibilité de proposer un test d'orientation

Points positifs

- Touche notre cible (13-14 ans) -> Femmes
- Audience mensuelle : 203 000 lectrices
- Format ludique et moins institutionnel

Point négatif

- Difficile de mesurer le réel impact du numéro

Prix : 5 500 € + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

PROPOSITION POUR 2026

**epsilon**

Format : print

- 1 page en publi-reportage

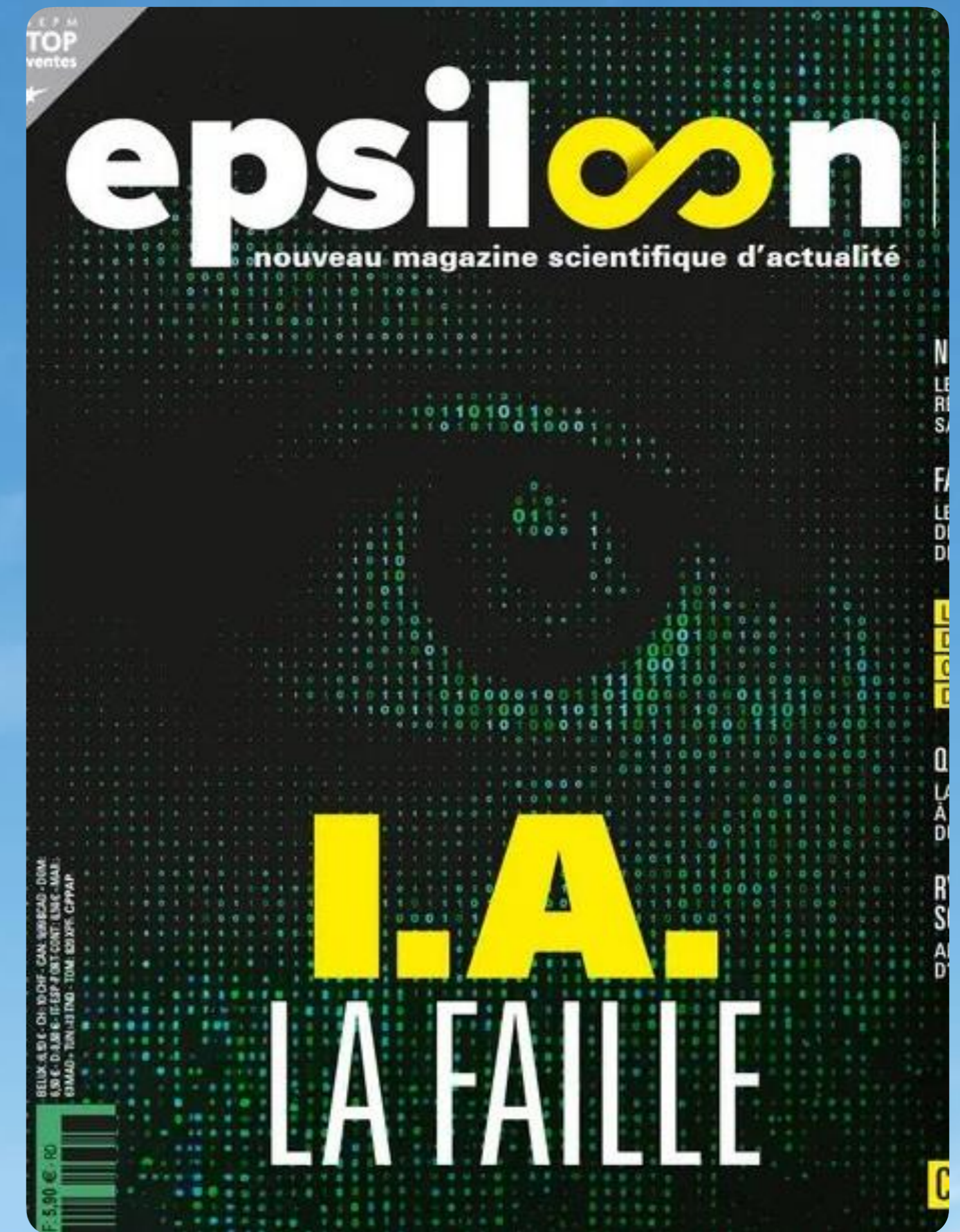
Points positifs

- + 51 K d'abonnés sur les réseaux sociaux
- + 39 K d'abonnés à la version print.

Points négatifs

- Difficile de mesurer le réel impact du numéro en print
- Ne touche pas que les jeunes
- Porte déjà sur des sujets scientifiques

Prix : 6.800 € + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

PROPOSITION POUR 2026

## LE FIGARO étudiant

Format : digital

- Article sur le site Le Figaro Étudiant
- **Cible** : 50% parents, 50% étudiants

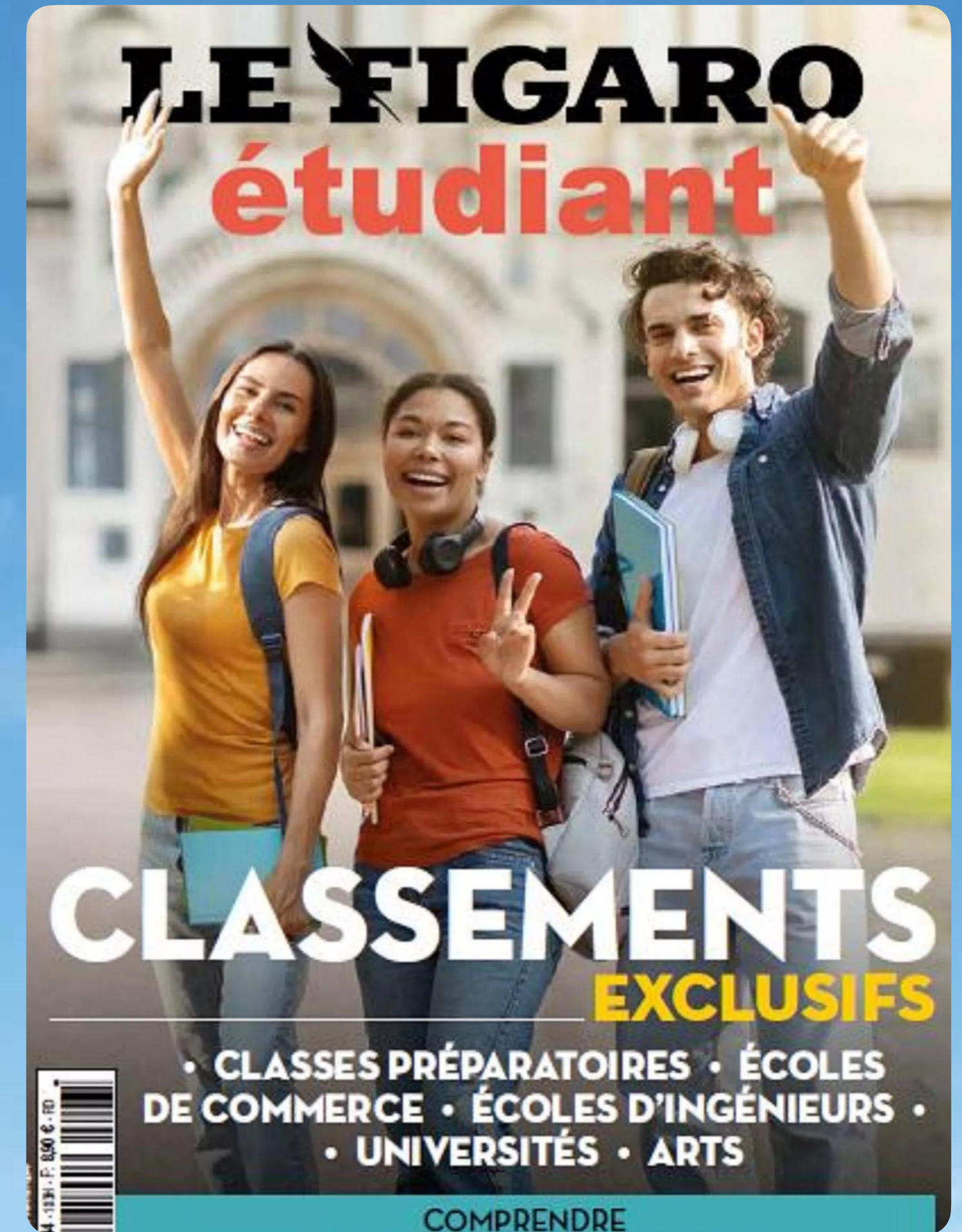
Points positifs

- Touche à la fois notre cible jeune et les parents
- Audience mensuelle moyenne : 258K
- Média très reconnu

Points négatifs

- Cible les post-bac (+18 ans)
- Format moins ludique et plus institutionnel

Prix : 6.000 € + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

À VOUS DE CHOISIR !



VRAIMENT  
TOUT

# INFLUENCE

Format : digital

- Partenariat avec un influenceur avec +1 M d'abonnés sur les réseaux sociaux
- **Objectif** : vulgarisation du secteur et des métiers de l'ingénierie
- **Cible** : lycéens et étudiants

Points positifs

- +80 K de vues totales
- Nous avons pu faire passer plusieurs messages.

Points négatifs

- Difficile de mesurer la conversion réelle vers le site de la campagne.

Prix : 35 000€

TSUKU

Fait en 2025



VRAIMENT  
TOUT

PROPOSITION POUR 2026

## CONCEPT 1 : « LE PIRE ALTERNANT »

### Format : Vidéo

- Un influenceur spécialisé dans les immersions métiers se fait passer pour un alternant, filmé par un faux média étudiant.
- **Objectif** : créer un contenu incarné, drôle et bienveillant, capable de renforcer l'identification de la cible

### Points positifs

- Touche la cible
- Format horizontal facilement déclinable en extraits courts pour les RS
- Le prank fait partie des codes des jeunes et peut générer de l'engagement.

### Points négatifs

- Difficile de mesurer la conversion réelle vers le site de la campagne.
- Beaucoup de temps de logistique et organisation
- Choisir une seule entreprise, donc pas forcément représentative du secteur
- Durée de vie courte

Prix : 16 000€ + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

## PROPOSITION POUR 2026

CONCEPT 2 : « DÉFI : LE MONDE DU TRAVAIL ET TOI, POURRAIS-TU LE FAIRE ? »

### Format : Vidéo

- Un influenceur accompagne un alternant sur le terrain pour découvrir son métier
- **Objectif** : créer un contenu authentique et immersif, qui rend les métiers de l'ingénierie plus concrets, ludiques et accessibles.

### Points positifs

- Format intéressant et tendance sur les formats courts
- Très immersif.

### Points négatifs

- Difficile de mesurer la conversion réelle vers le site de la campagne.
- Beaucoup de temps de logistique et organisation
- Choisir une seule entreprise, donc pas forcément représentative du secteur
- Durée de vie courte

Prix : entre 14k - 16k€ + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

## PROPOSITION POUR 2026

### CONCEPT 3 : « TIKTOK / INSTAGRAM TAKE-OVER »

#### Format : Vidéo

- Des influenceurs (entre 200-500 K d'abonnés) font une immersion réelle dans les métiers de l'ingénierie.
- **Objectif** : Créer du contenu incarné et en lien direct avec les formats que la cible alternante consomme sur les réseaux sociaux

#### Points positifs

- Format intéressant et tendance sur les formats courts
- Très ludique et interactif

#### Points négatifs

- Difficulté à mesurer précisément la conversion
- Logistique et organisation chronophage
- Représentation limitée du secteur
- Durée de vie du contenu limitée sur les Réseaux Sociaux

Prix : entre 14k - 16k€ + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

## PROPOSITION POUR 2026

### CONCEPT 4 : « C'EST QUOI TON MÉTIER ? »

#### Format : Vidéo

- 1 influenceur réunit 2 ou 3 amis créateurs de contenu et tente de deviner les métiers de plusieurs personnes qui se présentent à eux
- Objectif : proposer un format divertissant et faire prendre conscience à la cible que l'ingénierie dispose d'une palette de métiers riches et variés

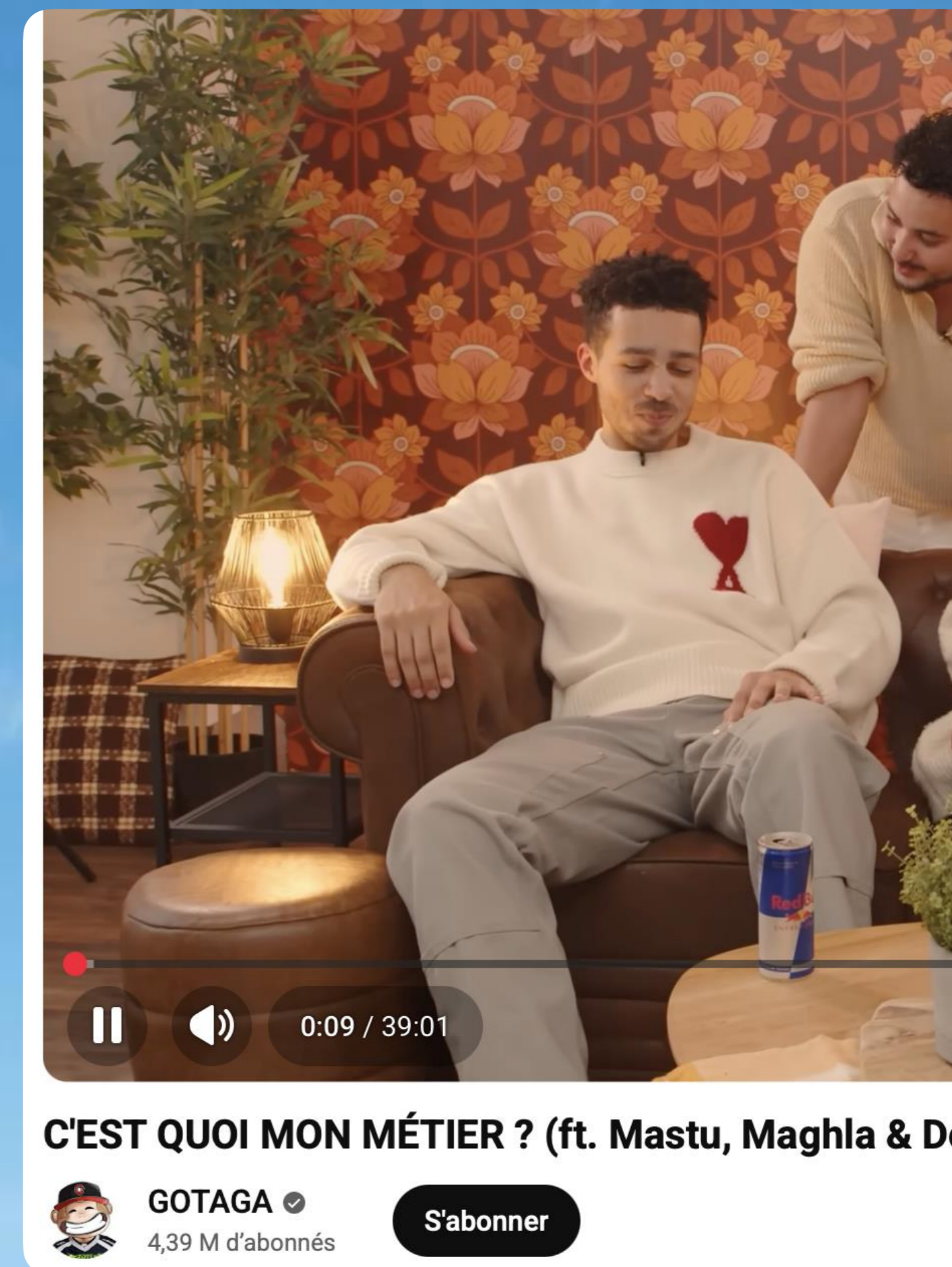
#### Points positifs

- Touche la cible 13 - 18 ans
- Format long (entre 15-20 min)
- Possibilité de faire des capsules pour le format vertical
- C'est un format avec plusieurs youtubeurs

#### Points négatifs

- Format de vidéo déjà très utilisé
- Choisir qu'une entreprise

Prix : entre 13 K – 19 K € + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

À VOUS DE CHOISIR !



VRAIMENT  
TOUT

# MÉDIA

Format : digital

- Référencement via une mini-app dédiée pendant 1 an.
- Objectif : augmenter la visibilité du secteur et l'engagement.
- Cible : collégiens 4e/3e et lycéens en seconde.

Points positifs

- +9 K de visites sur la mini-app
- +500 K d'impressions sur le display et +1,23% taux de clics.

Points négatifs

- On a déjà touché les utilisateurs de cette app

**NOMAD**  
EDUCATION

Fait en 2025



VRAIMENT  
TOUT

## PROPOSITION POUR 2026



### Format : digital

- 1 post carrousel : 8 à 10 slides (Option 1)
- 1 post breaking : 2 à 3 slides (Option 2)
- 1 story relais sur le compte Hugo Décrypte (Repost du compte Elan – Option 3)

### Points positifs

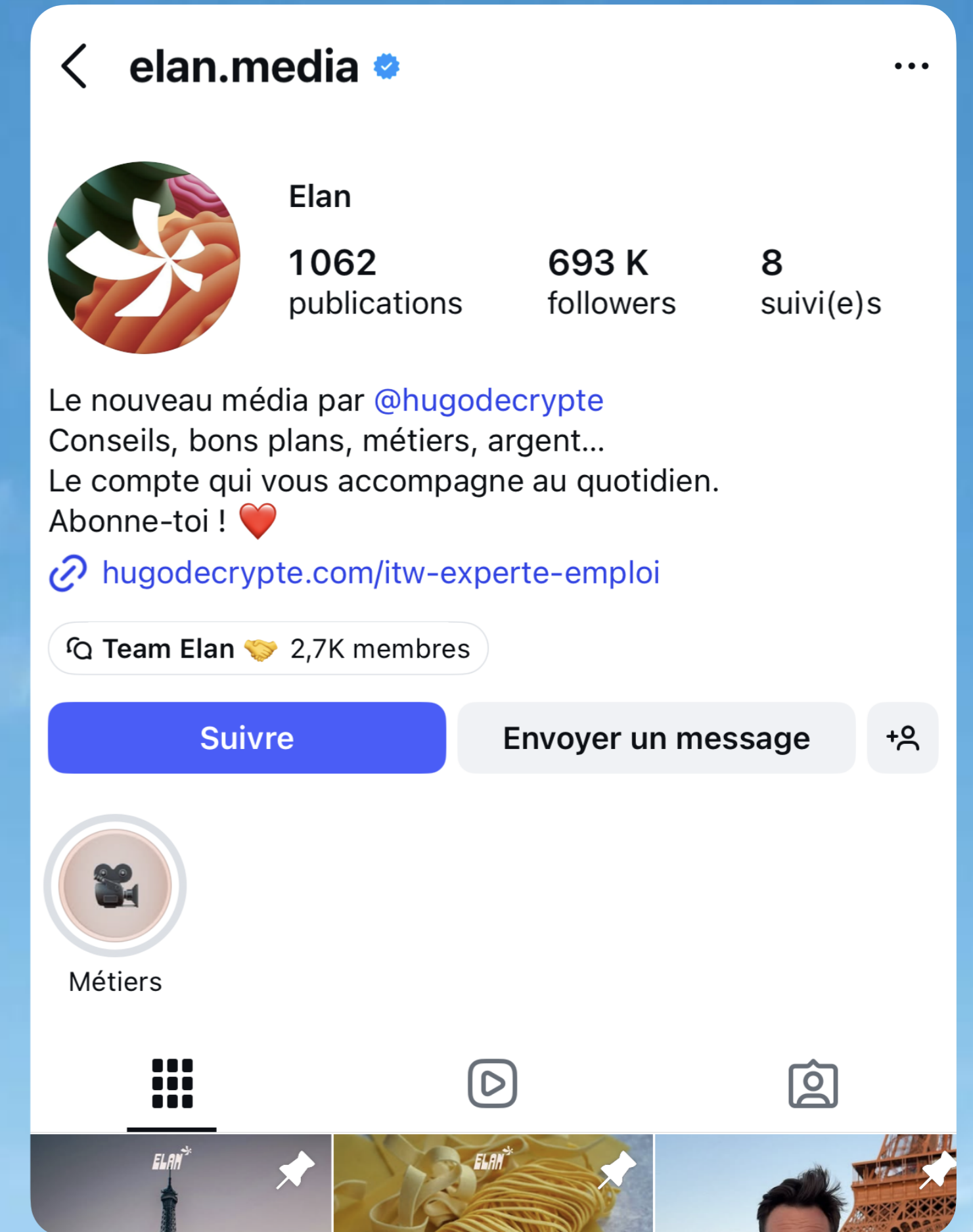
- Le compte Elan touche notre cible
- Communauté d'HugoDecrypte et reconnaissance du média
- Haut niveau d'engagement : + 4%

### Points négatifs

- Pas de tracking pour pouvoir voir combien de personnes ont cliqué sur le lien / @ du compte Vraiment Tout.
- Rapport quantité / prix

Prix : entre 8 - 25k €\* + 10% de frais d'agence

\*Le prix final dépend des options que nous prenons.



VRAIMENT  
TOUT

PROPOSITION POUR 2026



Format : digital - vidéo

- Création de contenu vidéo avec témoignages de professionnels
- Diffusion sur 12 mois sur l'app + réseaux sociaux Wilbi

Points positifs

- Mettre en valeur différents métiers
- Possibilité de récupérer le contenu et l'utiliser sur les plateformes Vraiment Tout.

Point négatif

- Chaque contenu coûte 4 000 €

Prix : 4.000 € (par métier)+ 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

PROPOSITION POUR 2026



Format : digital - article

- Création et diffusion d'un article de blog.
- Comprenant : Landing page du secteur avec différents contenus.

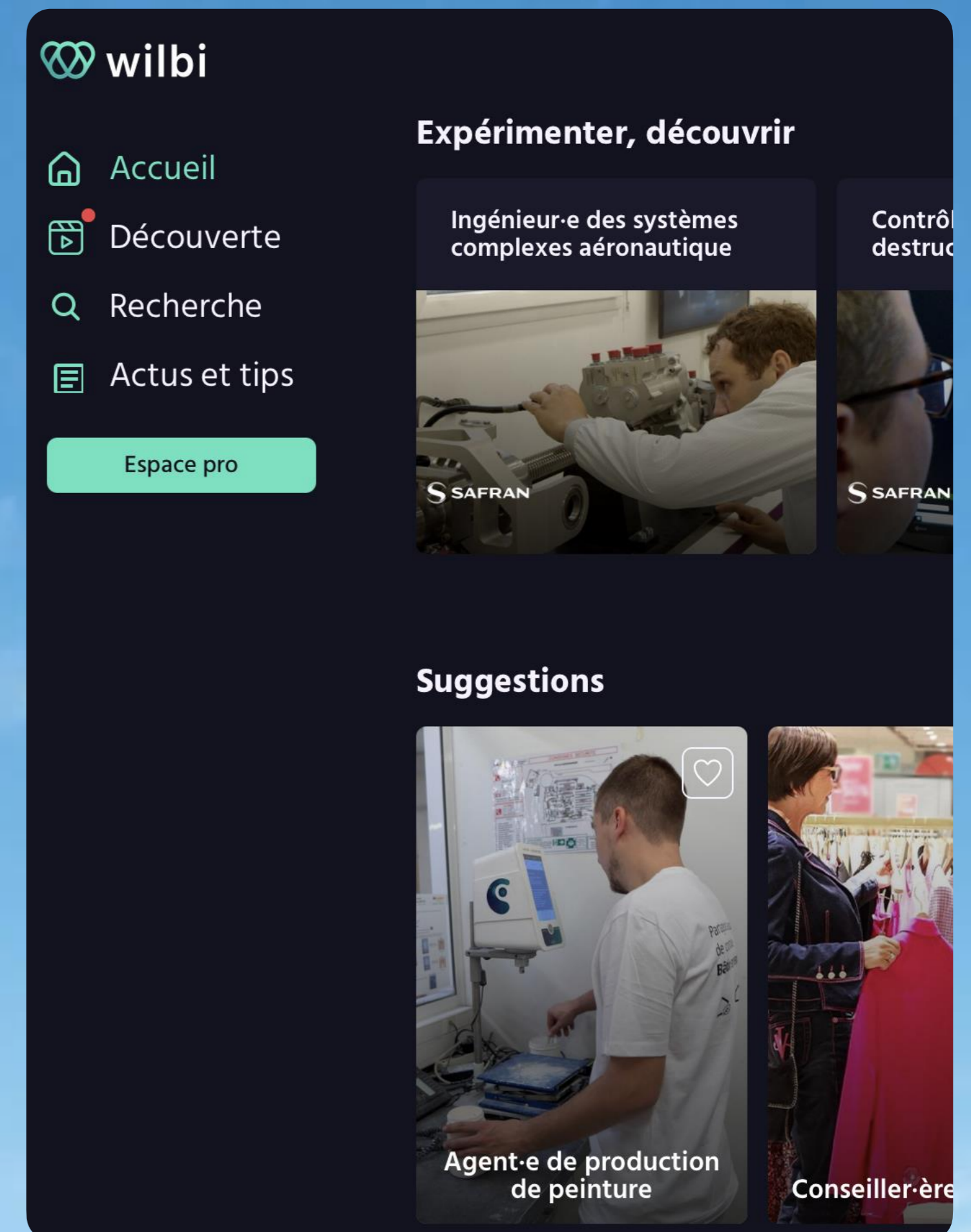
Points positifs

- Contenus divers, peuvent facilement attirer l'attention de la cible.

Point négatif

- Possibilité d'une durée de vie courte de l'article car pas de diffusion sur les réseaux sociaux de Wilbi.

Prix : 1.000€ + 10% de frais d'agence



VRAIMENT  
TOUT

À VOUS DE CHOISIR !



VRAIMENT  
TOUT