

RAPPORT DE STAGE

*Gaëlle
Martin*

IUT de Saint-Dié-des-Vosges
DUT MMI

Date de stage :

01 Avril 2019
à
08 Juin 2019

Tutrice :

 KANNY

Professeur :

 MELISON

**FORT-ESCAPE
&
FORT-PAINT**

MISSION :

**" DÉVELOPPER LA COMMUNICATION
DE L'ENTREPRISE "**



RAPPORT DE STAGE

**FORT-ESCAPE
&
FORT-PAINT**

Gaelle Martin

MISSION :

**" DÉVELOPPER LA COMMUNICATION
DE L'ENTREPRISE "**

IUT de Saint-Dié-des-Vosges
DUT MMI

Tutrice :

KANNY

Date de stage :

01 Avril 2019
au
08 Juin 2019

Professeur :

MELISON





REMERCIEMENTS

Je remercie **l'IUT de Saint-Dié-des-Vosges** qui m'a permis de faire mon stage. Je remercie **ma tutrice [REDACTED] KANNY** de m'avoir permis de mettre en place mes missions et intégrer ma place dans l'entreprise.

Je remercie bien évidemment **Monsieur [REDACTED] [REDACTED] OBTEL** et **Madame [REDACTED] THANRY**, gérants de l'entreprise, qui m'ont offert une place au sein de l'entreprise.

Je remercie aussi **[REDACTED] BONNARD**, qui m'a confié des missions et m'a accueillie lors de mes premiers jours.

Je remercie **[REDACTED] BRUNEAU** et **[REDACTED] DESCAMPS**, pour leurs accueils au sein du fort et de leurs aides. Je remercie aussi **[REDACTED] MARCHAL** et **[REDACTED] MOUSSIER** pour leurs aides.

Je remercie **toute l'équipe** pour l'accueil qu'ils m'ont offert à l'arrivée et leurs aides tout le long de mon stage. Je les remercie aussi pour leurs passions qu'ils ont su me partager et je les remercie de m'avoir guidé et émis des suggestions sur mes travaux pour que ceux-ci puissent être au mieux.

SOMMAIRE

∞ RESUME

≡ INTRODUCTION

ENTREPRISE

- | | |
|----------------------------------|----|
| 1) L'identité visuelle | 15 |
| 2) La Politique | 16 |
| 3) Historique | 17 |
| 4) L'équipe & la communication | 18 |
| 5) La marché | 20 |
| 6) Points forts & points faibles | 22 |

MISSIONS

1) Cahier des Charges	26
2) Réflexion	30
Faire partie d'un tout	30
Les énigmes	30
Créations	33
3) Réalisation	38
Communication	38
Animation	52
Production de Contenu	56

CONCLUSION

59

FRANÇAIS

Finissant mes études à l'**IUT de Saint-Dié-des-Vosges** en DUT MMI, j'avais pour finalité de trouver un stage. J'ai alors directement cherché dans les **secteurs qui me plaisent** afin de véritablement faire un stage qui serait intéressant. Et dans mes recherches, je suis tombée sur l'annonce pour ce stage, dans cet entreprise que je connaissais, car j'avais pu être l'une de leurs clients lors d'une de leurs sessions d'escape game géant. **Quoi de mieux que d'aller dans un univers qui vous plaît**, où les missions vous plaisent et dans une structure que vous avez payé précédemment pour voir et découvrir ?

Mon stage a débuté le 01 Avril pour une durée de 10 semaines, dans l'entreprise OBTHAN. L'entreprise est la jonction de deux sociétés différentes dans le loisirs : **Fort-Escape et Fort-Paint**. Ces deux sociétés se rejoignent dans le domaine du loisirs, Fort-Paint s'inscrivant dans le loisir sportif, et Fort-Escape dans un type de loisirs basé sur la réflexion. Durant mon stage j'ai pu travailler dans deux endroits différents, tout d'abord dans les bureaux à Nancy Centre la semaine, et au fort de Blénod-lès-Toul le samedi et certains jours de la semaine.

Durant ce stage, j'ai été suivie par ma tutrice, **KANNY**, qui m'a donné mes missions et m'a guidé. J'ai aussi pu acquérir des missions des autres employées et des patrons. Au cours de ce stage, j'ai pu aborder différents domaines à travers les missions qui m'ont été confiés. J'ai pu aborder le **domaine de la communication**, avec du graphisme, du web et de l'audiovisuel, domaines abordés à l'IUT, mais j'ai pu aussi aborder le domaine de l'animation et découvrir plus en détails celui des escapes games.

Ce stage m'a permis de **parfaire mes connaissances théoriques et pratiques** dans les trois domaines du graphisme, web et audiovisuel. Mais il m'a aussi permis de découvrir l'univers de l'animation et du loisir et d'acquérir des compétences dans ces univers. Ainsi qu'acquérir des compétences dans la réalisation d'énigmes.

Ce stage fut **ma meilleure expérience professionnelle à ce jour** et m'a permis en plus d'acquérir des compétences techniques, d'augmenter ma capacité de communication à l'oral, ainsi que me donner de l'assurance.

ANGLAIS

Finishing my studies at the **IUT of Saint-Dié-des-Vosges** in DUT MMI, my goal was to find an internship to finish. So, I searched directly into **the sectors that I like**, to really have an internship that would be really interesting. And in my research, I came across an announcement for this internship, in this company that I knew, because I was one of their customers during one of their giant escape game sessions. **What's better than going into a universe that you like**, where the missions delight you, and in a structure that you have previously paid to see and discover ?

My internship began on April 1st for a period of 10 weeks, in the company OB-THAN. The company is the junction of two different firms in leisure : **Fort-Escape and Fort-Paint**. These two firms come together in the field of leisure. Fort-Paint being part of sports leisure, and Fort-Escape in a type of leisure based on reflection.

During my internship, I could work in two different places, first in the center of Nancy in the office during the week, and at Blénod-lès-Toul in the fort on Saturdays and some other days.

This internship allowed me to **perfect my theoretical and practical knowledge** in the three areas : Graphic design, web and audiovisual. But it also allowed me to discover the world of animation and leisure and to acquire skills in these areas. As well as acquire skills in the realization of enigma.

This internship was **my best professional experience at this day**, and he allowed me more than technical skills, he increase my oral communication skills and give me confidence.

In my internship, I was monitored by my tutor, **KANNY**, who gave me my missions and guided me. I have also acquired missions from other employees and bosses.

Throughout this internship, I could approach different specialties through the missions that were assigned to me. I could approach **the field of communication** by different way : Graphic design, web and audiovisual, specialties covered by the IUT. But I also approached the field of animation and discover in more details the one of the escape games.

RESUME



- Fort de Blenold-les-Touls -

INTRODUCTION

Attirée par le graphisme, mais surtout la création en générale je me suis tournée vers le DUT MMI après mon Bac. Le choix était évident car la création y est omniprésente, en plus de sa polyvalence dans trois grands domaines : Le web, l'audiovisuel et l'infographie. Au cours de ces deux années, **plus de doutes pour moi, je voulais continuer dans le graphisme.**

Le stage approchant, c'était un moyen de pouvoir acquérir de l'expérience et découvrir l'infographie de plus près. Dans les locaux de l'entreprise Obthan, j'ai pu acquérir de l'expérience, et découvrir plus en détail le graphisme, et l'univers du loisirs.

Durant ce stage de 10 semaines, de nombreuses missions m'ont été confiés, principalement dans la communication par les réseaux sociaux, par divers posts et vidéos. L'entreprise Obthan c'est l'alliance de diverses loisirs qui forme Fort-Paint et Fort-Escape. On y retrouve Paintball et Lasergame au sein de Fort-Paint et Escape game en salle ou géant pour Fort-Escape.

Mes missions principales étaient principalement portées pour Fort-escape, mais l'animation faite lors des week-ends constituait une des missions pour Fort-Paint. Mes missions étaient importantes, car la communication et l'image qu'on reflète d'une entreprise sont des éléments très importants car ils conduisent à une bonne ou mauvaise perception de l'entreprise par les clients.

Dans un **premier temps**, je vais présenter l'entreprise. Puis, dans un **second temps**, je présenterai mes missions lors de mon stage, divisé en trois parties : Le cahier des charges, la Réflexion et la Réalisation. Je terminerai par une conclusion, et des annexes, glossaires et bibliographies seront présents à la fin de ce rapport.

L'ENTREPRISE

OBTHAN
Fort Escape et Fort Paint
EN DÉTAILS

L'ENTREPRISE

L'entreprise OBTHAN a été créée par ces deux dirigeants : [REDACTED] **OBTEL** et [REDACTED] **THANRY**. A travers celle-ci on découvre Fort-Paint et Fort-Escape. Ces deux sociétés regroupent les mêmes employés et se trouvent au même lieu : Le fort de Blénod-Les-Touls.

Raison Sociale

OBTHAN (Fort-Escape & Fort-paint)

Objet Social

Activité récréative loisirs

Siège Social

[REDACTED] **Nancy**

Forme Juridique

Société à responsabilité limitée

Taille de l'entreprise

5 personnes en tout temps & [REDACTED]

Dirigeants

[REDACTED] **THANRY** & [REDACTED] **OBTEL**

Téléphone Messagerie

[REDACTED] & contact@fort-paint.fr

SIRET NAF

518 149 79400019 & 4764Z

Fort-Paint et Fort-Escape sont deux sociétés basés sur les activités loisirs, dans différents thèmes. Pour Fort-Paint, les activités proposées sont plus sportives avec du paintball et du lasergame. Tandis que Fort-Escape propose des activités plus réfléchies.

1) L'IDENTITÉ VISUELLE

Tout comme leur domaine d'activité, les deux sociétés Fort-Escape et Fort-Paint ont **deux identités visuelles** bien différentes. Les logos définissent une charte graphique, pourtant l'entreprise n'en possède pas une définie sur papier. Ce sont les couleurs du logos qui sont utilisés pour les différents éléments, mais les polices forment différent selon les éléments et visuels créés par celle-ci.



La couleur **Jaune** est souvent utilisée, ainsi que la police : **Hansen**

L'esthétique est en générale sombre.



La couleur **Bleu** est souvent utilisée, il n'y a pas de police principale.

L'esthétique est en générale assez sobre.

Le **logo de Fort-Paint ne peut être utilisée en grand format** du fait de sa pixellisation très élevée. Sa qualité ne permet pas une trop grande expansion du logo. Je suggère de retravailler le logo afin que celui-ci soit exploitable sur grand format.

2) LA POLITIQUE

La **politique qualité** de l'entreprise est celle que le client doit être satisfait par les services qui lui ont été proposées, et si tel n'est pas le cas, améliorer celle-ci.

Par cette **recherche de qualité et de nouveauté**, on retrouve la recherche et développement de l'entreprise, qui chaque année, pousse encore plus loin leur volonté d'innovation. Avec par exemple de nouvelles activités, comme le laser game outdoor mis en place cette année ou le renouvellement des énigmes des salles d'escape game et l'ouverture de nouvelles salles. Ou encore avec l'intégration de technologie digitale prévue durant les mois à suivre, lors de leurs événements géants et salles d'escape game. Mais aussi mettre plus en avant la communication de certains de leurs services.



Pour la **politique de prix**, elle s'inscrit selon le domaine d'activité. Pour le paintball, le prix est fixé [redacted] et est au même niveau que les tarifs des concurrents. Pour le laser game, le prix est fixé sur [redacted] sont les mêmes. Pour l'escape game (géant ou salle), le tarif est dégressif selon le nombre de personnes dans la réservation, et est un tarif basé sur [redacted]. Tout comme le laser game ou le paintball, son tarif s'inscrit dans ceux de la concurrence.

3) HISTORIQUE

Les deux dirigeants, **THANRY** et **OBTEL** ont acheté le fort afin de faire des activités de paintball.

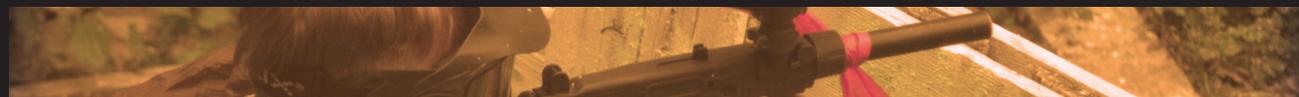
L'entreprise a démarré en **2011**, avec l'achat du fort de Blénod-les-Touls. Mais ce n'est qu'une année plus tard, après les **travaux de rénovation**, que celle-ci ouvrit le fort au public, avec la création d'événement de paintball, au sein de **Fort-Paint**. En **2014**, le **paintball** est désormais **accessible à tous** avec la location de matériel, allant jusqu'à 100 personnes par jour.



En **2016**, **Fort-Escape** prend place au fort avec deux salles d'Escape Game : «Docteur Jekyll & MrHyde» et «La Prison d'Alcatraz». En **Novembre 2016**, les **premiers escapes games géants** prennent place, avec Asylum Nightmare. Les **escapes games** réservés aux **entreprises** se sont mis en place en même temps que le public. En Avril **2017**, **une nouvelle salle** d'escape game ouvre ses portes, c'est "Le Manoir de Dracula". En **décembre 2018**, la salle d'escape game "**La Cabane Obscure**" ouvre ses portes. En **Mars 2019**, le **lasergame** se met en place.



Toujours en **2019**, vous pourrez retrouver aussi le **premier événement lasergame**.



4) L'ÉQUIPE & LA COMMUNICATION

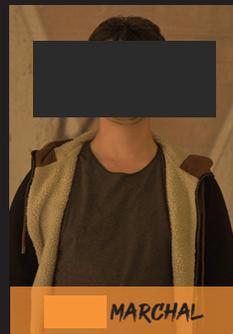
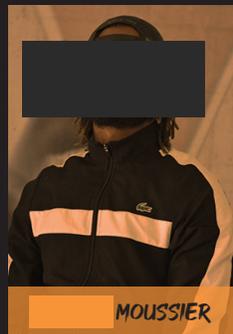
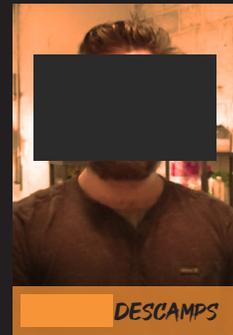
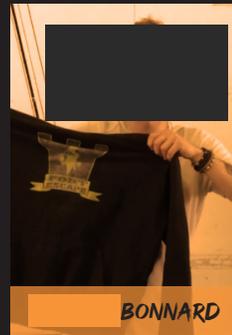
L'entreprise Obthan comporte **5 personnes** en tout temps au sein de l'entreprise. Tout d'abord, nous avons les deux dirigeants : **THANRY** et **OBTEL**. Puis, nous retrouvons **KANNY**, tutrice de mon stage. Ensuite, on distingue **BONNARD**. Il se trouve une personne qui sera toujours au fort, afin de s'occuper des activités lors de la semaine. Lors de mon stage ce poste a été occupé par **BRU-NEAU**, puis par **DESCAMPS**. Durant le stage, je n'étais pas la seule stagiaire, à mes côtés, **MARCHAL** et **MOUSSIER**.

Les employées travaillent **35 heures par semaine**, avec deux jours de repos. En dehors de M.BRUNEAU et de M.DESCAMPS qui n'interviennent qu'au fort, les employées ont au minimum une journée au fort, et 3 à 4 jours au bureau. L'emploi du temps étant basé sur les réservations et sur le travail à produire, il est possible que les jours au fort soient plus conséquent que ceux au bureau ou décalés.



La **communication interne** de l'entreprise se fait principalement par téléphone lorsque la personne qu'on cherche à contacter n'est pas présente à nos côtés. Mais cette communication se fait aussi par mail. La plupart de ces échanges se fait par le biais de dialogue direct. Lorsqu'il y a de grosses informations à passer, la communication interne se fait par le biais de réunion.

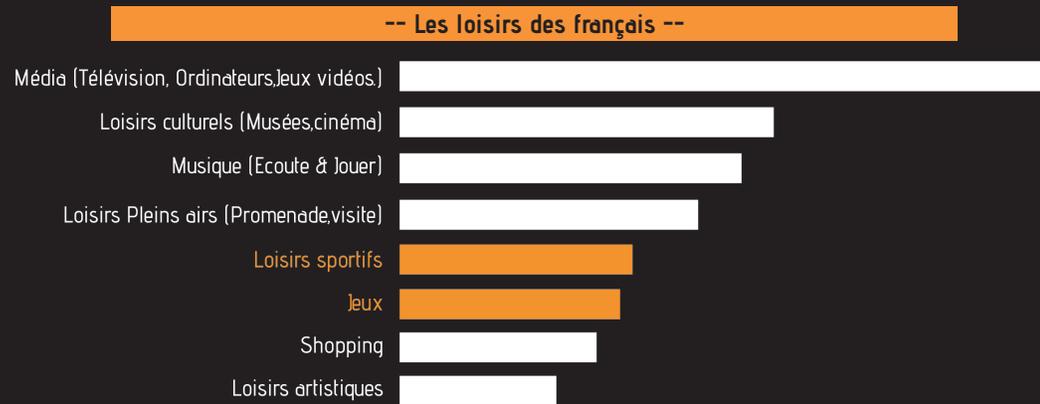
La **communication externe** de l'entreprise se fait principalement par les réseaux sociaux. Il y a tout de même du print et du web, avec un site internet pour chaque société (Fort-Paint & Fort-Escape) ainsi que des flyers regroupant les services des deux sociétés. Mais aussi des affiches et flyers sur les différents événements proposés par Fort-Escape. La communication est donc principalement



5) LE MARCHÉ

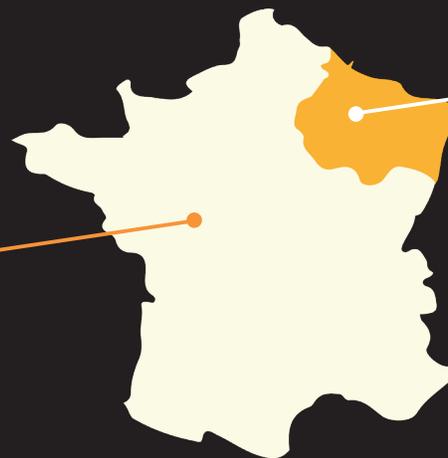
Comme toute entreprise, les deux sociétés ont des concurrents par leur domaine d'activité et leur secteur géographique.

Chacune des sociétés s'inscrit dans un **marché particulier** qui se regroupe dans celui des activités de loisirs.



~450
Enseignes de salles
d'escape game

EN FRANCE



escapes games.

11
Enseignes de salles
d'escape game

EN GRAND EST



ESCAPE HUNT
NANCY



CUBE ESCAPE
NANCY



LES MYSTERES DE L'EST
EPINAL



LA PORTE SECRETE
AUNY

Fort-Paint se positionne pour **le paintball et le lasergame** dans le marché du loisir sportif.
Ces concurrents notable en Lorraine :



AVENTUR'EST PAINTBALL
VELAINÉ-EN-HAIE



PAINTBALL DE VECKRING
VECKRING

La **concurrence** est plus difficile à contrer pour les **escapes games**, car un scénario ne peut être fait plusieurs fois, donc la clientèle ne peut pas réellement revenir souvent.

La force de l'entreprise c'est son **authenticité avec le fort**, et les services qu'elle propose. Malheureusement parmi les concurrents de paintball, l'un a aussi cette spécificité d'immerger les joueurs dans un fort, c'est le Paintball de Veckring.

6) POINTS FORTS & POINTS FAIBLE

Comme toute entreprise, Fort-Paint et Fort-Escape ont des points forts et des points faibles. Je commencerai par les points forts, puis enchaînerai avec les points faibles.

POINTS FORTS

Tout d'abord, la localisation, **le fort**, c'est un **endroit atypique** et qui dégage une certaine ambiance qui ne peut se retrouver dans un studio même avec les plus parfaits décors. Le lieu a une histoire et chaque recoin la transmet. De plus, pour aller à l'escape game, il faut emprunter les souterrains, et se plonger dans le noir pour arriver devant une grille et un couloir aux lumières vertes, amenant tout de suite une ambiance de mystère.

Leur nouvelle activité instaurée cette année, **le laser game**, leur permet de toucher les plus jeunes, le paintball étant principalement adultes et adolescents. Une nouvelle cible est accessible, mais le laser game peut aussi toucher les adultes. Facile et sécurisé, le laser game est un réel plus pour les enfants et permet de faire du jeu de tirs sans risques de blessures ou de salissures.

Mais **leur plus gros point fort ce sont les escapes games géants** qu'ils proposent. Original et peu mis en place en France, ils sont les précurseurs de ce genre d'événement.

Pour rester sur l'aspect du fort, en plus de son authenticité, on y retrouve **la surface**, avec un fort militaire, une zone de jeux pour paintball et laser game sur le terrain, et un grand espace de forêt autour. Les souterrains et le haut du fort étant accessible à tous les joueurs. Aillant trois zones de jeux (La fosse, le fort, et le village), trois groupes de paintball ou laser game peuvent jouer simultanément.

La polyvalence des employés est aussi un gros plus, car il y aura toujours quelqu'un pour s'occuper d'une activité si un autre est appelé autre part, cela permet de ne pas avoir de moments d'attentes et de fluidifier, ainsi que rentabiliser le temps de travail.

Avec peu de concurrents à l'appel, ils sont sûrs de remplir leurs sessions et d'attirer du monde. Le concept original surf sur l'escape game et l'aventure, donnant de la vie à la réflexion.



Mais comme toutes entreprises, bien que les points forts soient présents il subsistera toujours des points faibles.

POINTS FAIBLES

CENSURE

CENSURE

CENSURE

CENSURE

CENSURE

MES MISSIONS

MISSIONS
Fort Escape et Fort Paint
EXPLICATIONS

MES MISSIONS

1) CAHIER DES CHARGES

Mes différentes missions étaient orchestré par un planning changeant de semaine en semaine, avec contraintes et besoin.

Mes **missions principales** étaient la **large** mission de développer l'attractivité de l'entreprise sur les réseaux sociaux ainsi que celle de faire de l'animation. Les domaines étant large, ils ont pu réunir **beaucoup de petites missions** avec chacune d'elle leurs contraintes :

Les Visuels

Les Visuels doivent **interpeller** les personnes qui scrolleront sur facebook ou instagram, les deux réseaux sociaux de l'entreprise. De plus, étant des visuels qui s'appliquaient à des dates précises, il fallait les finir avant cette date. Ayant tous les outils à disposition, cet mission n'a pas eu de réel budget.

- ☒ Vacances Scolaires : Avant le 6 Avril
- ☒ Ouvertures Exceptionnelles : Avant le 1er et 8 Mai.
- ☒ Pâques : Avant le 19 Avril

Les Veilles

Les veilles réalisées avaient pour chacune d'elles **leurs contraintes**, et le budget mise en place pour est égal à zéro vu que tout le matériel est déjà en place dans l'entreprise.

- ☒ **Veille Événement** -> La contrainte étant de trouver des événements dans la lorraine et au plus grand le grand est.
- ☒ **Veille Concurrence Laser Game Vidéos** -> Le temps que je passe sur cette veille ne me permet pas d'avancer dans la vidéo que je dois réaliser.



SUN	MON	TUES	WED	THURS	FRI	SAT
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17

Les Vidéos

Les vidéos ont eu **plus de contraintes** que les autres missions qui m'ont été confiées. Tout d'abord, pour pouvoir réaliser un montage vidéo, il faut mettre en place un planning, un temps pour la création du storyboard, un temps pour le tournage, un autre pour le dérushage, un pour le montage et un pour les effets. Le budget reste le même car tous les éléments sont à portée de main pour pouvoir réaliser ces vidéos.

☒ **Trailer de la Cabane Obscure** -> Le storyboard est a réalisé avant le tournage. Pour le tournage, il faut des acteurs, et que ceux-ci soient libre. Pour le montage, rien ne peut être fait sans tournage. Pour ce qui est des effets, certains effets doivent être appris afin qu'il soit réalisée. La teaser n'a pas de deadline à proprement dit, hormis la fin de mon stage.



La Prospection

Cet mission n'a pas de contrainte matériel hormis d'avoir des flyers pour pouvoir les distribuer. La contrainte principale est de **ne pas partager une image négative** de l'entreprise en insistant de trop.

Les mails personnalisés

La contrainte de cet mission est **le temps** en premier lieu, donnée deux semaines avant sa deadline, il faut que celle-ci soit fini pour l'ouverture des inscriptions de l'événement "l'école des sortilèges". La seconde contrainte est celle de faire **un mail léger** mais avec des visuels (web mails). Plus, il subsiste la contrainte de savoir, il faut apprendre en même temps que réaliser.



1) CAHIER DES CHARGES

L'Animation du Paintball et du Lasergame

Les difficultés de l'animation sont surtout le **comportement**. Il est important de toujours sourire et d'expliquer calmement les choses. Un autre point est celui d'**être toujours présents**, même si on s'occupe de quelque chose d'autres, on doit être présents pour répondre aux demandes des autres clients.

L'Animation des Escapes Games Geant

Les difficultés sont surtout **la gestion du stress**, savoir **s'immerger dans son rôle** et ne pas en sortir avant la fin du jeu, réussir à assurer son rôle perturbateur tout en ne bloquant pas les réponses aux joueurs.

Les énigmes

La contrainte c'est surtout **le temps**, les énigmes devaient être prêtes pour le 23 afin qu'elles puissent être mises en places pour le 25. Sinon, une autre contrainte, plus personnelle, c'est de réussir à **avoir des idées** pour pouvoir créer ses énigmes. C'est une réflexion qui est parfois difficile.



Le budget qui a été mis en place pour le bon déroulement de mon stage est celui-ci :



Matériel (Ordinateur), des ordinateurs ont été disponible.



Logiciels (Premiere Pro, After Effect, Illustrator et Photohop) : Déjà mis en place dans l'entreprise donc pas de surcout.



Images utilisées : Libre de droit et gratuite OU image réalisée par l'entreprise.



Polices utilisées : Libre de droit et gratuite



Formation à l'animation : Pas de coût monétaire mais un certain temps.



Appareil photos et Gopro : Déjà présents lors de mon arrivée.



2) RÉFLEXION

1) FAIRE PARTIE D'UN TOUT

Avant de pouvoir créer quoi que ce soit, il faut réfléchir à ce que l'on veut faire. Dans l'entreprise, **la réflexion est toute aussi importante que la création**, car avant d'avoir mis en forme les énigmes il fallait les avoir créés. La réflexion est une étape importante de la création, c'est de là que tout part. Dans cette phase, il n'y a pas seulement l'idée de quelque chose, mais il y a l'étude pour voir si celle-ci sera réalisable, prendre en compte ses inconvénients et trouver des solutions.

Dans l'entreprise chaque idée est bonne à écouter, **il n'y a pas de mauvaises idées**. Les réflexions de chacun deviennent un tout, c'est pour cela que l'importance d'exprimer ces idées est une partie conséquente de ce rapport.

J'ai alors pu donner mes idées, prendre compte celles des autres et proposer une création autour de celles-ci. Principalement lors des réunions, **la réflexion est mise en avant**. Quels nouveautés mettre en place ? Comment en feront nous la communication ? Quels énigmes à faire naître dans les salles ? Et bien d'autres questions qui fusent et donnent de la réflexion. Parmi différents thèmes évoqués, deux axes de réflexions sont à prendre absolument en compte : Les énigmes et La création.

2) LES ÉNIGMES

La réflexion autour des énigmes est une des missions que j'avais, en effet, en préparation de **l'escape game géant "The Camp 2"**, il fallait créer des énigmes pour celui-ci. The camp fut un événement créé par Fort-Escape en 2018, qui fut un grand succès. Un an après, Fort-Escape renouvelle le principe de l'événement dans un second volet : "The Camp 2". Le principe de "The Camp" est un escape game géant dans le fort, avec pour compagnie les plus grands tueurs du cinéma : Allant de Jason à Myers, l'événement promettant frayeur. En cette **nouvel édition, les énigmes ne doivent pas être les mêmes**, le principe du jeu a lui aussi changé, gardant la même grande thématique : S'échapper et être couronné par des tueurs.



Au début, sans connaître le déroulement du jeu, j'ai réfléchi aux différentes énigmes qui pourraient se faire. Lors d'une réunion en présence des deux dirigeants, de ma tutrice et des stagiaires, **j'ai pu exposer mes idées** et prendre note de celles des autres.

Les énigmes voulues devaient être en rapport avec **la thématique : les serials killers**. Les énigmes se trouvent dans chaque zone de jeux qui correspond à un tueur. Il fallait donc réfléchir à des énigmes qui s'inscrivent à tel ou tel tueur, pour que celles-ci puissent se trouver dans tel ou tel territoire.

Alors pourquoi pas créer **une énigme autour des infirmières de Silent Hill**,



au lieu de fiches plastifiées pour que les joueurs soient plus immergés dans le jeu.



L'importance de la réflexion est mise en avant par les réponses des autres : Par exemple, l'idée est une bonne idée en soit pour les joueurs, mais nécessite des copies car les vols et pertes sont courants dans de gros événements comme celui-ci. Ou encore avec des idées que nous n'avions pas pensé nous-même, au lieu d'avoir un panneau à lire, rend plus ludique le jeu.



Afin d'avoir plus d'idées, j'ai regroupé tous les éléments qui forment l'univers d'Harry Potter dans un **Mind Mapping**. Puis j'ai développé certains éléments en énigmes. Par exemple, [REDACTED]

Les différentes réflexions pour les énigmes faites autour de cet événement **ne sont toujours pas sûres** car l'événement se déroulera en Septembre, et la priorité est mise sur l'événement The Camp 2 se déroulant le 25 Mai et 8 Juin 2019.

3) CRÉATIONS

Au delà des énigmes, il faut mettre en place une réflexion autour de la création en général. D'abord, il y a la **création de nouveaux événements** à réfléchir, ensuite la **création à l'intérieur de ceux-ci**. Même si un événement escape game géant se base principalement sur les énigmes qui s'y trouveront, il faut mettre en place autour, d'autres créations.

Lors de la réunion du 23 Avril, après avoir réfléchi et discuté des énigmes de The Camp 2 et de son organisation, nous avons réfléchi sur un nouvel événement qui se tiendrait courant Octobre, pour Halloween.

Quel serait le thème de cet escape horreur ? [REDACTED]

L'Abattoir² [REDACTED]

[REDACTED] Le paranormal. Des idées me vinrent sur ce thème entre illusions et réels.



La première question est la suivante : Comment représenter les phénomènes paranormaux ?

² : Un des escape games géants de Fort-escape reprenant le tueur Leatherface

2) RÉFLEXION

3) CRÉATIONS

Après s'être remis en tête les films les plus populaires de paranormal comme **Paranormal Activity**³ ou **Conjuring**⁴, il était temps de donner ses idées. **Le paranormal c'est une ambiance**, il fallait donc jouer plus sur l'ambiance que le réel.



Mais après discussion et réflexion, **les installations sont trop coûteuses**, car il en faudrait une quantité élevée et les joueurs ne seraient pas totalement dans l'ambiance sans objets et visuels concrets.

Après avoir essayé de tourner par différentes thématiques de l'horreur, comme les possessions de poupées et de démons, **le thème a été évincé** du prochain événement. Tout d'abord parce que le thème horreur est très récurrents dans les événements déjà créés, et il a été **suggéré par les clients de faire un événement qui ne soit pas horreur**.

D'abord une suggestion mis de côté, l'idée de faire un **escape game géant Harry Potter** est devenue le prochain événement. La question qui s'est posée en premier est : "Est-ce que les gens vont venir ?".

3 : «Paranormal Activity» sont des films où, comme le nom l'indique, il se passe des choses paranormales, notamment avec des esprits. Ce sont des maisons et familles qui sont hantées.

4 : «Conjuring» est un film où il y a des cas de possessions et d'esprits.

la communauté [PotterHead](#)⁵.

Harry Potter étant très populaire et très apprécié, la réflexion est autour de **la magie qui peut être une difficulté** à mettre en place. Quels seront les décors qui feront prendre vie à la magie ? Quel ambiance voulons nous donner ? Quels énigmes sont possibles à mettre en place ?

Mais alors, quels seront les décors et rentreront-ils dans le budget ? Moi qui aime beaucoup les créations en générales, principalement les manuelles, j'ai déjà pu faire quelques créations qui se rapportent ou ressemblent à Harry Potter, j'ai pu alors donner mes idées et ce que je sais.



⁵ : Les Potterheads sont la communauté de fans autour de la saga Harry Potter.

⁶ : Le sixième volet : «Harry Potter et le Prince de sang mêlés» est celui qui marque la césure et qui amène l'univers dans le côté plus sombre de la saga.

⁷ : Les premiers volets de la saga sont basés sur l'émerveillement, particulièrement le premier volet «Harry Potter à l'école des sorciers».

⁸ : Les maisons dans la saga «Harry Potter» sont des sortes d'équipes qui s'affrontent chaque année pour remporter la coupe des quatre maisons. Ici, ce sera la même chose.

2) RÉFLEXION

3) CRÉATIONS



La date de l'événement étant assez éloigné, les décors ne sont pas la priorité, la réflexion est alors tournée sur **la communication**.

[redacted], l'idée est donc de retranscrire ça dans la communication et de **faire ressentir la magie**.

[redacted] des mails de confirmation de réservation personnalisés,

[redacted] Pour ce qu'il y est de la communication sur les réseaux sociaux, une vidéo donnera plus envie qu'un texte et une photo, il

a donc été décidé de faire une vidéo teasing courte qui rappelle l'univers d'Harry Potter. L'événement se déroulant en Septembre, la réflexion a été mis en suspend, pour d'autres activités et réflexion.

Un **autre événement** était à mettre en place, cette fois-ci pas pour la société Fort-Escape mais pour Fort-Paint.

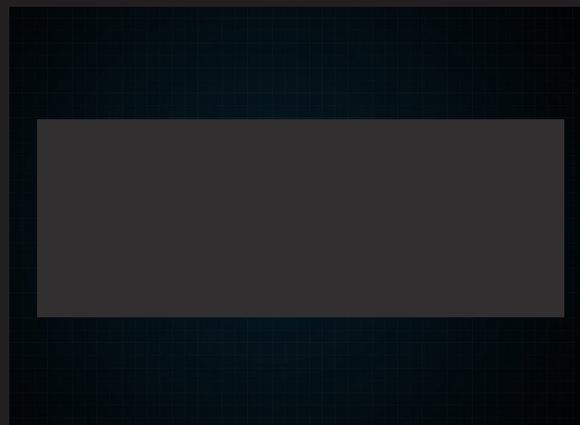
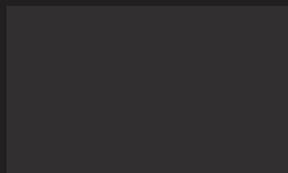


9 : Lorsque les sorciers sont admis pour leur première année à Poudlard, une lettre d'admission leur est envoyé par hibou.

10 :

11 :

12 :



Après toutes ses réflexions, il faut mettre en pratique ce qui a été réfléchi, et c'est là que commence **la phase de réalisation.**

3) RÉALISATION

Parmi les différentes réalisations que j'avais à faire, la majorité était des réalisations ancrées dans la création, mais j'ai aussi pu produire des services. Parmi toutes ces réalisations, **la partie la plus importante et développée fut la Communication**, je commencerai donc par celle-ci puis développerai les autres.

1) LA COMMUNICATION

La communication est une chose **très importante** dans une entreprise, tout l'aboutissement d'un projet peut être réduit à néant par une mauvaise communication. La communication est un domaine large et diversifié, on y retrouve du print, du web, du service, du décor et tenues, de l'audiovisuel ou encore de la recherche.

A. LES VEILLES

D'abord, avant de mettre en place la communication, il faut mettre en place des veilles plus ou moins importantes et longues, qui permettront ensuite de mettre en place ou non tel ou tel stratégie de communication. La plupart des veilles de l'entreprise effectuées n'ont pas été faites par mes soins, mais j'ai pu en réaliser deux pour deux thématiques différentes.

La première veille qui m'a été confiée a été **une veille sur les événements** étant reliés à l'entreprise, se déroulant dans la région lorraine et ses alentours. Parmi les différents événements proposés en lorraine, deux thématiques principales se relient à celles de Fort-Escape et Fort-Paint, **les salons du mariages et les salons de jeux**.

L'entreprise proposant du paintball et des escapes games pour les **enterrements de vie de garçons ou de jeunes filles**, peut s'inscrire dans les salons de mariages et promouvoir leurs activités, comme par exemple au salon du mariage de Nancy.

Les **salons de jeux** permettent surtout aux escapes games de faire leurs communications avec divers stands, comme lors du salon du jeu d'Epinal. Ici, la communication pourrait être plus interpellante avec des **stands** où les personnes pourraient faire de minis escapes games afin de découvrir l'univers et de s'intéresser réellement à ce qu'on lui propose. Comme l'Entreprise a pu le faire lors du salon de la billetterie à Auchan.

En dehors de ces deux salons, d'autres événements attirent du monde et se lieraient à l'entreprise, notamment **les conventions "geek"** qui peuvent correspondre aux clients attendus, comme la Senyu à Epinal ou l'Anim'Est à Nancy. Les événements fantaisistes peuvent aussi s'y rattacher, comme par exemple les Imaginales à Epinal, qui compte déjà un concurrent : **les mystères de l'Est**¹³.

La **seconde veille** me semblait importante à faire pour la création d'une vidéo, j'ai donc pris l'initiative de prendre une heure afin de la faire avant de commencer les étapes de la création de la vidéo. La vidéo a pour but de promouvoir une nouvelle activité

mais afin de ne pas s'éparpiller il est décent de **regarder la communication** qu'il a été fait autour de ce type d'activité. Après avoir décortiqué les vidéos des concurrents et compris ce qui était intéressants et ce qui ne l'était pas, j'ai pu mettre ses idées sur papier afin de pouvoir m'en servir lors du montage ou du storyboard.



¹³ : «Les Mystères de L'est» est une entreprise qui fait des salles d'escapes games se trouvant à Epinal et qui a déjà pu lors du Salon du jeu à Epinal ou des Imaginales proposer des minis-escapes games.

3) RÉALISATION

1) LA COMMUNICATION

B. LES VISUELS

La communication par les réseaux sociaux se basent essentiellement sur des visuels et de l'écrit, **le visuel interpellant plus** les personnes. Il est alors donc important de mettre en place des visuels attrayants et qui impactent.

L'entreprise m'a chargé de faire **trois visuels pour trois occasions différentes**. Ces visuels ont été accompagnés d'un texte écrit par d'autres personnes de l'entreprise.



Le **premier visuel** a été créé pour l'ouverture exceptionnelle de l'entreprise lors du 8 et 1er Mai. D'abord pour une seule société : Fort-Escape mon visuel se rattachait aux escapes games et à un univers sombre, quelques retouches sur mes visuels et je pu passer sur le même visuel pour Fort-Paint.

Mais, comme **la réflexion** de départ n'est **jamais terminée**, le visuel doit être pour les deux sociétés et comporter les trois activités : Paintball, Laser Game et Escape Game. La phase de réflexion n'est jamais vraiment arrêtée car il peut subsister des changements au cours de la création. J'ai donc réentreprit de créer le visuel, je suis d'abord parti sur quelque chose de sombre avec le paintball en arrière plan et le lasergame et escape game aux devants.



J'ai repris la charte graphique de Fort-Escape, avec sa couleur jaune sur un fond noir et l'ai appliqué. Le résultat est sans appel, **le visuel saute aux yeux** et s'inscrit dans l'univers de l'entreprise. Après quelques retouches sur certains détails, le résultat fut validé et posté.

Après analyse et réflexion, le **design** fut jugé **trop sombre** par tous et pas assez accrocheur dans une **multitude de posts Facebook**¹⁴. Je repris mon visuel et le changea en mettant en valeur les trois activités de la même manière.



Mon **second visuel** fut pour un post pour les **vacances scolaires**. J'ai commencé à faire le visuel en même temps que le premier pour l'ouverture exceptionnelle, ce qui m'a valu le même changement : Le visuel était trop sombre. D'autant plus qu'ici, le public visé sont les enfants (et parents).



En reprenant les fonds parchemins et anciens typiques de l'entreprise, j'ai recréé mon visuel, cette fois si en **prenant compte de la cible**. Le principal du visuel a plu, quelques retouches ont été à refaire. Comme demandé, j'ai mis des photos d'enfants qui s'amuse plutôt que celles d'adultes et j'ai inséré les couleurs de Fort-Escape plutôt que de nouvelles. J'ai aussi échangé des photos pour des plus attrayantes, notamment celles du paintball et du laser game.

¹⁴ : Sur les réseaux sociaux, la tendance est de "scroller" et s'arrêter sur un quelque chose qui nous interesse, très souvent par un visuel. C'est "l'art de scroller".

3) RÉALISATION

1) LA COMMUNICATION

B. LES VISUELS

Mon **troisième visuel** fut pour un post pour **Pâques**. Cette fois-ci j'ai fait 3 propositions, sur les 3, deux se basent sur le même principe. Les deux premières propositions font référence à la chasse aux oeufs de pâques avec des oeufs à retrouver dans l'image. Ce principe est basique mais incite les personnes à commenter la photo. La troisième proposition s'intégrait mieux aux principes des escapes games avec un jeu de réflexion et de logique. Le principe s'est beaucoup vu sur les réseaux sociaux, avec divers styles graphiques.



Après avoir montré mes propositions, de **nouvelles instructions** m'ont été donné, notamment celle de faire apparaître par écrit le fait que des oeufs en chocolats sont cachés dans les salles pour l'occasion. Le fort devait aussi figurer,

ainsi que reprendre les couleurs de la charte graphique de Fort-Escape, et mettre en avant un lapin.



Après quelques changements dans les détails, comme les ombres et le texte qui ressort, le visuel est terminée et postée quelques jours plus tard.

D'autres visuels tels qu'un visuel pour la **fête des mères** ou celles des pères, **n'ont pas été réalisés**, faute de temps. Il m'a été demandé au début de mon stage de réfléchir à des visuels pour les réseaux sociaux mais vite de nouvelles missions ont pris place, comme notamment la création de vidéos. Le temps m'a fait défaut et ma mission sur les visuels a été mis de côté. Toutefois, avant la fin de mon stage, j'ai donné toutes les idées que j'avais noté afin que l'entreprise puisse les mettre en place si elle le souhaite les années prochaines.

B. LES VIDÉOS

Plus encore qu'une photo, **une vidéo transmet beaucoup d'informations** mais surtout **attire l'oeil** et permet au spectateur de s'intéresser. C'est un très bon moyen de communication quand certaines conditions sont mises en places : D'abord, le temps, facteur clé, une vidéo se trouvant sur les réseaux sociaux ne peut dépasser les 5 minutes sous faute de ne pas être vu en entière. L'idéal est de 1 minute pour une vidéo teasing aillant assez de contenu, et environ 40 secondes pour une vidéo teaser. Ensuite, le facteur du rythme, une vidéo doit être rythmé, si elle ne l'est pas, les personnes décrochent et continue de "scroller". Une vidéo d'environ deux minutes, peut être totalement un succès si le rythme qu'elle diffuse est rapide et orchestré (Comme une musique). Et bien sûr, faire durer le suspens un certains temps, l'idée est de ne pas tout dévoiler d'un coup mais de garder le suspens à l'idée des **teasers de films américains**. De plus, la qualité photographique de celle-ci comptera aussi pour attirer l'audience et la faire rester, en s'inscrivant dans une ambiance.

1/ Le trailer de la cabane obscure

La première vidéo réalisée par mes soins, est une vidéo teaser pour leur dernière salle d'escape game nommé La Cabane Obscure. Pour cette vidéo j'ai **réalisé tout de A à Z**, avec confirmation entre les différentes étapes. Tout d'abord, le storyboard, il a fallu créer un storyboard pour cette vidéo et préparer le tournage. Certes le tournage n'allait pas prendre longtemps, mais il fallait savoir quels éléments seraient utile et lesquels ne le seraient pas et que fallait il ramener pour le jour J.

De plus, le tournage se passant au fort, il fallait être sûre de ne pas avoir d'animation à faire, et que la salle d'escape game soit libre. Lors du tournage, il me fallait un acteur ou actrice afin de pouvoir tourner, [] était libre et ce fut lui qui devint l'acteur. Jules a aussi apporté sa part en aidant derrière la caméra, ainsi que []

15 : Par exemple, le teaser du nouveau film : «The dark Phoenix» garde le suspens, notamment grâce à des titres entrecoupés et des moments de films coupés avant l'action.

3) RÉALISATION

1) LA COMMUNICATION

C) LES VIDÉOS

1/ *Le trailer de la cabane obscure*



Les **ressources humaines** n'était alors pas les mêmes que celles imaginées au départ, car elles étaient à l'origine de deux, mais arrivant au tournage, il s'est trouvé que certaines choses ne pouvaient se faire à deux, comme fermer la porte, filmer et avoir un acteur. De plus, ne connaissant pas comme il faut les salles, il fallait parfois appelé [] se chargeant des salles d'escapes games afin qu'il nous aide, comme pour la porte intérieur de la Cabane Obscure qui s'ouvre grâce à une énigme. Si [] et [] n'aurait pas pu se libérer, nous aurions changé le storyboard afin de pouvoir avoir du contenu vidéos.



Le montage peut débuter, j'ai basé mon estimation du temps sur les montages effectués à l'iut, comme le dessin animé que nous avons à faire. Mon estimation fut bien plus longue que la réalité. Le storyboard étant établie, la musique déjà choisie au préalable et le montage

relativement court, le montage ne prit pas une semaine comme estimée, mais 2 jours tout au plus. Ce **temps gagnée**, me permis de régler tous les détails et de retravailler la vidéo. De nombreuses versions ont été faites, et c'est la plus courte qui fut gardé, car son **format de 50 secondes** permet de la diffuser sur les réseaux sociaux et son rythme est plus entraînant.

Pour l'ambiance de la vidéo j'ai voulu mettre en avant le côté **mystérieux, et énigmatique**, avec une musique rythmé entre le mystère et l'énigme. J'ai rajouté un rire de sorcière, qui fait partie du scénario de [la Cabane Obscure](#)¹⁶.

En plus des connaissances acquises à l'IUT, j'en ai appris de nouvelles pour créer cette vidéo, comme l'effet d'ondulation sur les titrages.



2/ Le trailer de [REDACTED]



¹⁶ : «La Cabane Obscure» est l'une des salles d'escapes games de Fort-Escape. Dans le scénario, il est dit que les joueurs sont dans la cabane d'une sorcière perdue dans la forêt.

¹⁷ : [REDACTED] es».

3) RÉALISATION

1) LA COMMUNICATION

C) LES VIDÉOS

2/ *Le trailer de* [REDACTED]

Après le dérushage, j'ai pu commencer à établir un visuel papier de ce [REDACTED] afin de me donner une idée vers laquelle me diriger. Après avoir une idée précise du **design**, j'ai pu commencer les **premiers jets sur illustrator** et les envoyer au patron afin de savoir si c'était bon, tout en continuant **le montage**. Pour le montage, j'ai choisi une musique [REDACTED] afin de s'inscrire parfaitement dans l'univers [REDACTED]. Le montage se finissant, j'ai pu commencer **la colorimétrie**.



J'ai voulu donner une couleur assez orangé, pour **définir un univers**, je voulais que la vidéo fasse un peu irréaliste avec une colorimétrie très orange vers la fin. La colorimétrie fini, et le design validé, j'ai pu commencer à créer véritablement **les éléments visuels** [REDACTED]

_____ j'ai pu commencé le tracking.

_____ Durant cette phase, une contrainte s'est ajoutée, le tracking qui se fait normalement seul avec des points de suivi²⁰, n'a pas marché, faute aux contrastes peu élevés de la vidéo. J'ai du alors **continuer le tracking ma-**

nellement point clés par point clés, cette contrainte a alors repoussé la date théorique de fin que j'avais émise, je pensais finir la vidéo au complet en une semaine, et ce fut deux. N'ayant plus de contrainte de programme qui fait le suivi dans une seule dimension, j'ai pu **rajouter aux tracking** de la profondeur en jouant sur la **3D**.

N'ayant pas de contrainte de temps (la deadline étant la fin de mon stage) ou de missions en attentes, je pouvais me permettre d'ajouter des **effets plus immersif** à la vidéo. L'effet 3D permet de ne pas avoir un blocus d'informations pour l'oeil au premier plan. Il permet de mettre de la profondeur à la vidéo et de ne pas avoir un effet de visuels posés devant. C'est l'effet du film Zombieland²¹ qui m'a inspiré. _____



19 :

20 : Les points de suivis sont des calques invisibles qui permettent de suivre le repère de base que l'on choisi.

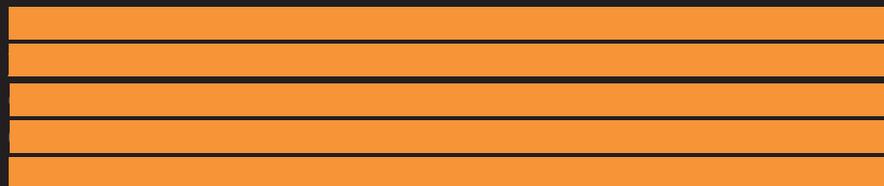
21 : «Zombieland» est un film de zombies, où le personnage principal Columbus se fixe des règles pour survivre, ces règles sont inscrites en 3D avec un effet usé.

3) RÉALISATION

1) LA COMMUNICATION

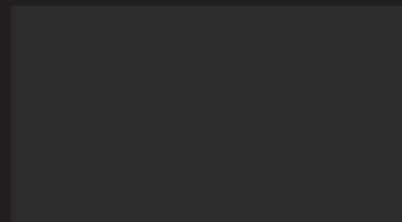
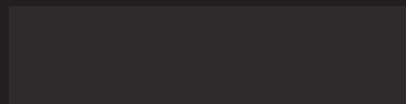
C) LES VIDÉOS

2/ *Le trailer de* [REDACTED]



Ces points alors terminés, il reste quelques trackings à réaliser et le parallax de fin. Le **parallax** de fin fut réalisé sous after effect, cet effet était une **découverte technique** pour moi, n'ayant jamais eu à en réaliser un. J'ai appris à le réaliser en même temps que le créer. J'ai refait le parallax de nombreuses fois, ce qui a aussi rallonger le temps de création de la vidéo. Le parallax

n'étant tout d'abord pas à la bonne taille, il ne **s'exportait pas correctement**. Après cela réglé, le format étant du 4K, l'export habituel utilisé (**Quicktime - h.264**)²² ne pouvait en supporter le poids, il a fallu réduire ses proportions et passer le tout en dans une autre forme d'export.



²² : C'est un format très utilisé, notamment par les personnes voulant mettre sur Youtube leur vidéo, car c'est le format le plus courant pour cette plateforme. C'est un format qui se lit de tous.

La **vidéo terminée**, il a fallu l'exporter, le même problème d'export se posa à moi, le format de celle-ci étant aussi du 4K, le rendu était très long et trop lourd pour du h.264, il a fallu faire plusieurs export dans différents formats, avant d'avoir une vidéo qui marche sur tous les écrans. Le format de fin étant de l'HD et du 720p en h264.

La vidéo terminée, elle fut regardé par ma tutrice, le patron ainsi que toute l'équipe. Aucun changement ne fut apporté à la vidéo, celle-ci **plaisant à toute l'entreprise**, une **vrai réussite** pour moi.

Cette vidéo fut **le plus gros travail** que j'ai eu à faire, et eu aussi beaucoup de complications notamment les exports et un temps plus long que prévu. En plus des compétences apprises à l'IUT j'ai pu en développer des nouvelles, et acquérir du savoir.

Malgré les problèmes rencontrés, la vidéo est **une réussite** et est une de mes plus belles **fierté** au cours de ce stage.

D) LA PROSPECTION ET LE SERVICE

La communication passe aussi par la personne qui livre le service et qui délivre des informations sur l'entreprise. L'attitude, les vêtements et les propositions de la personne en face d'un client ou futur client est aussi une forme de communication.

Lors de mon stage j'ai pu acquérir un **sweatshirt comportant le logo de Fort-Escape**, et lors des weekends au fort, je le porte afin que les clients savent qui je suis et alors peuvent me poser des questions. Lors de ces weekends, je propose des **services d'animation** de groupes de paintball et de lasergame, ce service est une forme de communication pour les personnes allant à l'escape game par exemple. Mais je développerais cette partie dans la partie animation, car elle se rattache que peu à la communication tel quel.

Mais durant la semaine, j'ai pu faire **de la prospection de dépliant** dans la ville de Nancy, durant une à deux heures. Durant cette prospection, je suis **le visage de l'entreprise**. Tout comme le flyers je fais partie intégrante de la communication, mon attitude en fait partie. J'ai appris au cours de ces différentes prospections à **dire les bons mots**, ceux qui marquent. Il ne s'agit pas d'expliquer de A à Z tout ce que l'entreprise propose, il faut trouver un juste milieu entre le besoin d'explication du client et celui de lui **donner envie**.

3) RÉALISATION

1) LA COMMUNICATION

E) LES MAILS PERSONNALISÉS

Cette mission n'était normalement pas prévu, je devais me concentrer sur le graphisme et l'audiovisuel. Mais ayant des connaissances en web, **il était possible que je réalise cette mission**. D'abord exprimé comme une suggestion, j'ai acquis cette mission par moi même, en proposant de le faire, et non pas en attendant que l'on me le donne. J'ai **toujours voulu essayer de faire des web-mails** sans vraiment en avoir eu la possibilité, cette mission me permettait donc de découvrir les web-mails et d'en créer un, ainsi que de faire quelque chose d'utile, et non pas juste un exercice.



Pour ce faire, j'ai utilisé le **langage Html** et ait codé sur brackets. Le but étant d'envoyer une page html en mail. J'ai donc déjà réfléchi au visuel, selon les indications qui m'était donné :

afin de donner une **authenticité** et inscrire dès la réservation les clients dans l'univers de l'événement "**L'école des Sortilèges**".

Le **design et le code crée**, il fallait tester, afin de savoir si les images et polices marchent dans un mail, si tout est calibré comme sur la page web Je suis passée par le site [putsmails](#)²³ qui envoie le code html à une ou plusieurs adresses mails. J'ai donc rentré plusieurs adresses correspondant à différents types de mails, car les clients n'auront pas tous une adresse gmail par exemple, il faut que le contenu soit lu par tous, où que si les images et polices ne marchent le tout soit encore lisible sans design.

²³ - Putsmail est un site internet qui permet d'envoyer votre code html aux boites mails inscrites, cela permet de faire des tests. C'est un site très utilisés pour les tests de web-mails.

J'ai donc envoyé sur une adresse **Outlook, Gmail, Roundcube et Orange**. Afin de voir si il y a des différences, et il y en a eu. Certains bouts de codes sont pris en charge par certains et non par d'autres. Par exemple, les Png marchent sur Outlook et Orange, mais pas sur Gmail et Roundcube. Après des recherches sur les différents aides, j'ai pu adapter mon code pour que sur la majorité des boites mails, le mail puisse être lu correctement.

Un autre problème est survenu, j'effectuais mes **essais** depuis **mon propre hébergement**, mon propre serveur, mais celui-ci bloque certaines lignes de codes, notamment celles qui essaient de récupérer une police sur le serveur. Car le mail doit récupérer les images et polices d'un serveur afin que celles-ci marchent. Mon serveur bloquant ce système je ne pouvais plus faire les essais sur celui-ci, j'ai donc **demandé les identifiants du serveur de l'entreprise**.

J'ai appris alors que le serveur de l'entreprise est WIX, ce qui veut dire que leur site est un site hébergé en ligne, sur un serveur de l'entreprise WIX. Et qu'étant un CMS modifiable directement en ligne, ils n'ont pas accès aux bases de données ou serveur, ils ne **peuvent donc pas m'en donner les identifiants**. Je suis donc **obligé d'arrêter ma mission**, celle-ci étant alors abandonné car elle ne peut être faite.

L'entreprise ne connaissant pas vraiment le domaine du codage web, il était difficile de leur expliquer les façons de créer ce web-mails au début de ma mission, plus j'ai appris au fur-et-à-mesure comment faire, je ne pouvais alors pas demander ces informations avant.

3) RÉALISATION

2) ANIMATION

L'animation que j'ai pu faire se déroulait au fort, où j'ai pu faire différentes sortes d'animations et de services. Tout d'abord, en dehors de toutes missions, **ma présence au fort** est un service, car j'ai guidé les clients et les informés. Chaque personne s'occupant du paintball ou laser game, doit aller à l'accueil pour guider les clients des escapes games et vérifier leurs réservations. Là, tout comme la prospection, je suis l'un des **visages de l'entreprise**. Je reflète l'entreprise dans ma communication avec le client. Lors de ces journées au fort, je porte le sweat Fort-Escape afin que les clients puissent venir me voir en cas de problèmes ou pour des informations.

A) FORT-PAINT

Tout d'abord, l'animation que j'ai pu faire pour la société Fort-paint, ce sont des **animations pour le paintball et le laser game**. Lors de mes premiers jours au fort, j'ai pu **apprendre les briefs** qu'il fallait faire, quelles sont les **consignes de sécurité**, et ce qu'il faut faire si il y a des problèmes. Ensuite, j'ai pu être **autonome** et pu m'occuper d'un ou plusieurs groupes. Malgré que l'on soit seul pour un groupe, il y a toujours quelqu'un qui est là pour nous aider, que ce soit [] ou [] et [] étant principalement demandé à l'escape game. Si nous ne savons pas répondre à une question, nous amenons les clients à aller se référer à un de nos collègues, celui qui est présent ce jour-là, et qui sait plus de chose de nous.

Pour le paintball, le brief c'est surtout les **consignes de sécurité**, elles sont très importantes et **il faut l'attention de tout le monde**. Certains groupes de paintball sont turbulents et ils faut élever la voix pour que l'on se fasse entendre.



MASQUES A NE JAMAIS ENLEVER SUR LES ZONES DE JEU
LE BOUCHON DE CANON EST TOUJOURS A AVOIR EN DEHORS DES
ZONES DE JEU
LA DISTANCE DE SÉCURITÉ EST DE 7 MÈTRES

Lorsqu'on s'occupe d'un groupe, il faut aussi décrire le **scénario du jeu** selon les zones de jeu. Pour **la fosse**, c'est un échauffement et une partie sans scénario ou deux équipes se battent. Pour **le village**, il y a deux scénarios possibles à adapter selon les groupes. Les deux se basent sur un chariot se trouvant sur des rails, ils doivent le placer au milieu de celle-ci, donc au centre du terrain de jeu. Le premier

Ces trois règles sont très importantes, car elles définissent la **sécurité** des clients. Si l'une d'elle n'est pas respecté il peut y avoir des blessés, il ne faut donc jamais les oublier. En plus de ces règles de sécurité, il faut expliquer qu'une bille à terre est une bille perdue. Il faut expliquer aussi comment armer l'arme et parfois expliquer le fonctionnement entier du paintball, pour les personnes qui ne savent pas du tout en quoi ça consiste.

scénario est d'amener le chariot dans son camp. Le second est de pousser le chariot dans le camp adverse. Le deuxième scénario étant plus difficile il est réservé pour les joueurs qui réussissent facilement le premier. Et il y a **la zone du fort**, où le scénario est basé sur des drapeaux, qu'il faut lever aux couleurs de l'équipe et les maintenir pendant 20 minutes.



Lorsqu'il y a des **enterrements de vie de jeunes filles ou de vie de garçons**, il peut y avoir le scénario de la chasse au lapin. Quand les joueurs ne disposent plus qu'une dizaine de billes maximum, et que tous les parties y compris le "lapin" est d'accord, les joueurs peuvent courir tout autour de la fosse pour tirer sur le lapin.



A la fin, les sourires sur les visages et les discussions qui fusent sont la meilleure garantie que le jeu leur a plu.

3) RÉALISATION

2) ANIMATION

B) ESCAPE-GAME GÉANT

Durant ce stage, j'ai pu aussi participer à certains **escapes games géants**. Ces escapes games accueillent un nombre de personnes élevés et sont des événements qui ne comportent que quelques dates. Ces événements demandent un **grande organisation** et le rôle de chacun doit être respecté et joué. Allant d'une quarantaine de personnes à 150, ces événements **demandent des ressources humaines**, si une personne ne se présente pas c'est toute l'organisation qui doit être revue. Précurseur de ce style de jeu, Fort-Escape en propose deux à trois par an, et en propose certains pour des événements privées, par exemple pour les entreprises, ou les écoles.



Pendant que je fus en stage, j'ai pu être dans deux escapes games différents, sous trois dates, toutes à la fin de mon stage. Le premier fut l'événement **The Camp 2**, sous deux dates, la première étant le 25 Mai et la seconde pour clôturer mon stage le 08 Juin. Le second événement fut un événement privatiser et il s'est déroulé le 28 Mai.

Lors de ces gros événements, il faut d'abord tout mettre en place, une grosse organisation où tout est arrangé à la minute près. En plus de l'animation lors du jeu en lui-même il a la prestation avant et après.

Pour l'événement **"The Camp 2"** qui fait frissonner les joueurs avec des **tueurs connus du cinéma**, j'ai pu devenir l'un d'entre-eux. Pour cela, **déguisement obligatoire, et talent d'acteurs au rendez-vous**. Durant cet événement je fus **une infirmière de Silent Hill**. Ma tête bandée, aux habits d'infirmières couverts de sang, cachés dans le noir et la fumée, mon but était de **faire frissonner les joueurs**. Seule, dans une salle plongée dans le noir, je devais mettre en place les mimiques de ces infirmières tirés du film et jeu **"Silent Hill"**²⁴. Attirée par la lumière et le son, mon but était de foncer vers les joueurs lorsque ceux-ci allumait leurs lumières afin de découvrir la salle et chercher les énigmes.



Je ne devais pas parler afin de **ne pas sortir de mon personnage**, et avoir une démarche spécial. Le but principal des tueurs est de faire peur, mais il est aussi de rendre plus difficile la résolution des énigmes. Par exemple, plongée dans le noir, avec moi qui **fonce sur quiconque fait du bruit ou allume la lumière**, les énigmes sont plus difficiles à réaliser car les joueurs doivent allumer la lumière afin de voir les panneaux d'énigmes dans la salle. Avant de devenir une infirmière venant des enfers, j'ai **distribué les goodies** du jeu et informer les clients sur le jeu. Après le jeu, j'ai pu prendre des photos avec les joueurs qui le souhaitait et participer au brief de fin. **Cet événement m'a vraiment beaucoup plu.**

Pour l'événement **"La Fabrica Del Papel"**, j'ai pu me revêtir de la célèbre **combinaison rouge** avec son masque. S'inscrivant dans l'univers de **la série "La casa del Papel"**, je devais me mettre dans la peau d'une braqueuse. Lors de cet événement, je suis restée à l'accueil afin de **recueillir l'avancement des joueurs** et **les aider** en cas de besoin. La difficulté de les aider était présente pour certaines énigmes, car ne connaissant que peu la série et les énigmes se trouvant dans le jeu, certaines énigmes m'étaient inconnues. Mais il y avait toujours quelqu'un qui puisse aiguiller les joueurs à ma place, soit [redacted] soit [redacted]. Vers la fin, j'ai dû aider des groupes car le temps qui leur restait était trop court pour qu'il réussisse sans indice. Avant et après cet événement j'étais revêtu de mon pull Fort-Escape afin d'être reconnu de tous, et nous avons pu ranger et mettre en place les énigmes.



²⁴ : «Silent Hill» est un jeu vidéo, qui a été adapté en film, où on peut notamment retrouver les infirmières. Ce jeu est un jeu d'horreur.

3) RÉALISATION

2) ANIMATION

B) ESCAPE-GAME GÉANT

Alors même que je n'avais **jamais fait d'animation**, j'ai pu découvrir et me forger des compétences dans ce domaine. En le découvrant, j'ai aussi découvert que certaines animation comme les escapes games géants, sont vraiment **des choses qui me plaisent beaucoup**.

3) PRODUCTION DE CONTENU (ÉNIGMES)

En dehors de la communication et de l'animation j'ai pu participer aux **énigmes**. Tout d'abord, comme énoncé dans la partie Réflexion, j'ai pu réfléchir à des énigmes, mais j'ai aussi pu **en réaliser une**.



Pour l'événement **"The Camp 2"**, j'ai eu à faire **un décodeur** pour un énigme qui était dans le territoire de **Jeepers²⁵**. Des panneaux scènes de crimes étaient affichés dans les petites cabanes en bois se trouvant dans le village (la zone de jeu du paintball), et les joueurs devaient retrouver à l'aide de ce décodeur l'humeur du tueur lorsqu'il a tué ces victimes, donc pour chaque scène de crime retrouver son humeur.

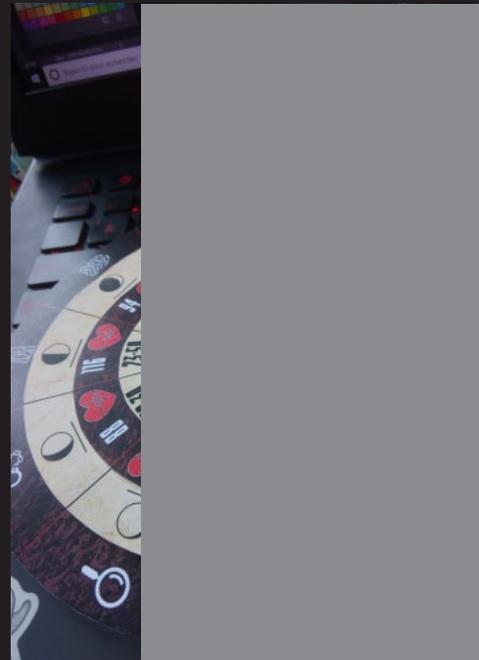
²⁵ - Jeepers est un tueur épouvantail qui vient du film «Jeepers Creeper».

Pour se faire, des petits **symboles** se trouvaient sur les panneaux de scènes de crimes, ces mêmes symboles se trouvaient sur le décodeur, [REDACTED]. Cette rune trouvée, les joueurs devaient trouver un panneau qui décode les runes en humeur, tout ça poursuit bien évidemment par Jeeper, le tueur.

J'ai créer ce décodeur en me basant sur un décodeur d'un de leur partenaire. [REDACTED]

[REDACTED] J'ai **créé les symboles** principaux, puis j'ai créé certaines variantes, par exemple, j'ai pu faire deux symboles de menottes, un symbole aux menottes ouvertes, l'autre aux menottes fermées. Ces petites variantes permettent de rajouter de la difficulté au jeu.

En plus du décodeur, j'ai pu **aider à la conception de certaines énigmes**, en les plastifiant, et en proposant mes idées.



CONCLUSION

Au cours de ce stage, j'ai retrouvé la **polyvalence** de ma formation sous une autre forme, la polyvalence dans le travail et non plus dans l'apprentissage, et dans différents domaines. La polyvalence de ma formation m'a permis de répondre à toutes les missions qui m'ont été confiées et **mon envie de travailler** et **ma curiosité** m'a permis d'en apprendre de nouvelles ainsi que parfaire celles apprises en DUT.

Durant ce stage, j'ai appris à **respecter des deadlines** et à **travailler en équipe**. J'ai pu apprendre à partager le travail et ne pas tout faire seule, comme cela était mon habitude. De plus, en équipe, les idées fusent et s'entremêlent, ce qui donne à la création plus de possibilité.

Bien que mes compétences à l'école étaient bonnes, le stage m'a permis de **développer mes compétences** dans les domaines du graphisme, mais surtout de l'audiovisuel où mon niveau était moyen. J'ai aussi pu acquérir des compétences dans des domaines que je n'avais jamais touchés, comme l'animation ou la création d'énigmes. Tous les domaines que j'ai pu voir m'ont plu.

De plus, **la liberté de création** est vraiment une chose que j'aime, et dans cette entreprise, il y a bien évidemment une trame à suivre mais ensuite tu es libre de le faire comme tu le souhaites, et ensuite, si il y a des choses à changer, il faut les changer.

Ce stage restera dans ma mémoire et est à ce jour ma meilleure expérience professionnelle, car elle correspond au type d'entreprise que je souhaiterais intégrer après mes études. Merci pour ce stage.

Je souhaite trouver plus tard une entreprise qui me donne ce même sentiment de ne pas venir travailler mais de venir faire quelque chose que j'apprécie dans une ambiance des meilleures.

60

GLOSSAIRE & ANNEXES

Page 32



Page 33

L'Abattoir : Un des escape games géants de Fort-escape reprenant le tueur Leatherface

Page 34

Paranormal Activity : «Paranormal Activity» sont des films où, comme le nom l'indique, il se passe des choses paranormales, notamment avec des esprits. Ce sont des maisons et familles qui sont hantés.

Conjuring : «Conjuring» est un film où il y a des cas de possessions et d'esprits.

Page 35

Potterheads : Les Potterheads sont la communauté de fans autour de la saga Harry Potter.

Sixième volet de Harry Potter : Le sixième volet : «Harry Potter et le Prince de sang mêlé» est celui qui marque la césure et qui amène l'univers dans le côté plus sombre de la saga.

Premiers volets d'Harry Potter : Les premiers volets de la saga sont basés sur l'émerveillement, particulièrement le premier volet «Harry Potter à l'école des sorciers»

Les maisons dans Harry Potter : Les maisons dans la saga «Harry Potter» sont des sortes d'équipes qui s'affrontent chaque année pour remporter la coupe des quatre maisons. Ici, ce sera la même chose.

Page 36



Page 39

Les Mystères de L'Est : «Les Mystères de L'est» est une entreprise qui fait des salles d'escape games se trouvant à Epinal et qui a déjà pu lors du Salon du jeu à Epinal ou des Imaginales proposer des minis-escape games.

Page 41

Scroller : Sur les réseaux sociaux, la tendance est de “ scroller ” et s’arrêter sur un quelque chose qui nous interesse, très souvent par un viusel. C’est “ l’art de scroller ”.

Page 43

Les Teasers Américains : Par exemple, le teaser du nouveau film : «The dark Phoenix» garde le suspens, notamment grâce à des titres entrecoupés et des moments de films coupés avant l’action.

Page 45

La Cabane Obscure : «La Cabane Obscure» est l’une des salles d’escapes games de Fort-Escape. Dans le scénario, il est dit que les joueurs sont dans la cabane d’une sorcière perdue dans la forêt.

Page 46

Page 47

Points de suivi : Les points de suivis sont des calques invisibles qui permettent de suivre le repère de base que l’on chosi.

Zombieland : «Zombieland» est un film de zombies, où le personnage principal Columbus se fixe des règles pour survivre, ces règles sont inscrites en 3D avec un effet usé.

Page 48

Quicktime - h.264 : C’est un format très utilisé, notamment par les personnes voulant mettre sur Youtube leur vidéo, car c’est le format le plus courant pour cette plateforme. C’est un format qui se lit de tous.

Page 50

Putsmails : Putsmail est un site internet qui permet d’envoyer votre code html aux boites mails inscrites, cela permet de faire des tests. C’est un site très utilisés pour les tests de web-mails.

Page 55

Silent Hill : «Silent Hill» est un jeu vidéo, qui a été adapté en film, où on peut notamment retrouver les infirmières. Ce jeu est un jeu d'horreur.

Page 56

Jeepers : Jeepers est un tueur épouvantail qui vient du film «Jeepers Creeper».



En plus du décodeur, j'ai pu créer une affiche de traduction entre rune et humeur



Visuels créé pour la fête des mères



Image pour instagram pour la salle le manoir de dracula

N'a pas été mis en place faute de temps



Visuel pour les sorties du weekend

Visuel qui n'a pas eu le temps d'être fini

Gaëlle MARTIN
2019
